



UNIVERSIDAD DE CHILE

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

ESCUELA DE DISEÑO

MARÍA FERNANDA CONTRERAS SERRANO

PROFESOR GUÍA: JUAN E. CALDERÓN REYES

DICIEMBRE 2004. SANTIAGO DE CHILE

Diseño Sistema Interactivo Multimedial como Herramienta estratégica de comunicación para el Museo Violeta Parra



PROYECTO PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE DISEÑADORA GRÁFICA



«Violeta es un flujo incesante de sentimientos, un caudal de sensaciones que emerge desde el fondo de su alma sensible, buscando desesperadamente las formas más diversas de expresión».

Agradecimientos

Quisiera agradecer a todas aquellas personas que de alguna u otra forma me acompañaron y apoyaron durante este proceso de mi vida.

A mis adorados padres, agradecerles infinitamente todo el apoyo incondicional brindado, por alentarme y acompañarme día a día en este a veces, largo camino... Pero sobre todo, agradecer la enorme confianza depositada en mi durante toda la carrera.

A Rodrigo, por su infinita paciencia, comprensión y amor, que me acompañaron durante todos estos años...Gracias por estar siempre ahí para mi.

A mis queridísimas amigas, Javiera Aranda y Pamela Hoffmann, con la cuales compartí momentos increíbles...Juntas hasta el fin Trío!!!

A mi gran amigo y compañero, Hernán Brito, por su paciencia y ayuda en el momento preciso, y por amenizar siempre de una u otra forma gran parte de este proceso.

A mi familia, de la cual siempre recibí una palabra de aliento y motivación.

A mi queridísimo Hermano, que incluso traspasó los límites de la distancia para estar siempre presente, acompañándome y aconsejándome.

A mi profesor guía, Juan Calderón, por su tiempo, dedicación y disponibilidad para ayudar.

A todos, muchas gracias.



Índice de Contenidos

INTRODUCCION.....7

PRESENTACION DEL PROYECTO.....8

- Entidades que participan y darán vida al proyecto.....	8
- El museo Violeta Parra.....	9
- Detección necesidad.....	10
- Definición Necesidad	
- Una temática compartida	
- Motivación Personal.....	11
- Definición de los Objetivos.....	12

ETAPA EXPOSITIVA (marco teórico)

CAPITULO 1: Patrimonio e Identidad Cultural.....13

1.1 Acerca del patrimonio y las políticas culturales.....	15
1.2 Patrimonio e Identidad.....	16
1.3 Clasificación del patrimonio.....	17
1.3.1 Patrimonio natural.....	17
1.3.2 Patrimonio cultural.....	17
1.4 Niveles de patrimonio.....	18
1.4.1 Patrimonio familiar.....	18
1.4.2 Patrimonio local.....	18

1.4.3 Patrimonio Nacional.....	18
1.4.4 Patrimonio mundial.....	18
1.5 El Folklore.....	19
1.6 Patrimonio cultural: Una puerta hacia el progreso.....	20
1.7 El museo como fortalecedor de Identidad.....	20

CAPITULO 2: Violeta Parra.....22

2.1 Vida e historia.....	23
2.2 Obra artística.....	24
2.2.1 Obra musical.....	24
2.2.2 Poesía.....	24
2.2.3 Obra plástica.....	25
2.2.4 Exposiciones realizadas por la artista.....	26
2.2.5 Exposiciones de homenaje.....	26
2.3 La preservación de su patrimonio.....	28
2.3.1 La muestra para el museo Violeta Parra.....	28
2.4 Perfil de la artista e importancia sociocultural.....	29

CAPITULO 3: Museos.....31

3.1 El cambio conceptual del museo.....	32
3.2 El encuentro entre el museo y el público.....	32
3.2.1 El museo y su gestión.....	33



Índice de Contenidos

3.2.2	Las directrices del museo.....	34	4.1	Qué es Multimedia?.....	50
3.3	Política de comunicación del museo.....	34	4.1.1	Definición de Multimedia.....	50
3.3.1	La estrategia de comunicación del museo.....	36	4.1.2	Cuándo utilizar multimedia.....	51
3.3.2	El plan conceptual de comunicaciones.....	36	4.2	CD-ROM, DVD y la autopista multimedia.....	51
3.3.3	El plan de difusión.....	37	4.3	Componentes de las aplicaciones multimedia.....	52
3.4	Imagen del museo, Marketing y Diseño.....	37	4.3.1	Texto.....	52
3.4.1	La imagen del museo.....	37	4.3.2	Sonido.....	52
3.4.2	El marketing del museo.....	39	4.3.3	Imágenes o Gráficos.....	53
3.4.3	La naturaleza del diseño del museo.....	40	4.3.4	Animación.....	54
3.4.4	El diseñador de museo.....	41	4.3.5	Video.....	55
3.4.5	La exposición como medio de comunicación.....	41	4.4	Elementos necesarios para crear multimedia.....	56
3.4.6	Los componentes de una exposición.....	42	4.4.1	Hardware (plataformas Windows y Macintosh).....	56
3.5	Lo audiovisual como medio complementario.....	43	4.4.2	Software (herramientas de Software básicas).....	56
3.5.1	Justificación del uso de los medios audiovisuales.....	43	4.4.3	Creatividad.....	59
3.5.2	Las tecnologías audiovisuales y los nuevos sistemas de almacenamiento de la información audiovisual.....	45	4.4.4	Organización y Equipo de Trabajo.....	59
3.5.3	Aplicación de la multimedia en museos y exposiciones.....	46	4.5	Interfaz Gráfica de Usuario y elementos que la conforman.....	61
3.5.4	La informática en el museo.....	47	4.5.1	Diseño de Interfaz Gráfica.....	61
3.5.5	La exposición virtual.....	47	4.5.1.1	Interfaz.....	61
3.5.6	Internet y la exposición.....	47	4.5.1.2	Interfaz de usuario.....	61
			4.5.1.3	IGU.....	63
CAPITULO 4: Multimedia y Diseño.....		49			



Índice de Contenidos

4.5.2	Características que forman parte de una IGU.....	63
4.5.2.1	Uso de la metáfora como simulación de espacios conocidos.....	63
4.5.2.2	Mapa de navegación o mapa de sitio.....	64
4.5.2.3	Hipermedia e Hipertexto.....	65
4.5.2.4	Botones para la Interacción.....	67
4.5.2.5	Menús de navegación.....	67
4.6	Diseño y Comunicación.....	68
4.6.1	La narración audiovisual interactiva.....	68
4.6.2	Acerca de la comunicación persuasiva y el diseño gráfico.....	70
4.6.3	El storyboarding.....	70
4.6.4	Acercamiento teórico a la composición visual.....	71
4.6.5	Bases de la composición visual del diseño interactivo.....	72
4.6.6	Diseño de estructuras interactivas.....	75
4.6.7	La ambientación en el campo del diseño.....	78
4.6.8	Conjugación de texto e imagen en un diseño interactivo.....	78
4.6.9	Tipografía y color.....	79
4.7	Herramientas de autor para la producción de aplicaciones multimedia.....	81
4.7.1	Macromedia Director.....	82
4.7.2	Macromedia Flash y Macromedia Dreamweaver.....	83

CAPITULO 5: Internet y la Web.....85

5.1	Introducción.....	86
5.1.1	La necesidad de Internet.....	86
5.1.2	La globalización en Internet.....	87
5.2	El World Wide Web y el HTML.....	87
5.2.1	El World Wide Web.....	87
5.2.2	Lenguaje HTML.....	88
5.3	Usabilidad.....	88
5.4	Gestión de recursos para la optimización de las aplicaciones Multimedia en Internet.....	90
5.4.1	Reducción de imágenes.....	90
5.4.2	Restricción del uso de la animación.....	91
5.4.3	Optimización del uso de video.....	92
5.4.4	Audio en la Web.....	92
5.5	Conclusiones diseño para la Web.....	93
	Conclusiones Etapa Expositiva.....	93

ETAPA ANALÍTICA

CAPITULO 6: Análisis de tipología existente.....94



Índice de Contenidos

6.1	Tipología existente de sistemas interactivos multimediales.....	96
6.1.1	Sitios Web.....	96
6.1.2	Presentaciones audiovisuales y multimediales.....	105
6.2	Conclusiones Etapa Analítica.....	109

ETAPA PROYECTUAL

CAPÍTULO 7: Definición del proyecto de Diseño.....112

7.1	Descripción General del Proyecto.....	113
7.1.1	Resumen del Proyecto.....	113
7.1.2	Detección de la Necesidad.....	114
7.1.3	Definición de la Necesidad.....	114
7.1.4	Objetivos.....	115
7.2	Grupos Objetivos.....	115
7.3	Escenario sin Proyecto.....	116
7.4	Escenario con Proyecto.....	117
7.5	Especificidad del Proyecto.....	117
7.5.1	Selección de Medios y tecnologías.....	117
7.5.1.1	Sitio Web.....	117
7.5.1.2	Presentación Multimedia.....	120

CAPÍTULO 8: Propuesta de Diseño.....121

8.1	Conceptualización.....	122
8.2	Diseño Sitio Web.....	125

8.2.1	Mapa de Navegación.....	125
8.2.2	Diseño Componentes interfaz.....	129
8.2.2.1	Botones de Navegación.....	129
8.2.3	Disposición de elementos en la IGU del sitio.....	132
8.2.4	Guión Técnico.....	134
8.2.5	Análisis y funcionamiento de la interfaz de la realidad Virtual.....	140
8.2.6	Páginas que conforman el sitio.....	144

8.3	Diseño Presentación Multimedia.....	153
8.3.1	Análisis y funcionamiento de la presentación Multimedia.....	153
8.3.2	Guión de la presentación Multimedia.....	156

CAPÍTULO 9: Financiamiento y Presupuesto.....165

Bibliografía.....170

Anexo174

Glosario Términos Internet.....	175
---------------------------------	-----



Introducción

La gran mayoría de los museos en Chile obedecen a una definición tradicional que se centra en una tarea de conservación por sobre la educación y la comunicación. Esto se debe a que en general no existe la implementación de un diseño museográfico integral que logre acercar al visitante con la muestra expuesta, de forma atractiva, interactiva y participativa que pretenda alcanzar una retroalimentación real a partir de la observación. El museo deja de ser un espacio abierto para el aprendizaje y pierde el enorme potencial educativo y comunicativo que tiene para el público.

Sin embargo, hoy en día esta visión tradicional está cambiando y ya se están generando nuevas ideas que permitan explotar el potencial real del museo. Existe una necesidad de incorporar nuevas disciplinas en los guiones museológicos para no quedarse al margen de las potencialidades comunicacionales que el desarrollo de éstas otorga. Así, disciplinas como el Marketing, la Publicidad y el Diseño están adquiriendo un rol protagónico y fundamental en el proceso de desarrollo de esta nueva perspectiva comunicativa.

Los avances tecnológicos son una realidad inminente. Incluso, organizaciones como los museos, están cambiando radicalmente sus objetivos, enfocándose en perspectivas que lo acerquen más al público. El visitante ya no quiere ser un ente pasivo que recorre exposiciones, sino que quiere participar y ser activo, tomando él las decisiones y el control sobre lo que quiere ver y como lo quiere ver.

Las tecnologías multimedia pueden jugar un papel muy importante, apoyando y mejorando la experiencia expositiva del visitante, ya sea fuera del museo o dentro de él. En la actualidad ya existen diversos museos de todo el mundo que han apoyado esta nueva perspectiva y ya han experimentado, incorporando Internet como un nuevo medio de comunicación.

Dentro de estas disciplinas, el diseño gráfico juega un papel fundamental, no sólo visto desde el punto de vista de diseño tradicional, sino también como creador de Interfaces gráficas eficaces en los procesos de comunicación. El diseñador, es un comunicador, y como tal, debe participar de los cambios que se están produciendo hoy en día, adaptando sus mensajes a los nuevos soportes y aplicaciones que ha generado el desarrollo tecnológico y además, adaptando su forma de comunicar a las necesidades de los nuevos usuarios que este progreso ha concebido.

De esta nueva iniciativa se encuentra actualmente participando uno de los principales proyectos culturales para la ciudad de Santiago, que corresponde a un nuevo museo que se está creando en reconocimiento a nuestra recordada y emblemática artista folklórica Violeta Parra. Este museo tiene como fin difundir y promover el patrimonio cultural de nuestra embajadora Cultural, devolviendo por fin la obra de Violeta a quien realmente pertenece: al pueblo de Chile.

El Castillito rojo, será el simbólico y relevante inmueble sobre el cual se levantará esta nueva institución, concretando por fin un sueño largamente anhelado por quienes la conocieron y la quisieron.



Presentación del Proyecto

1. Entidades que participan y dan vida al museo

El Centro Cultural Violeta Parra, nace principalmente de la iniciativa de crear un Museo de la Vida y Obra de la artista por parte de la Fundación Violeta Parra.

Este proyecto principalmente a cargo de los hermanos Isabel y Angel Parra, hijos de la artista y de Luis Cereceda, lleva varios años en gestación desde que regresan del exilio hasta que recuperan, remodelan y reconstruyen la casa de la “Peña de los Parra”. Sin embargo, el proyecto durante casi once años no se puede concretar por falta de financiamiento.

El año pasado, “los Parra” reciben el apoyo del empresario Carlos Cardoen y firman un acuerdo fundamental para la difusión del legado más trascendente de la folklorista chilena; es él, quien a través de su fundación ofrece el capital para llevar a cabo dicho proyecto, el Museo de Violeta Parra inserto en el Centro Cultural del mismo nombre, situado en un principio en la “Peña de los Parra”, que pretendía ser inaugurado a fines de este año, pero por cambios posteriores se atrasó.

Esta alianza entre los Parra y Cardoen también involucró a Joaquín Lavín, ex-alcalde de la Ilustre Municipalidad de Santiago y a su Departamento de Cultura, a cargo de Juan Pablo Morena, por ubicarse el proyecto en su comuna, quién además tendría más tarde una participación más relevante, cediendo en comodato el castillito rojo del parque forestal como instalación final del Museo.

Las entidades involucradas en el proyecto del Centro Cultural son básicamente cuatro y a continuación se explica el grado de participación de cada una en el Museo.

Fundación Tiempos Nuevos. Es una de las nueve fundaciones que preside la Primera Dama, Luisa Durán y en este caso aporta el financiamiento para la construcción

del Centro Cultural. Su propósito esencial es el fomento de las actividades y manifestaciones del arte y la cultura, creando espacios que contribuyen a rescatar la cultura, la identidad nacional y la formación integral del ser humano.

Fundación Carlos Cardoen. Presidida por el empresario C. Cardoen Comejo, tiene como objetivo preservar las raíces culturales del país. Esta fundación es la que entrega el financiamiento para la restauración de las obras y para realizar el proyecto, a cambio asume la administración del Museo y conservación del patrimonio.

Fundación Violeta Parra. Compuesta por la gran mayoría de la familia Parra, su principal objetivo es la organización, difusión, preservación y recuperación para Chile del patrimonio de Violeta Parra. Esta fundación es la que recopila y entrega el patrimonio en comodato por 99 años a la Fundación Carlos Cardoen para lograr su cometido que es instaurar un Museo de Violeta Parra para Chile.

Municipalidad de Santiago. Firma un acuerdo de colaboración para preservar y difundir el patrimonio. Participa de la inversión inicial que requiera el lugar para las modificaciones de espacios interiores y equipamiento de infraestructura básica. A través del Museo logra crear nuevos espacios de apoyo y difusión de la educación y cultura en su comuna. Exige la entrada liberada un día a la semana para determinados grupos del sector como liceos y asilos de ancianos.



2. El Museo Violeta Parra

2.1. Objetivos del Museo

Rescatar, preservar y difundir la vida y obra de Violeta Parra, considerada Patrimonio Nacional Cultural y ser una instancia para la expresión artística en beneficio de la cultura popular y tradicional chilena, para la comunidad en general.

Realizar actividades artísticas, recitales, talleres, exposiciones y seminarios, con el fin de estimular la creatividad de los jóvenes, desarrollando de este modo una labor cultural que se proyecta a lo largo del país. Establecer relaciones culturales con otros organismos públicos o privados, tales como universidades, institutos de arte, escuelas, academias y organismos populares, tanto nacionales como extranjeros, que sirvan para impulsar y respaldar proyectos de trabajo en las diferentes áreas de las artes creativas populares.

2.2. Tipo de Museo

Por su alcance geográfico es de tipo nacional, ya que se plantea como el Museo para Chile de Violeta Parra.

De acuerdo al carácter jurídico de la institución, es un museo privado, ya que es de propiedad de la sociedad conformada por la Fundación Carlos Cardoen y la Fundación Violeta Parra.

Por su concepción espacial el museo es del tipo planta vieja, debido a que el edificio fue creado para responder a funciones distintas de las museológicas. En este caso la arquitectura habitacional es remodelada para ser un espacio público.

En cuanto a su tiempo de exposición, es de carácter permanente. Las piezas van a ocupar con carácter definitivo el lugar en que se llevará a cabo la muestra, por lo

que deben ajustarse a la línea argumental en la que esta inserta, a la finalidad para la que se exponen y al propio recinto expositivo que las alberga.

La forma de exposición es de tipo temática. Estas son diseñadas al amparo de un hilo argumental, se desarrollan igual que un guión, con un principio y un final, con un nexo, un leit motiv que da forma a toda la exposición. Cuentan una historia, en donde el visitante es guiado para que pueda hacer conexiones y seguir el desarrollo de la propuesta a lo largo de la muestra.

De acuerdo al carácter de la exposición, es individual ya que pertenece a la muestra de una sola artista.

En relación a los grados de participación en el museo, en un principio, el visitante es principalmente un espectador de la exposición. El público puede mirar, observar, aprender y sacar sus propias conclusiones según sus conocimientos. Sin embargo, deberá existir en aquellas ocasiones que lo requieran, un grado de implicancia mayor con la muestra para que cierto material y mensajes sean apreciados por el espectador.

2.3. Instalaciones del museo

En un principio, la idea era llevar a cabo el Museo en Carmen 340. Sin embargo, esta idea se vio frustrada por no existir un terreno disponible para los estacionamientos que requería el proyecto en ese lugar, por lo que finalmente optaron por trasladar el Centro Cultural y el Museo al Castillito rojo del Parque Forestal, que fue cedido en comodato durante 30 años por la Municipalidad a la nueva sociedad conformada

por la Fundación Cardoen y la Fundación Violeta Parra. Esta nueva instalación resulta ser bastante simbólica, ya que Violeta Parra realizaba muchas exposiciones al aire libre en el parque forestal frente a este castillito durante las fiestas de artes plásticas en los años 60´.

2.4. En relación al visitante

El museo está enfocado hacia todas las personas entre 12 y 80 años, considerando que este es un grupo diverso en el que se debe tomar en cuenta: visitas grupales de escolares, estudiantes, universitarios, de grupos familiares y turistas extranjeros.

Se pretende sensibilizar al tema y situarlo en una escala de jerarquías en donde el visitante se dé cuenta de por qué es relevante.

Se plantea la atmósfera argumental de un discurso expositivo que motive al visitante a no sólo ver la muestra, sino también que la recorra, que descubra, interprete, relacione, reflexione y se informe.

Se pretende crear un museo entretenido e interactivo para captar el interés de las nuevas generaciones y así se acerquen y conozcan a Violeta Parra.

El objetivo es lograr que el visitante se forme una visión propia de la artista, que salga con la idea de que ha asistido a un principio y un final en el cual las piezas seleccionadas forman un discurso narrativo que potencia y explica la muestra. La interpretación del entorno y la estructura de la exposición son el detonante del concepto inicial.

3. Detección del problema

La iniciativa de implementar un museo en honor a Violeta Parra en la ciudad de Santiago, dio la posibilidad que en una primera instancia, este proyecto fuera abarcado por tres diseñadores de otra Universidad, quienes tomaron esta temática como proyecto de título y generaron una propuesta de diseño integral para habilitar este museo, enfatizando el área de Diseño de Equipamiento, pero sin considerar la problemática de Comunicación Visual.

De acuerdo a esto, se detecta la necesidad imperiosa de generar, a través de profesionales del Diseño, una propuesta de comunicación visual que responda y complemente el desarrollo anterior.

Sin embargo, el desarrollo gráfico para el museo, involucra un sinfín de ítems, que se pueden dividir en tres grandes áreas: El diseño de Identidad Corporativa o Desarrollo de Marca, el Desarrollo de las aplicaciones en diseño bidimensional y el Diseño Interactivo con todos sus componentes multimediales.

4. Una temática compartida

Es importante mencionar que, al contar con estas grandes áreas distintas pero complementarias, se propone que dos personas aborden el tema, pero cada una de ellas desarrolle individualmente un proyecto diferente correspondiente a su área.

Es así como decidimos con mi compañera de carrera Javiera Aranda, embarcarnos dentro de esta temática en común, donde ella desarrollará la Identidad Corporativa, Señalética y piezas gráficas de apoyo y yo por otra parte, centraré mi proyecto en el diseño de un sistema interactivo multimedial que tendrá este museo, el cual deberá considerar los siguientes componentes:

- Un InfoCentro donde se maneje interactivamente todo tipo de información acerca de Violeta Parra.
- Un documental o cortometraje donde se proyectaran diferentes instantes de la vida y obra de la artista.
- Una presentación multimedia que se proyecte infinitamente en la sala audiovisual.
- Presentación Interactiva para ser realizada por el guía, que en el fondo implique un recorrido virtual por el museo, a modo de introducción y motivación en la temática.
- CD multimedia interactivo
- Sitio Web completo del Museo, que incluye un recorrido virtual por las diferentes instalaciones
- Propuesta de Diseño para el equipamiento de la sala audiovisual del museo.

5. Motivación personal

En primer lugar, me parece interesantísimo poder involucrarme y adquirir un compromiso respecto al desarrollo del arte y la cultura del país, generando un proyecto que apoye y permita alcanzar el objetivo del museo de rescatar, preservar y difundir el patrimonio nacional cultural de la vida y obra de Violeta Parra.

Por otra parte, una de mis motivaciones principales acerca de este tema se basa en que las exposiciones en los museos deben dejar de ser actos meramente contemplativos y pasivos, transformándolas en experiencias con las cuales se fomente el aprendizaje.

Para esto, se proponen instancias audiovisuales donde es necesario la incorporación de la tecnología, valorizando nuestro patrimonio mediante la utilización de las nuevas herramientas de la Multimedia y la Interactividad que ésta nos permite. Esto se confirma aún más, sabiendo que el museo de Violeta Parra tiene como propuesta una presentación Tecnológica Audiovisual, donde estos medios serán el valor agregado que marque la diferencia de éste museo respecto a otros y además será lo que captará el interés del público. Así, a través de la interacción y la experimentación, el usuario (visitante virtual) se llevará consigo lo mejor de la artista, se impregnará de su vida y su obra, lo que permitirá establecer una mayor y mejor identidad de Violeta Parra.

Por último, la generación de un sistema Interactivo Multimedial como elemento de apoyo estratégico para la comunicación del museo, permitirá en primer lugar, exponer la temática en forma más entretenida e interactiva motivando a las nuevas generaciones a que conozcan a la artista y en segundo lugar, permitirá que el rescate y valorización del patrimonio de Violeta Parra traspase las fronteras de la ubicación geográfica del museo, más aún sabiendo que Violeta Parra aparte de ser

una artista de gran solidez popular, recordada y respetada en el ámbito nacional, es una de las figuras chilenas más reconocidas en el extranjero.

6. Objetivos

Objetivo General

Generar un sistema Interactivo Multimedial como herramienta estratégica de comunicación del museo de Violeta Parra mediante el uso de las Tecnologías de la información y Comunicación.

Objetivos específicos

- Utilizar las Tecnologías de la Información y Comunicación como medio estratégico de difusión actual, aplicándolo a la cultura nacional.
- Aportar en el rescate, valorización y difusión del patrimonio artístico - cultural de Violeta Parra.
- Utilizar las nuevas herramientas de la multimedia e interactividad como elemento motivacional para el usuario virtual.



ETAPA EXPOSITIVA MARCO TEÓRICO



«La memoria es la base de la personalidad individual, así como la tradición es la base de la personalidad colectiva de un pueblo»

Capítulo 1: Patrimonio e Identidad Cultural

Capítulo 1: Patrimonio e Identidad Cultural

1.1. Acerca del patrimonio y las políticas culturales

La preocupación por el tema del patrimonio es reciente y aún se encuentra en sus inicios, además de que se centra normalmente en una concepción conservadora en el sentido más literal del término. Así, el patrimonio aparece ligado normalmente al rescate de «antigüedades» y conservación de bienes físicos de magnitud material considerable, como Iglesias e incluso ciudades como Valparaíso o como Islas como Chiloé; en fin «grandilocuencias» patrimoniales que si bien constituyen realidades culturales relevantes, en ningún caso agotan la riqueza patrimonial de un pueblo o de una sociedad.

Desde una perspectiva antropológica, es de vital importancia relacionar el concepto de Patrimonio al de Cultura, entendiéndolo también, como el conjunto de procesos donde se elabora la significación social, participando en ello los estilos de desarrollo y el modo de enfrentar las condiciones de vida material y social de una comunidad.

Así, una política cultural no puede limitarse sólo a la administración rutinaria del patrimonio histórico y físico o al ordenamiento burocrático de los organismos especializados en el arte y la educación. Una política cultural, debe entenderse como aquella opción que trabaja con un concepto de cultura amplio, del cual el arte es parte, de la misma manera que es parte la forma en que viven, trabajan y se relacionan las personas al interior de sus comunidades y entre estas, sus hábitos y costumbres, sus formas de trabajo, sus tecnologías, su forma de entender el espacio, su relación con la naturaleza, sus aspiraciones de trascendencia y sus temores y sus sueños, entre muchas otras.

Pensar en el patrimonio es complejo y difuso, más bien extraño, porque no estamos acostumbrados a pensarnos como poseedores de un bien colectivo, no somos

conscientes de ser «propietarios» de bienes poco tangibles ¿Quién en verdad puede ser dueño de las leyendas de nuestra tierra o del canto a lo divino de los cantores populares? Puede pensarse en la propiedad de algunos bienes patrimoniales, de determinadas obras de arte o de determinadas construcciones arquitectónicas, pero nadie será nunca propietario en verdad de la riqueza patrimonial que ellas contienen. El verdadero valor patrimonial está en la esencia intrínseca de los bienes, no sólo en su materialidad, sino más bien en su condición intangible y en su capacidad de perdurar en el tiempo.

En esta lógica, el concepto de patrimonio adquiere otro sentido en la medida que se acerca a la identidad de los pueblos y por lo tanto, en la medida que los pueblos la hacen suya, en la medida que se «hurga» tan dentro de la sociedad, que se reconoce como un bien (una realidad) «culturalmente apropiado» por la mayor parte de los habitantes de una comunidad.

Así, el canto tradicional o la religiosidad popular, son también expresiones de patrimonio, de la misma manera que los ritos y leyendas del campo, las fiestas tradicionales y las múltiples formas de trabajo artesanal. La cerámica, la textilería, la cerrajería y forja en fierro, la carpintería y muchas otras expresiones de oficios tradicionales que han sido sobrepasados por la historia y la modernidad, son parte del patrimonio.

Igualmente, debe considerarse el arte, la música, la literatura, la pintura, como expresiones patrimoniales que testimonian el trabajo creativo de los pueblos, en algunos casos excéntricos y poco valorados en su momento, pero rebeldes y visionarios embajadores culturales a través de los tiempos, como es el caso de la folklorista Violeta Parra.

Capítulo 1: Patrimonio e Identidad Cultural

1.2. Patrimonio e Identidad

Visto desde esta perspectiva, el patrimonio cultural adquiere un sentido dinámico, ya que no sólo trata de recuperar la historia, sino que principalmente trata de darle sentido en el futuro. Por ello, el patrimonio no sólo se rescata y protege, sino que también se crea, se inventa, se construye, se actualiza y se proyecta en el tiempo.

Asimismo, cualquier creación actual también puede convertirse en patrimonio, pero sólo será considerado un verdadero bien patrimonial en la medida que adquiera sentido cultural, es decir, que se impregne de sentido colectivo, que interprete la esencia de nuestra comunidad y que defienda los valores colectivos de vida y trabajo por sobre los individuales de la economía. Sólo así se constituye en cultura patrimonial, y por ende, en política cultural.

«La memoria es la base de la personalidad individual, así como la tradición es la base de la personalidad colectiva de un pueblo. Vivimos en y por el recuerdo, y nuestra vida espiritual no es en el fondo sino el esfuerzo que hacemos para que nuestros recuerdos se perpetúen y se vuelvan esperanzas, para que nuestro pasado se vuelva futuro.»

(Miguel de Unamuno)

Por patrimonio se entiende el conjunto de bienes valiosos, materiales o inmateriales, heredados de los antepasados que reflejan el espíritu de una época, de una comunidad, de una nación y de la propia humanidad. El patrimonio que se va transmitiendo de generación en generación conforma el sello distintivo de un pueblo, por lo que es una manera de acercarse y reforzar emocionalmente el conocimiento de la identidad propia y nacional.

El patrimonio de una nación lo conforman el territorio que ocupa, su flora y fauna, y todas las creaciones y expresiones de las personas que lo han habitado: sus instituciones sociales, legales y religiosas; su lenguaje y su cultura material desde las épocas históricas más antiguas. El patrimonio comprende tanto los bienes tangibles como intangibles heredados de los antepasados: el ambiente donde se vive, los campos, ciudades y pueblos, las tradiciones y creencias que se comparten, los valores y religiosidad y la forma de ver el mundo y adaptarse a él. ⁽¹⁾

Tanto el patrimonio natural como el cultural, constituyen la fuente insustituible de inspiración y de identidad de una nación, pues es la herencia de lo que ella fue, el sustrato de lo que es y el fundamento del mañana que se aspira legar.

Lo que define a una nación es la similitud de sus miembros en su origen y destino. En la actualidad, uno de los dilemas fundamentales de los países es la necesidad de construir el futuro sin dejar de preservar el pasado, conciliando el crecimiento económico con la cultura e impulsando un desarrollo culturalmente sustentable.

El patrimonio, tanto tangible como intangible, permite el rescate de la identidad, conocer aquella «memoria de los pueblos» que transporta a un pasado histórico y a entender un presente que muchas veces no está claro para muchas de las «localidades olvidadas» de Chile.

(1) PNUD/UNESCO. 1986. Salvemos lo Nuestro. Imprenta Siglo XXI. Santiago de Chile.

Capítulo 1: Patrimonio e Identidad Cultural

En un momento en que Chile requiere insertarse en un mundo cada vez más globalizado, es relevante el aporte que el patrimonio hace al desarrollo de la nación, ya que le permite encarar esa inserción con un sello propio y fortalecido de su identidad.

1.3. Clasificación del Patrimonio

Existen diversas formas patrimoniales que pueden (y normalmente lo hacen) expresarse en forma conjunta.

1.3.1. Patrimonio Natural

Hace referencia al entorno ambiental y las bellezas escénicas que se conforman a partir de la flora y fauna propia de cada territorio. La UNESCO* lo define como aquellos monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes naturales, que tienen un valor relevante desde el punto de vista estético, científico y/o medioambiental. En este ámbito, destacan las reservas de la biosfera, los santuarios de naturaleza, los resguardos de bosques nativos, pasos cordilleranos, reservas y parques nacionales.

1.3.2. Patrimonio Cultural

Referido al conjunto de áreas de expresión cultural tanto tangibles como intangibles, en cuya base se encuentra la identidad tradicional de las comunidades (urbanas o rurales). El patrimonio cultural está formado por los bienes culturales que la historia le ha legado a una nación y por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Es la herencia recibida de los antepasados, testimonio de su existencia,

de su visión de mundo, de sus formas de vida y de su manera de ser, y es también el legado que se deja a las generaciones futuras.

«El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios; así como las creaciones anónimas surgidas del alma popular y el conjunto de valores que dan sentido a la vida. Es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias tendientes a la satisfacción de ciertas necesidades culturales de la comunidad».⁽²⁾

El patrimonio tangible es la expresión de las culturas a través de grandes realizaciones materiales. A su vez, éste puede clasificarse en patrimonio tangible mueble e inmueble.

□ *El patrimonio tangible mueble* comprende los objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folklórico que constituyen colecciones importantes para las ciencias, la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural del país. Entre ellos cabe mencionar las obras de arte, libros manuscritos, documentos, artefactos históricos, grabaciones, pinturas, fotografías, películas, documentos audiovisuales, artesanías y otros objetos de carácter arqueológico, histórico, científico y artístico. También se habla de patrimonio productivo artesanal, que se refiere a la pequeña producción artesanal vinculada al sector turismo, destacando diversas expresiones productivas de origen y estabilidad local.

□ *El patrimonio tangible inmueble* está constituido por los lugares, sitios, edificaciones, obras de ingeniería, centros industriales, conjuntos arquitectónicos, zonas típicas y monumentos de interés o de valor relevante desde el punto de vista arquitectónico, arqueológico, histórico, artístico o científico, reconocidos y registrados como tales. Estos bienes culturales inmuebles son obras o

* UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura creada en 1945. (www.unesco.org)

(2) INC-OEA. 1984. Documento base del Seminario sobre información para el desarrollo Cultural del Departamento de Tacna y proyección regional. Tacna.

producciones humanas que no pueden ser trasladadas de un lugar a otro, ya sea porque son estructuras (por ejemplo, un edificio), o porque están en inseparable relación con el terreno (por ejemplo, un sitio arqueológico).

Por otra parte, el *patrimonio intangible* está constituido por aquella parte invisible que reside en el espíritu mismo de las culturas. El patrimonio cultural no se limita a las creaciones materiales. Existen sociedades que han concentrado su saber y sus técnicas, así como la memoria de sus antepasados, en la tradición oral. La noción de patrimonio intangible o inmaterial prácticamente coincide con la de cultura, entendida en sentido amplio como «el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social» y que, «más allá de las artes y de las letras», engloba los «modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias».⁽³⁾ A esta definición hay que añadir lo que explica su naturaleza dinámica, la capacidad de transformación que la anima, y los intercambios interculturales en que participa.

El patrimonio intangible está constituido, entre otros elementos, por la poesía, los ritos, los modos de vida, la medicina tradicional, la religiosidad popular y las tecnologías tradicionales de nuestra tierra. Integran la cultura popular las diferentes lenguas, los modismos regionales y locales, la música y los instrumentos musicales tradicionales, las danzas religiosas y los bailes festivos, los trajes que identifican a cada región de Chile, la cocina chilena, los mitos y leyendas; las adivinanzas y canciones de cuna; los cantos de amor y villancicos; los dichos populares, juegos infantiles y creencias mágicas.

1.4. Niveles de patrimonio

Por otra parte, el patrimonio puede ser clasificado también en diferentes niveles.

1.4.1. Patrimonio Familiar

El patrimonio familiar está constituido por aquellos objetos valiosos, tradiciones, apellidos y rasgos característicos que distinguen a unas familias de otras.

1.4.2. Patrimonio Local

El patrimonio local está constituido por aquellos monumentos, sitios, tradiciones y objetos que son valiosos para la comunidad y les dan sentido de pertenencia a sus habitantes.

1.4.3. Patrimonio Nacional

El patrimonio Nacional, en este caso el patrimonio chileno, está constituido por todo aquello que se tiene en común como nación: la riqueza de las tradiciones y monumentos heredados de los antepasados y que pertenece al país, como individuos y como pueblo. En este sentido, el patrimonio nacional se convierte en la máxima riqueza del país, ya que da identidad frente a otros pueblos que tienen su patrimonio e identidad propias.

1.4.4. Patrimonio Mundial

El año 1972, la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura –UNESCO– aprobó la *Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Natural y Cultural*. Chile suscribió la Convención

⁽³⁾ UNESCO PRESS. 1982. Conferencia Mundial de México sobre Políticas Culturales. México.

Capítulo 1: Patrimonio e Identidad Cultural

2.1.5 El Folklore

en el año 1980. Actualmente ella ha sido ratificada por 156 estados. El objetivo principal de la Convención es identificar y proteger los sitios del patrimonio natural y cultural de «valor universal y excepcional». Para ello se ha conformado una Lista con los monumentos patrimoniales más relevantes de la humanidad que destaca la riqueza y la diversidad del patrimonio cultural y natural de nuestro planeta. Los tres lugares de Chile declarados patrimonio mundial son el Parque Rapa Nui de Isla de Pascua, la ciudad de Valparaíso como Patrimonio Cultural de la Humanidad y las Iglesias del archipiélago de Chiloé.

El folklore forma parte del patrimonio intangible y se refiere a la herencia tradicional de conocimientos, creencias, prácticas y manifestaciones que son compartidas por un grupo humano.

“El folklore, es el remanente de manifestaciones humanas tradicionales, transculturizadas o del Folk, que se encuentra en permanente función de cambios. Estas manifestaciones tienen influencia diferente en los distintos estratos sociales.”⁽⁴⁾

En Chile, casi todos entienden por folklore lo que es canto y música típica chilena. Sin embargo el verdadero significado de la palabra, es muy distinto. El término folklore está compuesto de dos palabras en inglés que son **Folk**, que significa la gente del pueblo, y **Lore**, que significa sabiduría, experiencia o bagaje de conocimientos. Por lo tanto, el Folklore es toda costumbre que se transmite de generación en generación, adaptada y modelada por el medio ambiente en que vive la gente.

Así, ésta puede incluir desde la gastronomía, el vestuario, las leyendas, las canciones, las danzas, la mitología hasta cualquier manifestación artesanal como la cerámica, cestería, tejidos, construcción de casas, talabartería, mueblería, los remedios caseros, la manera de sentir a los muertos y de celebrar los santos. Folklore es toda la vivencia de un pueblo, son las manifestaciones comunes de la gente, especialmente de los campesinos, en las que por medio de prácticas recreativas y/o artesanales, satisfacen las necesidades espirituales o materiales como les ha enseñado la experiencia y la herencia.

Por lo mismo, la comprensión del Folklore es la manera más directa de conocer profundamente a un pueblo; por intermedio de él se puede averiguar como es y como piensa el total de la gente en forma natural y sincera.

⁽⁴⁾ SINDICATO DE FOLKLORISTAS Y GUITARRISTAS DE CHILE.

Extraído del sitio del www.folkloristasdechile.cl/

Capítulo 1: Patrimonio e Identidad Cultural

Un pueblo que practica activamente diferentes manifestaciones folklóricas es un pueblo sano de espíritu y con personalidad, pues no está copiando a nadie, sino, haciendo lo que es propio. Un pueblo con personalidad, feliz merece respeto, la admiración y cariño de los demás países.

1.6. Patrimonio cultural: Una puerta hacia el progreso

El rescate y la difusión de las costumbres y tradiciones, así como la conservación del patrimonio y el dinamismo que adquiere a través del turismo cultural, abren enormes caminos de desarrollo para el país.

Hoy en día, se está vislumbrando la nueva necesidad que sienten los ciudadanos de reencontrarse con su propia historia y tradición cultural. Apreiciar y respetar el patrimonio, las tradiciones y la diversidad cultural de los chilenos no debe ser el mérito de un grupo selecto de personas sensibles, sino el fundamento imprescindible de cualquier proyecto de nación que pretenda un desarrollo económico sólido y un verdadero progreso.

Con el potencial turístico de nuestro patrimonio cultural tangible e intangible, se abren enormes posibilidades de desarrollo de una actividad que se inserte en la industria turística, convocando la colaboración creativa y productiva entre distintas instancias y empresas, proyectando a los chilenos y al mundo nuestra identidad cultural, generando divisas para el país y recursos que se reinviertan en la conservación y difusión del patrimonio.

1.7. El museo como fortalecedor de la identidad

Como se mencionó anteriormente, la cultura es dinámica y está en constante creación. Es la expresión y suma de las costumbres, creencias y tradiciones de un grupo determinado. Pero para que ésta continúe creciendo y desarrollándose, son necesarios los espacios de encuentro y participación donde se discuta, se cree, se critique y opine, con el fin de elevar el nivel cultural y humano de las personas, respetando las tradiciones, conservando y preservando el patrimonio cultural y revalorizando la identidad. En definitiva, aspirando a la formación integral de los individuos y grupos.

En este sentido el museo se presenta como un espacio donde se pueden dar cita y concreción a lo anteriormente mencionado, transformándose en un centro de gestión cultural, ya que como lugar de encuentro y diálogo, es un dinamizador del entorno comunitario, siendo la instancia donde convergen los distintos actores culturales y se fomenta la exploración, el descubrimiento, el intercambio intelectual y la sorpresa.

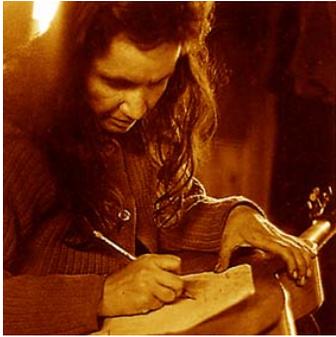
El museo puede entenderse como *“un espacio donde la comunidad guarda y se encuentra con la memoria de su pasado, con su presente y se proyecta al futuro, siendo un espejo del quehacer espiritual, social, económico, político y artístico de las comunidades y lugares donde este patrimonio se resignifica.”* ⁽⁵⁾

De acuerdo a esto, el museo permite que una comunidad se apropie de sus bienes culturales y tome el control de ellos, ya que ayuda a fomentar la cohesión social y reconstruir el tejido cuando esté bastante desintegrado, reforzando los lazos comunitarios, reconstruyendo la historia y mostrando al público en general un discurso que va más allá de la muestra museográfica. De este modo, es un espacio donde la misma comunidad muestra sus tradiciones, historias y costumbres al

(5) DIBAM, Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos. 1999.

Capítulo 1: Patrimonio e Identidad Cultural

resto de la propia localidad y público en general y también toma un carácter social, ya que cada objeto tiene una historia familiar o personal que permite fortalecer la identidad local y por ende, del país.



«Las arpilleras son como canciones que se pintan. Me esfuerzo por mostrar en mis tapices la canción chilena, las leyendas, la vida de la gente»

Capítulo 2: Violeta Parra

Capítulo 2: Violeta Parra

2.1. Vida e historia

Nacida el 4 de octubre de 1917 en la ciudad de San Carlos, VIII región cerca de Chillán, es hija de Nicanor Parra, un profesor de educación primaria y de música y de Clarisa Sandoval, una auténtica campesina guitarrera y cantora.

Desde los nueve años se inició en la guitarra y el canto y ya a los doce, comenzó a escribir sus primeros versos, que reflejan una infancia difícil en el campo junto a sus nueve hermanos, quienes con campechana humildad, muy pronto también destacarían de diversa forma en variadas disciplinas del arte popular y docto. Llegada a la capital, tuvo formación de profesora y comienza a ofrecer su canto en la nocturna farándula de los suburbios santiaguinos, lo que enriquece su conciencia y aumenta su bagaje de vivencias sociales.

En 1937, conoce a Luis Cereceda, con quien se casa y tiene sus dos primeros hijos, Isabel y Angel. Esta unión se mantiene en forma precaria hasta 1948, año en que definitivamente se separan y continúa su tarea de recolectar canciones antiguas de Chile. Al año siguiente, vuelve a casarse con el tapicero Luis Arce y nacen sus hijas Carmen Luisa y Rosita Clara que fallecería al poco tiempo.

A partir de 1952, Violeta, empieza a recorrer zonas rurales grabando y recopilando música folklórica. Esta investigación la hace descubrir la poesía y el canto popular de los más variados rincones de Chile. Elabora así una síntesis cultural chilena y hace emerger una tradición de inmensa riqueza hasta ese momento escondida.

A raíz de un recital realizado en 1953 en casa de Pablo Neruda, se ponen en relieve sus capacidades y se reconoce su arte a través de la Radio Chilena lo que le permite iniciar una serie de giras y presentaciones en todo el país.

Luego, en 1954, Violeta Parra obtiene el premio Caupolicán como folklorista del

año, lo que la lleva a viajar invitada al festival de la juventud de Polonia. Esto le da la posibilidad de recorrer varios países de Europa, permaneciendo finalmente dos años en Francia, donde graba con gran éxito sus primeros LP con cantos folklóricos y originales, teniendo contacto con reconocidos artistas e intelectuales europeos.

En 1958, regresa a Santiago y comienza a incursionar en la cerámica y pintura, a bordar arpilleras, y además, ofrece recitales en todo el país y graba nuevos discos. Durante este período, conoce al músico Suizo Gilbert Favre, de quien se enamora apasionadamente.

De nuevo establecida en Santiago, Violeta expone sus óleos en la Feria de Artes Plásticas al aire libre y continúa su trayectoria incansable durante los años siguientes. Así, los primeros programas folklóricos realizados en Chile para la televisión que comenzaba ya su rápido camino, los realizó Violeta con sus hijos mayores Isabel y Angel que ya en 1960 tomaban alturas propias.

En 1961, Violeta vuelve a viajar a Europa, participa en el festival de la juventud en Finlandia y luego inicia una gira con sus hijos por países como la URSS, Alemania, Italia y Francia para finalmente permanecer en París por tres años. Durante este período, Violeta graba sus nuevos discos, realiza exposiciones de su obra plástica y recitales para la UNESCO.

En 1964, Violeta expone en el Museo del Louvre sus esculturas de alambre, óleos, tejidos y arpilleras, transformándose en la primera artista latinoamericana que exhibe individualmente y en 1965 viaja a Suiza, donde filma un documental que la muestra en toda su magnitud.

Capítulo 2: Violeta Parra

Ese mismo año, retorna a Chile a vivir con sus hijos en su queridísima Peña de los Parra y además instala una gran carpa en la Reina, donde inaugura un centro de cultura folklórica junto a sus hijos Isabel y Angel, a quienes se unen Patricio Manns, Rolando Alarcón y Víctor Jara.

Al año siguiente, viaja a Bolivia y luego regresa a Chile, donde ofrece conciertos en regiones del sur, continúa desarrollando su trabajo en la carpa y compone sus últimas canciones, que graba en un long-play con sus hijos y el músico uruguayo Alberto Zupicán.

Finalmente, a los cincuenta años, incomprendida por el público chileno e incapaz de resolver sus problemas afectivos que la atormentaron toda una vida, de un disparo pone fin a su vida en la Carpa de la Reina.



2.2. Obra artística

La obra de Violeta Parra es muy diversa y extensa, ya que a lo largo de los años, a su calidad de músico y poeta fue uniendo la pintura, los tejidos, la tapicería y cerámica todas de virtuosa originalidad, exponiendo con esperanzado sentimiento su genio y talento que hoy son reconocidos como parte importante de nuestra cultura folklórica.

Toda su creación artística está impregnada de sentimiento y gira en torno a temáticas como el amor, la crítica social, la condición del pueblo obrero- campesino y su propia visión del mundo, todas reflejo de su propia realidad marcada por vivencias que van desde una infancia llena de privaciones, hasta sus vaivenes amorosos y la incompreensión de su pueblo.

«La gran irradiación de fuerza de la obra de Violeta Parra está en que sintonizó con los temas más determinantes del alma chilena. También la problemática de su pueblo y toda la terrible experiencia de frustraciones del pobre; la reflexión entorno al poder no representativo de las verdaderas necesidades, aspiraciones y proyectos del pueblo por quienes dicen ser sus representantes, y la captura de la vida con signo primitivo derramada en todo lo existente».⁽⁶⁾

2.2.1. Obra musical

En lo que respecta a su obra musical, en sus primeras iniciativas acompañada de una guitarra, su repertorio variaba entre valeses peruanos, corridos mejicanos, boleros, cuecas y cantos españoles. Más tarde, fue recopilando la auténtica música chilena, trabajo del cual nacieron hermosas y diversas composiciones. Su obra comprende, entre otros, canciones, tonadas, parabienes, villancicos y música instrumental, además de danzas como el Pequén, la Sirilla, el Chapeco, la Refalosa,

(6) SEPULVEDA, FIDEL. Doctor en filosofía y profesor de Estética Pontificia Universidad Católica de Chile. Entrevista Rocinante. 2002.

Capítulo 2: Violeta Parra

y otras Cuecas. Pero donde destacó en forma especial fue en la décima, de la que se constituyó como una de las más agudas improvisadoras del canto a lo humano y lo divino. Dentro de su repertorio, se encuentran canciones emblemáticas en el ámbito del amor como: «Run Run se fue para el Norte» y «La jardinera»; canciones de gran carga social como «Que dirá el Santo Padre», “Casamiento de negros”, «La carta» y «Me gustan los estudiantes»; en la condición del pueblo obrero- campesino están «Y arriba quemando el sol», «Arauco tiene una pena» y por último, grandes canciones símbolos que reflejan su visión del mundo y de la humanidad como «Volver a los 17» y su canción testamento «Gracias a la Vida».

En su totalidad, Violeta reunió un promedio de 3.000 canciones y fue gestando el libro que más tarde se conocería como Cantos Folklóricos Chilenos. Gracias a su trabajo, junto al de otros, surgió un movimiento de revalorización de nuestro arte nacional, que llegaría a adquirir enorme importancia en la llamada Nueva Canción Chilena.

2.2.2. Poesía

Gracias a su tarea de recopilación del folklore chileno a lo largo de todo el país, Violeta descubre y empieza a desarrollar una nueva veta artística: la poesía. Así, su amor por la música y su nueva inspiración se unen para dar vida a hermosos versos que ella compuso e hizo vibrar en las cuerdas de su guitarra.

Durante su trabajo, Violeta compartió con grandes poetas populares como Isaías Angulo, Gabriel Soto, Agustín Rebolledo, Emilio Lobos y Antonio Suárez y conoció y se rodeó de artistas de gran sabiduría como Guillermo Reyes y Rosa Lorca, Berta Gajardo en Maule, Mercedes Guzmán, en San Bernardo, Lastenia Cortés en Curacaví, Ecluviges Candia en San Carlos y Francisca Martínez en Rosario, quienes le enseñaron además antiguos repertorios de una música que ya comenzaba a perderse y desvirtuarse.

2.2.3. Obra plástica

En el ámbito plástico, Violeta se deslizó de una técnica o género creativo a otro, dependiendo de su inspiración del momento. Fue pintora, escultora, bordadora y ceramista demostrando que de la tradición es posible extraer un material de trabajo más.

Dentro de su obra, destacan sus óleos para los cuales utilizó variadas técnicas y diversos soportes como madera, tela y cartón.

De igual modo, desarrolló diversos tejidos y descubrió las arpilleras, técnica que consiste en bordar con lana o hilo sobre rústicas telas, lo que en ocasiones combinaba con collage de trozos de géneros que iba colocando sobre el soporte, por lo general de yute*.

También trabajó con papel maché, tanto en cuadros como en máscaras, realizó esculturas en cerámica, principalmente monitos de greda, y también diversas esculturas en alambre.

Violeta, a través de sus óleos, papeles maché y arpilleras, representó figuras humanas, animales y ambientes diversos, ejecutados, como coinciden los críticos, con una inconsciente estética Naif debido al uso sumamente expresivo del color, la factura orgánica de las líneas, la deformación emocional de la realidad y el uso nulo de la perspectiva central. Personas, pájaros y guitarras comparten un mismo plano. Los temas de sus obras van desde leyendas campesinas y de la historia chilena al entorno de la amistad, la familia y la memoria.

Por otra parte, es importante mencionar que uno de los soportes más simbólicos de su obra plástica lo constituye “la Peña de los Parra”, lugar de alto contenido

* Fibra textil económica, que se saca de la corteza interior de una planta de la familia de las liliáceas, que crecen generalmente en clima caliente y húmedo, sobre un suelo de tipo aluvial o arcillo-arenoso.

Capítulo 2: Violeta Parra

para la cultura y la historia musical chilena, ya que se pueden encontrar en sus mismas paredes dibujos y pinturas hechos por Violeta en la denominada “sala de los monitos”.

Peña de los Parra



Marca de la Peña inventada por Violeta



Sala de monitos



2.4.1. Exposiciones realizadas por la artista

1959. Expone sus óleos y arpilleras en la primera Feria Chilena de Artes Plásticas del Parque Forestal. Hecho que se repetiría en la segunda versión al año siguiente.

1961. Expone en Buenos Aires.

1964. Exposición en el Museo de Artes Decorativas del Palacio del Louvre, Pavillon Marsan, París, Francia.

1967. Exposición en la Universidad Católica de Chile. Santiago.

Y las exposiciones póstumas,

1971. Exposición “Los Tapices de Violeta”, en la Casa de las Américas, La Habana, Cuba.

1977. Exposición en el Festival Internacional de Teatro Nancy, Francia.

2.4.2. Exposiciones de Homenaje realizadas por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Educación y la Fundación Violeta Parra.

1997. Exposiciones en el Museo del Louvre, Pavillon Marsan, París, Francia; en la Montaña Artificial, parque El Retiro, Madrid, España y en el Instituto Suor Orsola Benincasa, Nápoles, Italia.

Capítulo 2: Violeta Parra

1998. Exposiciones en el Folkets Hus, Estocolmo, Suecia y en la Galería Pulchri, La Haya, Países Bajos.

1999. Exposiciones en el Foyer del Teatro Auditorium, Mar del Plata; en el Centro Cultural Recoleta, Buenos Aires; en el Museo de Bellas Artes Bonaerense de La Plata; todas organizadas por la subsecretaría de Cultura de la Provincia de Buenos Aires.

2000. Exposición en el Museo de Bellas Artes, Santiago, Chile.

2001. Exposiciones en la Galería de Arte del Banco Interamericano de Desarrollo, Washington DC, Estados Unidos y en el marco de la Semana de la Cultura en las ciudades del Sur de Chile: Valdivia, Puerto Montt y Ancud.

2002. Exposición en el Centro de Extensión PUC, Santiago, Chile.

2003. Exposición en la Ilustre Municipalidad de Santiago y en el Museo de Vichuquén, Chile.

2004. Exposición en el Centro Cultural y Artesanal Los Dominicos, Chile.

Fotografías de algunas de sus Obras artísticas

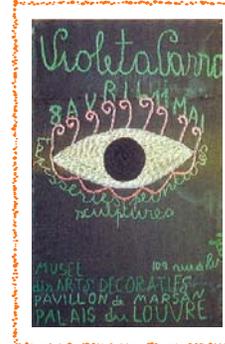
Oleo «Alameda»



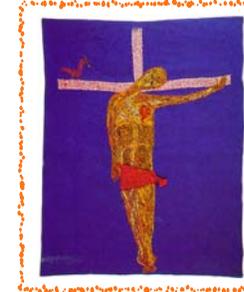
Arpillera «Combate Naval de Iquique»



Afiche



Arpillera «Cristo en Bikini»



Guitarra de Violeta Parra



Oleo «Leyendo el Penca»



Carátula Disco



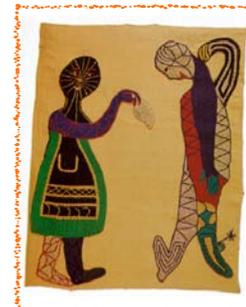
Carátula Disco



Manuscrito «Gracias a la Vida»



Arpillera «La Cueva»



2.3. La preservación de su patrimonio

Toda la obra plástica de Violeta Parra fue declarada Patrimonio Nacional Cultural en 1992 y ha recorrido diversos países desde 1959, a través de numerosas exposiciones que en un comienzo fueron gestionadas por ella misma.

Uno de los hitos más importantes, ocurre en 1964, cuando Violeta Parra es la primera artista hispanoamericana y la primera mujer en realizar una exposición individual en el Museo de las Artes Decorativas del Palacio de Louvre, en París, donde se expusieron más de cien obras de la artista entre arpilleras, gredas, esculturas y papel maché.

Tras su muerte, en 1967 las exposiciones son gestionadas por la familia Parra, principalmente por su hija Isabel. Sin embargo, después del Golpe Militar, la familia tuvo que organizar la salida de estos trabajos desde Chile en manos de diferentes personas.

Finalmente, cuando se crea la Fundación Violeta Parra en 1992, comienza un largo periodo de búsqueda y recopilación del patrimonio de la artista, donde gran parte de la obra plástica llega a Chile definitivamente. Así, todos aquellos que tenían en su poder parte de los trabajos como tapices, cuadros, textos, versos, grabaciones domésticas, cartas y fotografías entre otros, lo aportan a la fundación.

Una vez reunido y restaurado gran parte del patrimonio de Violeta Parra, en 1997 con motivo de los ochenta años de su natalicio, se llevaron a cabo varias actividades de homenaje realizadas en conjunto por el Ministerio de Relaciones Exteriores, la Dirección de Asuntos Culturales, el Ministerio de Educación y la Fundación Violeta Parra, tanto en Chile como en el extranjero.

Es así como desde abril hasta mayo de ese mismo año, se volvió a realizar la

exposición individual de Violeta Parra en el Museo del Louvre, que reunía gran parte del patrimonio que hoy en día espera como destino final, el Museo para Chile de Violeta Parra.

2.3.1. La muestra para el Museo Violeta Parra

La muestra comprende una gran variedad de objetos a exponer que se pueden clasificar en:

1) Objetos personales de la artista: Se encuentran objetos originales como algunos de sus instrumentos musicales -una de sus guitarras, su guitarrón y arpa-, algunas carátulas de sus LPs y su máquina grabadora, con la que recorrió Chile recopilando información sobre el folklore nacional y una máquina de coser.

Por otra parte, se encuentran réplicas de su vestimenta clásica: falda negra, blusa blanca, echarpe de lana y zapatos, al igual que reproducciones de sus fotos, las que plasman gran parte su vida desde su infancia campesina, sus viajes por Europa, conciertos y hasta hechos de su vida cotidiana.

Finalmente, se encuentran sus escritos como algunos poemas sueltos de sus décimas, tres de sus cuadernos manuscritos y doce de sus cartas personales dirigidas a su familia, amigos y enamorados.

2) Obra plástica: de toda su vasta y prolífica obra, la muestra presentará: 14 de sus arpilleras ya restauradas, 28 de sus óleos, que incluyen la serie del Rey Inca (La hija curiosa, El machitún y Las tres hijas lloran al Rey), al igual que algunos cuadros y máscaras de papel maché, mientras que sus 7 cerámicas serán réplicas de las

originales ya que éstas por lo general no pasaban por el proceso de cocción necesario para su preservación en el tiempo en óptimas condiciones. Por último, existe la iniciativa de trasladar algunos de los dibujos y pinturas realizadas por la artista en “la sala de monitos” de la Peña de los Parra, debido al gran valor y contenido simbólico que poseen.

3) Fonogramas y videos: Corresponde a obras interpretadas por la propia Artista y algunos videos.

2.4. Perfil de la artista e importancia sociocultural

Violeta Parra fue una genuina representante del folklore chileno, recuperadora, creadora y defensora de la auténtica cultura popular. A través de sus composiciones, recopilaciones, poemas y artesanía, es una fuente de inspiración permanente para las nuevas generaciones de músicos populares y clásicos.

En la esencia de sus creaciones, se advierte la manifestación de un universo íntimo exuberante en vivencias, de profundo contenido humano, donde la sensibilidad por los problemas sociales que marcaban su entorno en aquellos años resulta ser un verdadero espejo para reflejar su existencia marcada por la tristeza, frustraciones e infelicidad.

Violeta se adelanta a su época y con su guitarra denuncia y condena. Con su forma de canto, empieza a quedar atrás la temática paisajista que hasta entonces tenía nuestro folklore. Se empiezan a decir cosas, la gente joven comienza a identificarse y a atreverse a contar y cantar sus vivencias y anhelos. Fue la precursora que impulsó a muchos otros artistas a crear conciencia en nuestros propios valores y sus canciones son obras que van más allá del tiempo y las fronteras.

Su mensaje a los chilenos, es un mensaje lleno de sensibilidad universal que hoy la eleva como la artista chilena de solidez popular y mejor reconocida internacionalmente.

Violeta Parra hizo un aporte muy importante a la cultura chilena por su vida y obra. Por su vida, debido a que entrañó un compromiso creador con la identidad y las raíces, ese es su primer valor. En segundo lugar se da un encuentro de la tradición con la vanguardia, ocurre una unión entre lo viejo y lo nuevo que genera nuevas formas de vida renovada y plena. Es lo que hizo Violeta, y por eso su vida es un

Capítulo 2: Violeta Parra

modelo para los chilenos en términos de asumir lo propio, de ir descubriendo en lo propio esta potencialidad para ir leyendo los signos de los tiempos, incorporando lo vital de los tiempos y haciendo un discernimiento crítico muy significativo, para incorporar lo vital en esta aventura y luego multiplicarlo en su creación.

“Violeta tuvo una trayectoria con muchos altibajos, pero que a la larga no se ve que hubo fracasos, sino experiencias que le permitieron profundizar en lo que es el arte de vivir...” (7)

“En su trayectoria y en su obra Violeta transita de manera magistral entre lo popular y lo culto, entre lo rural y lo urbano, entre el pasado y el presente, entre el lenguaje musical, el poético y el plástico, entre una visión del mundo que le es propia e individual pero a la vez es social y compartida. Su vida y su obra cruzan fronteras y rompen con todos los esquemas y clasificaciones”. (8)

“ Violeta es un flujo incesante de sentimientos, un caudal de sensaciones que emerge desde el fondo de su alma sensible, buscando desesperadamente las formas más diversas de expresión. Es como un manantial que se desborda en canto, poesía, música, pintura, escultura y tapicería. Sin descanso va creando arte puro que se vuelve universal. Violeta es creatividad constante y febril, tormento y arullo, desgarró y humor, fuego y primavera.”

Isabel Parra, hija de Violeta Parra, cantante

(7) **SEPULVEDA, FIDEL.** Doctor en filosofía y profesor de Estética Pontificia Universidad Católica de Chile. Entrevista Rocinante. 2002.

(8) **SUBERCASEUX, BERNARDO.** Historiador y Catedrático de la Universidad de Chile, Libro Gracias a la Vida, Violeta Parra, Editorial Alena.



«El museo es una institución que reúne, documenta, conserva, expone e interpreta vestigios materiales e información pertinente al interés público»

Capítulo 3: Museos

3.1. El cambio conceptual del museo

El entorno museístico se ve constantemente impedido a emprender su remodelación fuera de los planteamientos tradicionales que se conocen. Existe una gran reticencia al cambio que se traduce en un conflicto ideológico donde por una parte, la posición de tipo conservadora lo asocia a una fuerza negativa y comprometedoras con respecto a la vocación fundacional del museo y por otra parte, la posición de tipo liberal considera este cambio como una necesidad inminente.

Hoy en día, el museo se encuentra inserto en un entorno económico cada vez más competitivo, por lo que, si no quiere desaparecer, deberá adaptarse a los métodos modernos de gestión y a las nuevas tecnologías. Este cambio ya se ha visto reflejado en algunos países anglosajones, que decidieron replantear la forma de pensar acerca de este tipo de instituciones, y así, adecuarla a los tiempos actuales. Este cambio está recién comenzando a hacerse presente en nuestro país, y en esta nueva iniciativa, a continuación se abarcará el tema del museo desde la perspectiva de la comunicación y las nuevas estrategias para alcanzar de forma efectiva los objetivos del museo.

3.2. El encuentro entre el museo y el público

Todo museo debe tener en cuenta su relación con el público que lo visita: el momento, el lugar o la forma en que museo y público se encuentran. La mayor parte de estos puntos de encuentro estarán bajo el control del museo en cuestión, es decir, la presencia física de los visitantes que acuden al museo, como se mueven

por el edificio, el contacto con los personajes del museo e incluso el contacto que se establece cuando el público lee un cartel o publicación sobre éste.

Por otra parte, existen lo que se llama “encuentros indirectos”, que se dan a través de terceras partes como lo son los medios de comunicación. Tales relaciones son menos fáciles de controlar, pero la importancia de éstas no puede ser subestimada por ninguna organización de servicio público consciente del mercado.

Todo Museo debe tener bien definido su papel, sus directrices, objetivos y tener bien establecidos sus servicios básicos (incluyendo la función comunicativa) y los servicios secundarios o de apoyo necesarios para ofrecer su servicio. Esto es sumamente importante, ya que la manera en que el museo establece y controla su relación con el público, tiene como resultado el nacimiento de la imagen del museo. Y esto, no debe suceder de una forma gratuita sino que debe ser fruto del desarrollo conciente de una política de comunicaciones del museo a través de una estrategia plasmada en un plan de comunicaciones o plan de difusión.

En este plano, el diseño adquiere especial relevancia según criterios tanto funcionales como visuales o psicológicos, ya que el diseño de la globalidad del museo –es decir, cualquier aspecto tangible del sistema del museo y particularmente aquellos elementos que son parte vital de su relación con el público- se constituirá en un aspecto fundamental de la imagen visual del museo y por lo tanto, de su política de comunicaciones. En este contexto, el diseño juega un papel fundamental en el éxito final de la empresa, por su capacidad para ofrecer soluciones y resolver problemas.

Los acordados básicos expuestos anteriormente (directrices generales, objetivos

específicos, servicios y estrategias) podrían componer lo que se describe como el *gran plan conceptual del museo*, cuya finalidad es establecer lo que se considera deseable, en cuanto el presupuesto y la oportunidad lo permitan. Los medios para llevar a cabo este plan conceptual se contemplan en lo que se describe como el *plan estratégico del museo*, donde se establece en forma razonable lo que se puede conseguir y realizar durante un período de tiempo, es decir, los niveles de realización o cifras de productividad en todas las áreas de actividad de la institución relacionándolas con una escala temporal y un plan de medios. Por lo tanto, este plan estratégico debe ser ambicioso pero a la vez realista y además, permitirá ir evaluando constantemente el grado de efectividad de la organización.

3.2.1. El museo y su gestión

Al hablar de museo, es necesario en primera instancia tener claro cuál es la definición de éste.

La definición generalmente más aceptada y por lo tanto más flexible es la fórmula dada por ICOM y asumida por su undécima Asamblea General en 1974:

“Un museo es una institución estable sin ánimo de lucro al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga transmite y expone, con fines de estudio, educación y recreo, vestigios materiales del hombre y de su entorno”.

Y luego, una definición más específica formulada por la Asociación de Museos y aprobada en su Asamblea general de 1998 dice:

“Un museo es una institución que reúne, documenta, conserva, expone e interpreta vestigios materiales e información pertinente al interés público”.

Aunque la interpretación de cada palabra de estas definiciones parece muy obvia,

es necesario y muy útil que cada museo haga una afirmación acerca de sus intenciones, es decir, reflexione para una posterior clarificación y clasificación en orden de prioridades respecto a su situación y aspiraciones, donde se especifiquen las formas o los medios por los cuáles se conseguirán los objetivos (relacionados generalmente con la forma de exposición, ampliaciones del museo, descentralización en el que caso que sea éste un objetivo y las responsabilidades asumidas), llegando a plantearse cuestiones relacionadas con la organización interna y los recursos materiales.

Si bien por definición el museo no contempla un interés lucrativo, en la actualidad existe una nueva tendencia de que el museo vaya más allá de su actividad tradicional, evidenciando ciertos movimientos hacia una actividad empresarial en éstos. Tanto política como económicamente, se presiona a los museos para que acometan actividades más lucrativas y diversifiquen su actividad hacia áreas que para ellos eran hasta ahora periféricas, o incluso para que capitalicen sus propiedades. Si bien algunos profesionales de los museos se oponen tajantemente a esta nueva propuesta, otros ven la necesidad inminente de que los museos sean más activos desde un punto de vista comercial. Una muestra de esta actividad comercial en los museos, se puede apreciar en el cobro de entrada o en el uso del Marketing exclusivo de algunos de sus productos, a partir de los materiales que tienen en sus colecciones.

Este principio de convertir los museos en empresas autónomas es bastante importante en términos de poder generar sus propios ingresos y financiarse más fácilmente. Además, es evidente el enorme potencial de los museos para diversificar y poner en uso sus propiedades y posibilidades de una forma más comercial. Sin embargo, la problemática pasaría por encontrar el equilibrio entre este carácter comercial y el carácter académico intrínseco de los museos, sometidas sus funciones a una lucha por los recursos económicos disponibles.

Como se mencionó anteriormente, la necesidad de aportar medios que permitan hacer frente a las demandas insaciables de las distintas áreas del museo es lo que convierte a las directrices en algo esencial para una toma de decisiones racional y con una finalidad claramente definida.

3.2.2. Las directrices del museo

Las directrices un museo, forman parte de la elaboración de una declaración de principios, que debe tener en cuenta por una parte, cualquier declaración previa desde el propio origen del museo, y por otra, cualquier cambio que pudiera haberse introducido dentro de los objetivos iniciales del museo, además de tener presente cualquier limitación, ya sea política o legal, que pudiese afectar la credibilidad de esta declaración de principios. Esta elaboración de las directrices, deberá estar coordinada al más alto nivel (consejo de rector del museo, dirección), si bien sería deseable el aporte de todos los niveles y personal de la entidad.

Esta declaración de principios en la que se aclara y se establece la postura del museo incluye:

- Una declaración sobre la finalidad o razón de ser de la institución.
- Una lista de los objetivos y fines generales que suelen definir el papel de la organización.
- Declaraciones más específicas sobre la política a seguir en relación con las principales áreas de trabajo del museo, que normalmente incluye: adquisición y disponibilidad de colecciones, naturaleza de las colecciones, investigación, documentación, conservación y preservación, trabajo de campo, comunicación, formación, diseño, niveles profesionales, organización y metodología, financiamiento

y subvención, iniciativas comerciales, servicios públicos, necesidades específicas, ética, raza, sexo, religión y salud y seguridad.

3.3. Política de comunicaciones del museo

Como ya se mencionó en el apartado anterior, uno de los asuntos a tratar a la hora de elaborar las directrices del museo debe ser la política de comunicaciones. Particularmente, el área de difusión, tiene relación con muchas otras actividades del museo, teniendo especial relevancia áreas como la educación, la formación y el diseño.

Dentro de la política de comunicaciones del museo, se deben tratar todos los asuntos que afecten de forma particular la institución, sus objetivos y sus finalidades últimas, dividiéndose en las siguientes áreas de interés:

1) La naturaleza de la relación del museo con los medios de comunicación

Un museo deberá tener siempre presente el carácter de su relación con el mundo de la comunicación, y sobre todo, hasta qué punto el museo deberá desarrollar programas de formación, información y de entretenimiento, y con qué finalidad. Para esto, el museo deberá trazar sus objetivos en forma clara y delimitar perfectamente sus metas.

Dentro de estos programas, se le deberá dar un especial énfasis a la exposición como medio para dar a conocer los fondos propios, estableciendo los tipos de exposición (temporales, permanentes, itinerantes) que se utilizarán y en qué proporción. Otro punto importante a tocar en la política de comunicaciones, es

el de la accesibilidad de las colecciones del museo, donde se tocan asuntos como el cobro por admisión a las exposiciones o cualquier costo económico en relación con la función comunicativa (como por ejemplo, la política de precios de las publicaciones del museo). Y por último, es necesario tratar asuntos como la implicación del museo en actividades como la producción de material didáctico, o de publicaciones, como un medio más de comunicación.

2) Las clases y modelos de materiales que se quiere difundir

A la hora de discutir las clases y los tipos de materiales, resultan de especial relevancia los principales temas y asuntos que el museo desea dar a conocer. Dado que las colecciones pueden organizarse en un número indefinido de formas, la selección temática es una cuestión que necesita una urgente resolución. Esta se puede abarcar ya sea desde un enfoque sistemático basado en la cronología, taxonomía o en el tipo de materiales, o bien a través de un enfoque más periodístico si se quiere tratar un tema más específico de forma más selectiva.

3) La identificación del público con el que el museo quiere comunicarse

El programa de exposiciones debe desarrollarse de acuerdo al público al cual pretende llegar, estimular intereses y satisfacer necesidades, logrando así los resultados deseados por el museo. Un primer paso muy útil, consiste en la creación de una lista con los nombres de aquellas personas con las que el museo desea establecer una comunicación en particular y reflexionar sobre la mejor forma para satisfacer sus necesidades.

Aunque por definición el museo sirve a una comunidad y sus colecciones deben ser de interés para la mayoría, siempre existe un enfoque hacia grupos o sectores que se identifican más con la colección o con lo que se expone en cada museo.

Visto desde una perspectiva comercial, se trata de una estrategia en la cual se busca identificar el mercado al cual, por medio de los productos adecuados, se le satisfacen sus necesidades. Normalmente, dentro de una política de comunicaciones se debe contemplar un estudio de mercado para identificar dichos grupos.

4) Los distintos niveles en los que se va a dar la comunicación

Los distintos niveles de comunicación están evidentemente relacionados con los grupos de público seleccionados con los que el museo quiera comunicarse, por lo que pueden llegar a ser bastante específicos. Estos niveles podrían establecerse en relación al nivel intelectual del grupo, a la edad y capacidad de lectura conceptual o bien, de acuerdo a los aspectos relacionados con la comunicación y la tecnología actual. En este último punto, por ejemplo, los museos pueden plantearse la utilización de un enfoque interactivo y muy participativo, como el que se adopta en el Museo de la Ciencia de Londres, en la sala llamada Plataforma de Lanzamiento, o la utilización de computadores con dispositivos de pregunta-respuesta, que están tan de moda hoy en día en muchos museos.

En resumen, a partir de la identificación del público objetivo, se establecen los niveles en los cuales se quiere establecer la comunicación y se eligen las formas y lenguajes más óptimos para lograrlo.

5) La imagen que el museo desea transmitir y la importancia del diseño

La imagen que el museo desea transmitir emana de todos los distintos aspectos que lo conforman, pero en forma particular y principal, de la sección relacionada con la comunicación. La creación de una imagen tiene que ver con una reflexión profunda y consciente sobre la forma en que el museo quiere aparecer ante el público. Sin embargo, muchas veces esta tarea es olvidada o simplemente no se

controla ni se le da la real importancia que tiene, creyendo que ésta debe surgir y mantenerse sola a lo largo del tiempo.

Pero la verdad es que una buena imagen es el resultado del esfuerzo y trabajo que se haga por conseguirla. Esta imagen debe ser totalmente acorde a los objetivos y finalidad del museo y será la consecuencia evidente del enfoque de la política comunicativa de éste.

Favorablemente, cada vez es mayor el número de museos que están llegando a la conclusión de que el diseño es un asunto de importancia vital, que asegura el compromiso de la institución a través de una declaración de principios con objetivos y propósitos claramente definidos.

Si bien el diseño puede ser estudiado y analizado en relación con la imagen, éste tiene una relación muy especial con la política comunicativa ya que debe estar presente en cualquier aspecto del conjunto del museo. De partida, el museo sin duda alguna querrá desarrollar y reforzar el concepto de identidad corporativa asegurándose de que es respetada en todos los niveles de la organización y además querrá que se le asocie con los niveles más altos de diseño lo que favorecerá su reconocimiento.

6) Recursos y prioridades

Al momento de elaborar una política de comunicación, el museo identifica aquellos aspectos de su papel, finalidad y objetivos que considera importantes. Sin embargo, debido a su sistema complejo, extenso y a sus múltiples funciones, se deben establecer prioridades a la hora de competir por los recursos existentes.

3.3.1. La estrategia de comunicación del museo

La estrategia de comunicación del museo debe reflejar los aspectos organizativos que permitan desarrollar la política de comunicación en las distintas áreas que la componen y así cumplir con los principios y objetivos principales del museo. Esta estrategia establece el mecanismo de ejecución, planteando cómo debe hacerse el trabajo y por quién debe hacerse.

Existen distintos modelos de estrategias que pueden aplicarse, pero muchos dependerán del tipo y del tamaño del museo. Para poner en práctica esta estrategia, lo más recomendable es que exista una comisión o “equipo de diseño de comunicaciones*” que consista en un pequeño grupo de personas con conocimientos de áreas de especial importancia, tales como procesos cognitivos y teoría de la comunicación, diseño y ergonomía, diseño de exposiciones, funciones de supervisión, técnicas audiovisuales, diseño gráfico, tecnología de los objetos, preparación, conservación y seguridad, evaluación, gestión y servicios técnicos, donde el ámbito de actuación de este equipo incluya la responsabilidad del desarrollo y diseño minucioso de todas las exposiciones y guías de visitantes y todos los demás apoyos visuales, sonoros, audiovisuales o escritos.

Sin embargo, la forma en que un museo en particular afronte la tarea de formular una estrategia y planificar su política de comunicaciones, descansará sobre la experiencia de su personal facultativo y cómo se organice.

3.3.2. El plan conceptual de comunicación

Dentro de la estrategia de comunicación, deben estar identificados los responsables de organizar el plan conceptual de comunicación. Este plan general conceptual consiste en hacer un esquema que delimite lo que el museo contempla

* Ejemplo de metodología aplicada por el Museo Real de Ontario en 1976.

como la solución ideal a su problema de comunicaciones, será lo que el museo se esfuerce en conseguir con su inversión humana y material.

Para esto, se necesita disponer de un grupo humano que podría estar formado por el personal de mayor rango dentro de la institución y otro personal interesado que tenga la suficiente especialización, y si es necesario, contar además con otros especialistas externos al museo que tengan algo que aportar.

La tarea de este equipo, consiste en asumir la política de comunicaciones del museo y establecer cómo podría conseguirse su desarrollo pleno. Para esto, se deben tratar dos asuntos interrelacionados: *las oportunidades conceptuales del museo* (relacionadas con el enfoque de éste respecto a la comunicación, su relación con el público, asuntos ligados con las áreas prioritarias y el esquema organizativo de las exposiciones) y *sus oportunidades físicas* (relacionadas con la ubicación del museo) que ya existen o que pudiesen estar disponibles.

3.3.3. El plan de difusión

Al igual que el plan conceptual, el plan de difusión o plan de actuación en el ámbito de las comunicaciones también forma parte de un documento más amplio que abarca todos los aspectos del trabajo del museo, principalmente del plan comercial o corporativo de éste.

La diferencia, es que el plan conceptual identifica los objetivos a largo plazo y el plan de difusión, dentro del plan comercial, debe abocarse a los objetivos alcanzables y prioritarios dentro de un período de tiempo (3 a 5 años aproximadamente). Esto implica que un plan de difusión debe identificar y asumir sólo proyectos específicos (como por ejemplo la creación de una nueva galería) basándose en la experiencia, estudios de viabilidad y cálculos de costos, dentro de un tiempo determinado.

El conjunto de todos estos planes anteriormente nombrados, constituye un plan integrado que, a través de proyectos, actividades dirigidas más la suma de esfuerzos, permita alcanzar los objetivos deseados.

3.4. Imagen del museo, Marketing y diseño

3.4.1. La imagen del museo

Si bien, anteriormente se hizo mención de la importancia de la imagen del museo en lo que respecta a la política de comunicaciones y a la relación entre el museo y el público, es necesario profundizar sobre este tema ya que a pesar de su importancia, mucha gente tiene una imagen poco positiva de los museos.

Muchas veces se usa el término “pieza” de museo en forma despectiva, refiriéndose a algo anticuado, raro o insólito, o por otra parte, se asocia el museo a algo aburrido, a un lugar sin vida, con exposiciones que nunca cambian y poco atractivas. Por desgracia, esta impresión se origina porque en la actualidad muchos de ellos realmente sí lo son. Incluso, gran parte del personal de los museos es poco comunicativo y poco receptivo hacia el público, lo que empeora esta situación, ya que mucha gente recuerda su última visita a un museo como una experiencia poco afortunada lo que termina por perpetuar esta lamentable imagen pública.

La formación de una imagen resulta del aumento o disminución ya sea de las influencias positivas o negativas que se tengan sobre el objeto o institución en cuestión. Es por esto, que un museo debería identificar todos aquellos elementos que pudieran tener una influencia negativa sobre el público que lo visita, con la intención de eliminarlos en la medida posible, y al mismo tiempo identificar y potenciar sus aspectos positivos.

Dentro de ellos, un aspecto fundamental para la imagen del museo es la propia identidad. En ella se reúne el conjunto de características que lo personalizan y además, ésta puede unirse con su marketing, a la imagen global que el museo desea ofrecer. En este caso, la identidad está relacionada con la clase de museo y con los materiales que se exponen. Todos los museos, sean nacionales, universitarios, regionales, locales o privados, tienen una identidad adecuada a su clase y también a su tipo de colecciones, que son finalmente lo que le confiere al museo su peculiaridad. Otras influencias son el tipo de edificio en el que se ubica el museo (si es de época o antiguo) y su localización (en una ciudad grande, media o pequeña).

Pero sin duda, lo más importante en relación con la imagen del museo es el punto de encuentro entre éste y su público, las distintas formas en que la gente se acerca al museo y los factores que influyen en la forma en que la gente los ve. Dichos factores han sido identificados, estudiados y clasificados en áreas principales que incluyen el diseño, la publicidad, los servicios y prestaciones, el trato con el personal del museo y el entorno.

El diseño

En este contexto, el diseño se entiende básicamente como la apariencia visual, y como tal, está presente en la mayor parte de las actividades del museo. Esta apariencia visual puede estar reforzada por otros factores de la imagen, como el estilo del edificio concreto o por la identidad corporativa que normalmente implica un isologotipo o marca. Esta identidad permitirá, cuando figure aislada, identificar la institución y por otra parte, cuando se utilice junto con otros materiales, servirá como elemento de unificación de todos aquellos canales de comunicación que el museo pudiera emplear.

Esto permitirá al público identificar rápidamente el material del museo y por su visión repetida mantener la identidad del museo como una organización activa

ante la opinión pública, lo que además implica una promoción de su imagen.

El tipo de diseño que un museo seleccione para su uso, pasará a conformar parte de su estilo, por lo que debiera adoptarse en todas las áreas del museo, en el diseño interior y las salas de exposiciones.

La Publicidad

La publicidad generada en un museo, debe ser un intento consciente de utilizar los medios más efectivos para promocionar la imagen elegida, por lo que el material que se diseñe (identidad corporativa y otros) determinará en gran medida la forma en que las personas percibirán el museo, sin que necesariamente lo hayan visitado. De la Publicidad dependerá la forma en que el museo será visto y también el tipo de gente que se vea inducido. Eso sí, es necesario tener un especial cuidado con la publicidad que nace espontáneamente y con la publicidad negativa, que pueden provocar consecuencias serias al momento de reforzar la imagen.

Servicios y prestaciones

La imagen de un museo también se reflejará en la variedad y en el tipo de servicios que ofrezca por lo que las exposiciones que se compongan con las colecciones del museo serán un apoyo fundamental. El tipo de material expuesto y la forma en la que está expuesto, jugarán un papel importante al momento de determinar el carácter del museo y contribuyen enormemente a formación de la imagen general del museo. Por ejemplo, el estilo de la presentación y la comunicación (elección del idioma que se utilice,

Otros servicios públicos como cafetería, baños o tiendas también juegan un papel importante como puntos de encuentro entre el museo y su público, ya que el tipo de comida que se ofrezca, la preocupación y mantención de los baños y los

productos que se puedan adquirir en las tiendas también proyectan una imagen.

El entorno

Dentro de la importancia del diseño, la apariencia exterior del museo, no sólo en términos de diseño sino también en la atmósfera que crea (atractivo, confortable, agresivo o incluso inexistente) también contribuyen en la creación de la imagen, sobre todo por su efecto inmediato en el público. Y dentro de ésta, por supuesto, juega un rol importante el mantenimiento, la limpieza y la actitud del museo hacia el cuidado de las colecciones y la preocupación por los visitantes.

El trato con el personal del museo

Todos los empleados del museo, cualquiera sea su nivel o su papel, son los representantes directos del museo ante el público, por lo tanto, cada vez que una persona del público se contacta con un miembro del museo, la impresión que éste se lleve será significativa y repercutirá indudablemente en la imagen que tenga del museo.

La idea consiste en que el personal de todos los niveles del museo, se sientan a gusto al momento de tratar con el público y sean capaces de comunicarse de forma efectiva y cortés con él, ya que son ellos los que juegan el rol más importante en términos de relaciones públicas del museo. El comportamiento que tenga el personal que trabaja en el museo (recepción, informaciones, guía entre otros) y los responsables de las relaciones con los medios de comunicación (declaraciones públicas o portavoces) debe ser cortés, profesional, educado y amistoso, dando a entender que ésa es la forma en que el museo quiere ser visto.

En conclusión, el museo tiene que estar consciente del papel importante que juegan todas las áreas anteriormente nombradas en la determinación de su imagen. Sin embargo, sería erróneo asociar la imagen solamente a estos factores ligados al

trato del museo con el público. El museo además, debe estar constantemente haciendo una revisión sobre como lo perciben sus clientes, como quiere que lo perciban y como cree que lo perciben, lo que implica un trabajo profesional y sostenido sobre la forma de llevar sus asuntos.

3.4.2. El marketing del museo

Para muchos museos, el fenómeno del marketing no es nuevo y están conscientes del beneficio que éste trae consigo. Muchas personas tienden a pensar que el marketing y la publicidad son la misma cosa, pero la publicidad, por más importante que sea, sólo es un aspecto más del marketing.

El marketing tiene más que ver con la importancia y preocupación que el museo le da a sus visitantes, conocerlos, saber quiénes son, de dónde vienen y cuáles son sus intereses, utilizando la información obtenida para llevar a la práctica los cambios correspondientes en el servicio ofrecido.

El museo vive en un constante clima de cambio, ya sea debido a las presiones económicas a las que se ve sometido o a la creciente competencia que debe enfrentar. En consecuencia, los museos deberán tener en consideración el marketing si quieren tener éxito en las presentes circunstancias.

El marketing es un concepto en el mundo de los negocios que pone al cliente en el centro mismo de la actividad, lo que implica un proceso cíclico que se basa en investigaciones de mercado, en el desarrollo del servicio o producto, en la venta y en la promoción, en el control de calidad y en el servicio post-venta. En definitiva se trata de identificar, anticipar y afrontar las necesidades de la comunidad (o de un grupo y/o clientes dentro de ella), con un servicio que es compatible con los objetivos y finalidades del proveedor. «El Marketing combina diferentes actividades

diseñadas para evaluar, servir y satisfacer las necesidades de los consumidores y al mismo tiempo alcanzar los objetivos de la organización».⁽⁹⁾

Esto supone, lo que se exponía anteriormente, de que una organización que adopte un enfoque de marketing debe ser flexible y dinámica ante los posibles cambios.

3.4.3. La naturaleza del diseño del museo

El diseño del museo está relacionado con la función y la forma de cada una de sus facetas como organización, ya que abarca cualquier evidencia tangible de las actividades del museo.

La función específica del museo de presentar, exponer e interpretar las colecciones, exige una especialización de diseño en parte ambiental o arquitectónico, pero debiera incluir también las distintas disciplinas asociadas con el diseño de comunicación, diseño industrial y diseño de productos.

El diseño es un proceso que requiere muchas consideraciones y decisiones, donde muchas están relacionadas finalmente, con el uso de recursos (humanos y materiales) que constituyen el costo de producción del diseño. Un buen diseño no será necesariamente barato, pero su producción deberá resultar económica. Lo más importante es que éste sea eficiente, esté bien hecho, sea seguro, fácil de mantener y evidentemente sea grato a la vista. Un error en alguno de estos aspectos no sólo podría producir un daño temporal sino también la pérdida de apoyo y respeto por parte del público.

Por lo tanto, sería importante y prudente que el complejo proceso de diseño estuviese a cargo de profesionales y expertos en el tema del diseño. Este proceso incluye las siguientes áreas de trabajo:

1) La ubicación del museo: que incluye la disposición de los jardines, equipamientos públicos, ubicación de exposiciones exteriores, imagen externa del edificio, señalización externa y banderas o pendones.

2) Espacios interiores: plano general, organización, equipamiento, espacios dedicados al personal, talleres, estudios, laboratorios, almacenes, restaurantes, tiendas, guardarrope y todo los equipamientos de áreas públicas dentro del museo.

3) La presentación y exposición de las colecciones: que incluye todo el diseño y la coordinación del entorno en que los objetos se ven, el soporte físico de los objetos. Exposiciones temporales o permanentes, iluminación, seguridad y necesidades climáticas.

4) Apoyos interpretativos: Diseño de gráficos para las exposiciones incluyendo rótulos, diagramas, mapas, esquemas, ilustraciones y fotografías. Presentaciones audiovisuales, catálogos y folletos. Programas de computadores para la interpretación. Tecnología educativa.

5) Publicaciones y Souvenirs: Diseño de guías, bolsas de material didáctico, libros, carteles, figuras. Material de oficina. Objetos de regalo, decorativos y reproducciones.

6) La imagen del museo y la publicidad: implica la identidad visual tal y como se presenta al público, la señalética, anuncios de prensa, carteles, folletos y anuncios publicitarios.

7) Actividades de promoción: Actuaciones en directo, festivales, ferias y/o desfiles.

⁽⁹⁾ KOPPLER, PETER G. 1986. Marketing Management and Museums. Journal of the Canadian Museums Association.

3.4.4. El diseñador de museo

El diseño ha sido descrito como la resolución de problemas y la organización de elementos con una finalidad. Un buen diseño es evidente cuando una solución satisface un conjunto de criterios funcionales, estéticos y económicos en su manufactura y uso. Por lo tanto, el diseñador, para actuar con éxito, debe tener un dominio adecuado de las destrezas básicas del diseño en la identificación de problemas, el análisis de éstos y la solución.

La variedad de áreas de trabajo en un museo expuestas anteriormente pueden ser divididas en dos grandes categorías de diseño claramente distintas:⁽¹⁰⁾

□ **El diseño de comunicación, diseño gráfico o diseño bidimensional**, que se relaciona principalmente con imágenes gráficas y tiene su aplicación dentro de un museo en áreas como diseño de anuncios, diseño de publicidad, diseño audiovisual, diseño de comunicación, diseño asistido por computador, diseño de tecnología educativa, películas, video y televisión, diseño gráfico en general, diseño de información, tecnología, fotografía, tipografía y fotocomposición y finalmente en áreas de comunicación visual.

□ **Y el diseño industrial o diseño tridimensional**, que está relacionado con la utilización de materiales para formar estructuras y entornos, donde los distintos tipos de trabajos pueden ser el diseño arquitectónico, diseño de exposición, diseño de entornos, diseño de organización de espacios, diseño de muebles, diseño de paisaje y jardín, diseño de iluminación, diseño de productos, diseño espacial y finalmente diseño de escena.

El diseño de exposiciones entonces, podría considerarse casi único, al combinar ambos tipos de diseño o al combinar los elementos de ambos tipos de diseño, bidimensionales y tridimensionales. Esta naturaleza multidisciplinaria dentro del

museo, obliga a que el diseñador de museo no se forme rápidamente, sino que luego de una formación inicial en alguna de estas disciplinas, éste vaya adquiriendo experiencia en el trabajo en el museo a medida que va resolviendo los problemas de diseño que se presenten.

3.4.5. La exposición como medio de comunicación

Dentro del contexto de la comunicación, la exposición debe definirse como una muestra con una finalidad, siendo ésta, influir en el espectador de una forma determinada por lo que, como medio de comunicación, las posibilidades que la exposición ofrece son ilimitadas. Sin embargo, lo más importante dentro de una exposición es saber estimular al visitante, llamar la atención de éste, y para esto, es necesario convertir los objetos expuestos en algo atractivo.

Existen distintos tipos de exposiciones (permanentes, temporales, especiales o itinerantes) y de diferentes clases (emotivas, didácticas y/o de entretenimiento). Además de estas clasificaciones sencillas, las exposiciones pueden pertenecer a otra categoría más específica (interactiva, reactiva, dinámica, centrada en el objeto de exposición, sistemática, temática o participativa). Estas diferentes clasificaciones o categorías no son excluyentes entre sí, por lo tanto, en una misma exposición se pueden reunir elementos de cada una de ellas.

Lo más importante, es que el diseñador tenga bien claro el o los enfoques que se le quieran dar a la exposición, ya que dependerá de este enfoque las decisiones que se tomen en el ámbito de diseño.

(10) BELCHER, MICHAEL . 1994. Organización y Diseño de Exposiciones: Su relación con el museo Ediciones Trea.S.L.

3.4.6. Los componentes de una exposición

En el desarrollo de un proyecto de exposición existe un gran número de componentes sobre los cuáles es necesario ir tomando decisiones. Lo más deseable es que sean tomadas por un equipo multidisciplinario del museo donde obviamente debe participar el diseñador.

Éstos componentes corresponden a:

- **La vitrina del museo;** establece y delimita el contexto en el que habrán de ser vistos los objetos expuestos. Sus funciones principales son proteger los objetos de robos y daños, mantener temperatura, humedad y luz estable para proteger los objetos sensibles a éstas, ofrecer un marco y soporte para los objetos y establecer un modelo de circulación dentro de la galería.
- **La iluminación;** es uno de los componentes más complejos y fundamentales de la exposición, ya que además de facilitar la visión, puede crear una atmósfera. La forma precisa con la que se deberá iluminar una exposición, dependerá básicamente del efecto que el diseñador quiera crear y de las exigencias de los objetos.
- **El color;** al igual que la iluminación, es uno de los componentes más relevantes en todas las exposiciones por lo que merece una atención especial. El color, visto desde la perspectiva del grafismo en una exposición, no es solamente un simple efecto visual de superficie. Por esto, cuando el diseñador establezca un esquema de colores deberá considerar aspectos como la psicología y el simbolismo y también tener ciertos conocimientos de la teoría del color. Es importante mencionar que muchas veces, la elección del color puede depender en cierta forma del gusto individual o de la moda del momento. Sin embargo, lo primordial

es que la elección del color esté acorde a la naturaleza, exigencias y atmósfera de la exposición en particular.

- **Las artes gráficas en la exposición;** en la actualidad, un tema bastante discutido es la importancia que se le debe dar a las artes gráficas en una exposición. Sobre todo, porque la utilización de éstas, genera una disyuntiva en aquellos que creían que el objeto propiamente tal era suficiente para generar una experiencia educativa en el visitante.

Sin embargo, la utilización de medios de interpretación como complemento, ha adquirido una enorme popularidad debido al considerable potencial que ésta supone al ofrecer al visitante información anexa y contextual de los objetos que se exponen. Estos soportes gráficos de la exposición incluyen los rótulos, paneles con textos, fotografías, ilustraciones, planos y diagramas, por lo que juegan un papel central en el proceso de comunicación visual.

Lo importante es asegurarse de que estos medios de interpretación se utilicen en forma selectiva, consiguiendo un equilibrio satisfactorio entre los objetos expuestos y los medios de comunicación y así asegurar la efectividad y el éxito de la exposición.

- **Las maquetas;** es un componente que permite la reproducción de objetos aparte de la exhibición de los objetos reales en una exposición. Estas se deben utilizar siempre y cuando sea extremadamente necesario (por ejemplo para representar, ampliar o reducir objetos que de otra forma serían difíciles de ver), ya que el uso excesivo de maquetas podría poner en duda la veracidad de la exposición y de los otros objetos que la componen.

□ **El ritmo:** Es un elemento muy importante ya que corresponde al grado, intensidad y variedad de estímulos que el espectador enfrenta mientras atraviesa una exposición. El ritmo regula la exposición, y éste debe ser adecuado para garantizar que el recorrido no se tome monótono ni aburrido. Debe dar al visitante la sensación de estar en un constante descubrimiento y así su experiencia será placentera.

3.5. Lo audiovisual como medio de comunicación complementario

3.5.1. Justificación del uso de los medios audiovisuales

En una exposición, se pueden incluir y utilizar muchos otros medios para reforzar la experiencia del visitante. Entre éstos, las técnicas audiovisuales se están volviendo cada vez más importantes en las exposiciones contemporáneas.

«Los medios audiovisuales pueden llegar a ser un elemento necesario y, a veces, fundamental, sobre todo en aquellas exposiciones que tengan que ver con la ciencia, la tecnología, la historia o las ciencias naturales, donde la información se convierte en el eje central de la exposición y el objeto en mero recurso ilustrativo».⁽¹¹⁾ Por otra parte, los centros expositivos cada vez generan más información, convirtiéndose en verdaderos centros de datos, lo que implica recurrir a métodos para automatizar esta información y poder acceder a ella, incluso desde el exterior cada vez que se desee. Además, otra situación que se está generalizando cada vez más es que, tanto las Universidades como los Colegios están incluyendo estos medios audiovisuales en sus actividades académicas como referentes de investigación y estudio.

En una primera instancia, las presentaciones audiovisuales ofrecen un medio ideal a través del cual se puede ofrecer una información contextual sobre los objetos y ampliar la cobertura sobre el tema utilizando imágenes visuales y efectos sonoros. En segundo lugar, muchos visitantes en la actualidad esperan y muestran gran interés por recibir alguna presentación de este tipo ya que ayudan a cumplir una función de espectáculo.

Y por último, los avances tecnológicos han creado un medio más perfecto, fiable, y en muchos casos, más efectivo en relación con su costo respecto a presentaciones más antiguas basadas en medios mecánicos y menos sofisticados como lo son las diapositivas.

(11) JIMENEZ G, JULIAN. Los medios audiovisuales, Pág. 463 en RICO, JUAN CARLOS. 1999. “Los conocimientos técnicos: museo, arquitectura y arte”. Editorial Sílex

En lo que se refiere al procesamiento de este tipo de información, el lenguaje audiovisual suscita emociones que a su vez son portadoras de significaciones. Se comunican los conceptos en el hecho mismo de disfrutar las sensaciones. En consecuencia, lo audiovisual debe ser asumido como un lenguaje específico o forma de expresión diferenciada del lenguaje verbal, ya que además de transmitir ideas, se presta para motivar. Para lograrlo, debe ser integrado apropiadamente en un marco multimedia poniéndose al servicio de la comunicación y propiciando actitudes participativas en el espectador.

Todo lo expuesto anteriormente, termina por confirmar y consolidar al medio audiovisual como uno de los más adecuados en la era actual debido a las cualidades únicas que posee y ofrece. Sin embargo estas cualidades, muchas veces positivas y atractivas, pueden ser a la vez bastante restrictivas dependiendo de la finalidad con la que se emplee.

Existen dos planteamientos diferentes acerca del uso de los medios audiovisuales en un museo.

El primer planteamiento consiste en la utilización del medio audiovisual dentro del ámbito del museo, es decir, una presentación audiovisual que se proyecta dentro del espacio expositivo y que, al igual que los soportes gráficos antes nombrados, su finalidad legítima sería la de apoyar, ampliar e interpretar los objetos de la exposición. En este caso, son muchas las ventajas que ofrece una presentación audiovisual:

- 1) Permite sacar partido del poder visual de las imágenes a gran escala, que pueden ser a color y combinadas con animación y sonido lo que ofrece una experiencia atractiva y estimulante.
- 2) En la actualidad, la tecnología facilita el uso de presentaciones automatizadas y

programadas. Además los programas pueden reproducirse fácilmente y a bajo costo, e incluso repetirse y funcionar ininterrumpidamente.

- 3) Ofrece la oportunidad de incorporar fotografías e imágenes ya existentes.
- 4) Ofrece la versatilidad para combinar muchas técnicas distintas de imagen y sonido.
- 5) Permite comunicarse con uno o más visitantes a través de una sola proyección, ofreciendo presentaciones interactivas.

Pese a todas estas ventajas, este tipo de presentaciones puede presentar posibles desventajas como:

- 1) Un relativo alto costo de producción.
- 2) Un alto costo de soporte material.
- 3) La necesidad de un mantenimiento adecuado.
- 4) La necesidad de un espacio o zona de proyección dentro de la exposición.
- 5) Su naturaleza efímera, que en cierto modo priva al espectador de la oportunidad de reflexionar, revisar o seleccionar la información (aunque esto se puede corregir en cierto modo con la utilización de un interactivo).
- 6) El sonido que emite se puede convertir en una distracción para otros visitantes.

Lo fundamental en este caso, es que bien utilizado, este medio puede ser un aporte valioso para una exposición. En primer lugar, la capacidad que tiene el medio audiovisual para mostrar lugares, escenas y hechos refuerza la dimensión auténtica que tenga el tema de la exposición, lo que claramente es un beneficio. En

segundo lugar y lo especialmente valioso de este medio, es su capacidad para mostrar gente haciendo cosas y al mismo tiempo oír las hablar sobre ellas, permitiendo dar vida a gente y/o a objetos que en otro caso estarían inanimados.

Por otra parte, **el segundo planteamiento** acerca de la utilización de un medio audiovisual consiste en que, más allá de ser sólo un instrumento de apoyo de la exposición, los medios audiovisuales podrían dejar de ser sólo un vehículo de información y convertirse en el propio objeto de exposición. En este caso, la utilización de los medios audiovisuales traspasaría la barrera del espacio expositivo del museo, pero respondería igualmente a las necesidades del museo ya que esta documentación visual se establecería como auténtica referencia de las actividades que se desarrollen dentro de éste.

La razón fundamental para establecer este segundo planteamiento es que, actualmente, si algo mediatiza la actividad del hombre, es sin duda, la absoluta presencia de los Medios audiovisuales (MAV) en la vida cotidiana. Según Julián Jiménez, esta presencia no debe ser interpretada como algo negativo, sino más bien hay que aprovechar las posibilidades que los MAV tienen como lenguaje, para desarrollo del conocimiento. En general, se puede afirmar que con los medios audiovisuales es posible conocer e interpretar de una forma cotidiana la realidad, ya que permiten aumentar la eficacia informativa, facilitan la representación del conocimiento, posibilitan metodologías participativas y están próximos a los gustos del espectador, sobre todo de niños y jóvenes.

Todo lo expuesto anteriormente, termina finalmente por convencer acerca de la necesidad actual de utilizar estos medios audiovisuales en las exposiciones. Sin embargo, es necesario rescatar algo de ambos planteamientos, ya que aunque los dos se refieren al uso del medio audiovisual en un museo, responden a objetivos totalmente distintos.

En el primer caso, se explica que a la hora de utilizar una presentación audiovisual dentro del espacio expositivo de un museo, es importante y necesario tener un especial cuidado en que este tipo de presentaciones audiovisuales no se adueñen de toda la exposición, opacando los objetos reales y convirtiéndola en un simple entretenimiento. Y en el segundo caso, se postula que si esta presentación audiovisual traspasa los límites del espacio expositivo, ésta deja de ser un medio funcional propiamente tal, transformándose en un nuevo objeto de diseño de la exposición con las respectivas ventajas y potencialidades que esto implica en su uso externo al museo.

La importancia recae entonces, en que cualquiera sea el uso que se le dé al medio audiovisual, al igual que cualquier otro medio utilizado en la exposición, éstos deberán diseñarse y producirse como respuesta a los objetivos y necesidades del proyecto en cuestión, utilizando durante su desarrollo metodologías de diseño y profesionales acordes para poder así cumplir su función en forma efectiva.

3.5.2. Las tecnologías audiovisuales y los nuevos sistemas de almacenamiento de la información audiovisual

Según L. Gutiérrez Espada,⁽¹²⁾ los criterios para clasificar los medios audiovisuales responden a tres parámetros: Naturaleza Técnica; Ámbito Comunicativo y Lenguaje. De estos tres criterios se puede obtener una definición de Medios Audiovisuales como: aquellos medios mecánicos o eléctricos de transmisión o edición, que facilitan mensajes auditivos o visuales, utilizados separada o conjuntamente, para cumplir una función comunicativa.

Dentro de esta definición, existen diversos medios que cumplen con estas funciones, algunos más antiguos que otros. Por una parte, la fotografía se vale del lenguaje visual para representar la realidad, utilizando para ello un medio mecánico.

(12) GUTIERREZ ESPADA, L. 1979. Historia de los medios audiovisuales. Editorial Pirámide, Madrid.

Por otra parte, el diaporama, el cine y el video hacen un uso combinado del lenguaje visual y auditivo. Más tarde, la incorporación del computador como herramienta para generar información de este tipo revolucionó tecnológicamente el medio audiovisual, ya que permite que estos tipos de presentaciones sean controladas a través de un computador personal, para uso individual o para un sistema global de exposición. Estas exposiciones informatizadas permiten una interacción considerable entre el visitante y el tutor, lo que en la actualidad implica que un diálogo pregunta-respuesta pueda desarrollarse con facilidad.

Y por último, otro desarrollo relativamente reciente del que se espera una aplicación generalizada tanto en la industria como en la educación, es el videodisco interactivo. Aunque su elaboración implica un costo relativamente alto, para los museos, este hecho puede representar una ventaja que les permite beneficiarse de las excelentes oportunidades que ofrece el mundo de la enseñanza a distancia. Además, con la incorporación del computador se generó un verdadero revuelo en lo que respecta a los nuevos sistemas de almacenamiento de este tipo de aplicación audiovisual. El computador, tiene sus propios sistemas de almacenamientos, como los discos duros y los disquetes. Sin embargo, estos sistemas eran limitados cuando se manejaba mucha información (sobre todo imágenes), por lo que fue necesario pensar en otros soportes con mayor capacidad de almacenamiento. Así, aparecieron las bandas magnéticas en primera instancia y luego los discos ópticos, que permiten un acceso directo y rápido a la información, la grabación de imagen y sonido, son perdurables y aseguran una buena calidad en la reproducción.

Sin embargo, dentro de todas estas posibilidades, no existe una fórmula para seleccionar un determinado medio. Cada uno de ellos responde a características distintas y cada exposición tiene sus propias exigencias que serán las que finalmente determinen la utilización de un medio u otro.

3.5.3. Aplicación de la multimedia en Museos y exposiciones

Es sabido que cuando la gente visita un museo, lo hace con una predisposición a aprender, a experimentar y a recibir información. Las tecnologías multimedia ofrecen enormes posibilidades para diseñar exposiciones en las que el visitante sea un elemento activo y participativo. Se puede comprobar que muchos museos muestran en sus salas una parte de colecciones que se conservan archivadas. Un sistema multimedia interactivo, permite a los visitantes del museo acceder a cualquier información sobre piezas no expuestas y además, puede ser de gran ayuda cuando el museo es muy grande y el visitante solo desea ver una parte determinada, asesorar su recorrido mediante opciones de navegación.

A menudo, una exposición no puede mostrar todo lo que sus organizadores desearían, ya sea porque no se pueden exponer ciertos objetos o porque hay fenómenos de tipo natural que son imposibles de trasladar al lugar de la exposición, para esto los programas multimedia son piezas fundamentales donde se pueda mostrar todo esto a través de imagen, sonido (ambientación acústica), gráfica, y voz que vaya guiando en lo que se está viendo.

Otro aspecto que cumple la multimedia, es cuando se colocan puntos de información a los turistas que visitan un museo, donde los programas interactivos son útiles ya que pueden dar la información sobre aquellos aspectos que se solicitan sin tener que ver toda la información.

Finalmente, otro uso que se le puede dar a la multimedia, en lo que respecta a la documentación y archivos de un museo, es cuando los archivos a base de datos multimedia, están orientados a facilitar el almacenamiento de imágenes de cualquier tipo (ya sea en movimiento, estáticas o gráficas) y también sonidos.

La mayor parte de las aplicaciones que existen de este tipo, han sido desarrolladas

para preservar antiguas colecciones de imágenes, ya que con el paso del tiempo y las constantes manipulaciones estos documentos se deterioran sistemática e irreversiblemente.

3.5.4. La informática en el museo

Como ya se dijo anteriormente, la informática puede jugar un papel importante, apoyando y mejorando la experiencia expositiva, ya sea fuera del museo o dentro de él.

La aplicación de los computadores en el museo, tiene como finalidad llevar a cabo la divulgación del contenido expositivo más allá del espacio que lo alberga, mediante la distribución de réplicas informatizadas de las obras, generalmente en forma de imágenes digitalizadas. Con esto, se intenta que el usuario pueda visitar virtualmente el lugar de exposición y contemplar las obras con la mayor calidad que el medio utilizado le permita. En otros casos, se busca ofrecer al visitante del museo una experiencia distinta, permitiéndole buscar una obra concreta en el conjunto de datos del computador, ver colecciones ordenadas temáticamente o realizar una visita virtual más rápida de lo que podría ser en la realidad.

Es muy común que en estos casos, la información se presente en forma interactiva. Estas aplicaciones interactivas permiten mostrar una respuesta a cada una de las acciones que usuario ejecute sobre la aplicación. Así, en lugar de presentar la información de forma secuencial, de principio a fin, destinada a una audiencia pasiva, se programa el computador para que éste espere ordenes del usuario, quién irá decidiendo el curso que tomará la presentación.

Esta interactividad se utiliza frecuentemente acompañada por tecnologías multimedia, donde la multimedia es la presentación de la información de varias

formas a la vez por parte del computador, lo que permite conseguir una mejor comunicación con el usuario. A través de la multimedia, se puede estimular más de un sentido a la vez, como por ejemplo vista y oído por lo que sus aplicaciones hacen un uso intensivo de las imágenes en color, el audio y el video, creando una manera más excitante de interactuar con el contenido.

3.5.5. La exposición virtual

Además de las posibilidades que ofrece la multimedia explicadas anteriormente, se puede desarrollar mediante técnicas de simulación visual, una aplicación informática que permita a una persona visitar y moverse por un mundo virtual que contiene un espacio expositivo, viendo en la pantalla todo lo que sus ojos verían si estuviera físicamente dentro del espacio real de exposición. Normalmente esto se realiza mediante un plano del espacio, donde se encuentran localizadas cada una de las obras dentro de él. Así, mediante la interactividad en tiempo real (que consiste en una respuesta por parte del computador a una orden del usuario en forma instantánea), el usuario puede moverse dentro de este plano y abrir virtualmente las distintas obras para poder contemplarlas en su pantalla.

La ventaja que tiene este tipo de aplicación por sobre otras es que permite realizar montajes virtuales de exposiciones incluso cuando el espacio que va a utilizarse no exista aún en la realidad y por lo tanto, permite ver el espacio y la exposición tal y como será en el futuro.

3.5.6. Internet y la exposición

Si ya se han visto las distintas aplicaciones que permite la multimedia y la interactividad, la red de Internet y su rápido crecimiento permiten aún más infinitas

Capítulo 3: Museos

aplicaciones. Los museos de todo el mundo ya se han puesto a experimentar algunos métodos para utilizar Internet como un nuevo medio de comunicación.

La red Internet ofrece una gran ventaja por sobre los otros medios, ya que permite distribuir contenidos a todo el mundo simplemente dando a conocer la dirección de Internet y esperando a que los usuarios la visiten. El potencial de Internet consiste en poder aceptar visitas informáticas de usuarios del mundo entero que sin tener que viajar físicamente, pueden ver el contenido desarrollado.

En el caso específico de los museos, el desarrollo de un contenido para Internet sobre una exposición (que puede contener digitalización de las obras o no), se convierte en una de las formas más baratas y rentables para divulgar el museo, dar a conocer aspectos que atraigan visitantes a la exposición y también para que personas que se encuentran demasiado lejos sepan de su existencia. El único inconveniente de Internet es su lentitud en sus horas pico y la escasa calidad gráfica que probablemente mejore en un futuro no muy lejano.



«El mejor trabajo de un Diseñador de Interfaces, pasa desapercibido a los ojos del observador, es transparente»

Capítulo 4: Multimedia y Diseño

4.1. ¿Qué es Multimedia?

Multimedia es cualquier combinación de medios como texto, imágenes, sonido, animación y video ofrecida por un medio electrónico. Transmite una sensación de presentación rica en matices y detalles. Cuando se combinan todos los sensuales elementos de multimedia- imágenes y animaciones deslumbrantes, divertidos sonidos, atractivos videos- se estimulan los centros motores y emocionales de la mente de los individuos. Cuando además, se les ofrece un control interactivo de los procesos, su nivel de satisfacción sube drásticamente. Multimedia estimula la vista, el oído, los dedos y, lo que es más importante, la mente.⁽¹³⁾

Por lo tanto, la gran preocupación que se debe tener a la hora de crear un producto multimedia, es saber como crear y combinar cada uno de los elementos que lo conforman para conseguir el mejor de los resultados.

La producción de un proyecto Multimedia, o un sitio Web, requiere algo más que una gran creatividad y una alta tecnología. Es necesario también organizar y preocuparse de los aspectos meramente comerciales, es decir tener los permisos de los propietarios de los elementos que conformen el producto multimedia, ya sea textos de libros, imágenes, fragmentos de sonido o videos.

4.1.1. Definición de Multimedia

La Multimedia, también denominada integración de medios digitales, consiste en un sistema que utiliza informaciones almacenadas o controladas digitalmente (texto, gráficos, animación, voz y video) que se combinan en el computador para formar una única presentación.⁽¹⁴⁾

Cuando además se permite a un usuario final, es decir al público al cual va dirigido el proyecto multimedia, controlar qué elementos del proyecto va a examinar y cuando lo quiere hacer, se habla de *multimedia interactiva*. Y cuando se ofrece una estructura de elementos vinculados por los que el usuario puede navegar libremente, la multimedia interactiva se convierte en *hipermedia*.

Expuesto de esta forma, la definición de multimedia parece sencilla. Sin embargo, no es tan sencillo conseguir un producto final de este tipo, ya que es necesario conocer bien como confeccionar cada elemento individual y además saber utilizar las herramientas y tecnología multimedia del computador para lograr ensamblar correctamente y coherentemente dichos elementos.

El vehículo del software, los mensajes y el contenido presentados en un computador o televisión constituyen un *proyecto multimedia*. Si el proyecto va a ser distribuido o vendido a consumidores o usuarios finales, normalmente en caja o funda, o a través de Internet, con o sin instrucciones, se habla de un *título multimedia*. Por otra parte, el proyecto puede consistir en una *página o sitio del World Wide Web*, donde los distintos elementos multimedia se pueden ensamblar en documentos HTML (Hypertext Markup Language) o DHTML (Dynamic Hypertext Markup Language), utilizando *plugins* como Flash de Macromedia, LiveMotion de Adobe o Quicktime de Apple para presentar el trabajo multimedia a través de una aplicación *explorador* como Internet Explorer o Netscape Navigator.

Es importante mencionar que no es necesario que un proyecto sea interactivo para ser calificado de multimedia: los usuarios pueden limitarse sólo a ver u oír el producto en sus pantallas. En tales casos, se estaría hablando de *proyectos lineales*, que se reproducen de principio a fin. Cuando se ofrece al usuario la posibilidad de

⁽¹³⁾ VAUGHAN, TAY. 5ta Edición 2002. Multimedia: Manual de referencia. Madrid. Editorial Mc Graw-Hill, Osborne Media. 477 Págs.

⁽¹⁴⁾ DIAZ PEREZ, P; CATENAZZI, N; AEDO CUEVA, I. 1997. De la Multimedia a la Hipermedia. Editorial Alfaomega. 289 Págs.

controlar su navegación por el contenido, éste se convierte en un producto multimedia no lineal e interactivo, lo que constituye una potente puerta de enlace personal a la información.

Llegar a determinar cómo debe interactuar y navegar un usuario en el contenido de un proyecto requiere una gran atención al mensaje, el guión, los elementos artísticos y programación, ya que el proyecto completo puede ser destrozado si la interfaz está mal diseñada o si su contenido es incorrecto o inadecuado.

Los elementos multimedia suelen ensamblarse para formar un proyecto, utilizando lo que se denominan *herramientas de preparación o de autor*. Estas herramientas otorgan una forma de programar al autor, y están diseñadas para manipular los elementos multimedia individuales y ofrecer la posibilidad de interacción al usuario final. Además de proporcionar un método para que los usuarios puedan interactuar con el proyecto, la mayoría de las herramientas de preparación multimedia ofrecen la posibilidad de crear y editar texto e imágenes, e incluyen extensiones que permiten controlar reproductores de videodiscos, cintas de video u otro periféricos habituales. Los sonidos y las películas suelen crearse con herramientas de edición específicas, y dichos elementos son importados posteriormente en el sistema de preparación multimedia para su reproducción.

El conjunto formado por el material que se reproduce y la forma en que éste permite interactuar al público es lo que se denomina *Interfaz Gráfica de Usuario* o GUI (Graphical User Interface). Esta interfaz básicamente contiene las reglas que gobiernan lo que debe suceder en respuesta a entradas del usuario, y a la vez, representa el escaparate gráfico que se le ofrece al usuario para su interacción con el producto multimedia.

El hardware y el software que imponen los límites de lo que puede tener lugar en dicha interacción son lo que se denomina *plataforma o entorno multimedia*.

4.1.2. Cuándo utilizar multimedia

La tecnología Multimedia resulta apropiada siempre que una interfaz humana permite establecer un canal de comunicación entre un ser humano e información electrónica de cualquier tipo. Multimedia enriquece las interfaces de computadores minimalistas basadas en texto, rinde un beneficio significativo al captar la atención y el interés del público y además, mejora la retención de la información. Ya que, cuando se combina de forma correcta, la multimedia puede llegar a ser sinónimo de entretenimiento en su grado más alto.

4.2. CD-ROM, DVD y la autopista multimedia

Multimedia requiere de grandes cantidades de memoria digital cuando se almacenan en el disco duro de un usuario final, o un gran ancho de banda, si se distribuye por medio de cables o fibra óptica a través de una red.

El CD-ROM (compact disc read-only memory o disco compacto de sólo lectura) ha emergido durante los últimos años como el medio de distribución más efectivo debido a su bajo costo y a la buena calidad de almacenamiento que permite de aproximadamente 80 minutos y hasta 700 MB de información, y a la vez, pueden servir para distribuir mezclas de imágenes, sonido, texto, video y animaciones controlados por un sistema de preparación multimedia, y ofrecer de este modo al usuario, la posibilidad de interacción ilimitada.

Por otra parte, el uso de la tecnología Multilayered Digital Versatile Disc (DVD) está cada día más generalizado, y permite aumentar la capacidad de almacenamiento de la tecnología óptica CD-ROM actual. Este nuevo medio es capaz, no sólo de

almacenar en su versión mínima 4,7 gigabytes de información, sino también de ofrecer video (MPEG2) y sonido de alta calidad en sonido surround, lo que permite elevar a la vez las expectativas productivas de los desarrolladores de multimedia y las expectativas de rendimiento de los consumidores. Existen dos tipos de DVD: DVD-Video y DVD-ROM. Sin embargo, «se cree que este último se desarrollará más rápidamente, ya que es muy posible que las aplicaciones especiales para la exploración digital sean las que abran el camino, donde hoy en día, los nuevos títulos multimedia interactivos y los juegos están demandando más capacidad».⁽¹⁵⁾

No obstante, por lo que se vislumbra a largo plazo, tanto el CD-ROM como el DVD quedarán como meras tecnologías transitorias de almacenamiento que se verán reemplazadas por nuevos dispositivos que no requieren componentes móviles. Conforme la autopista multimedia (red de telecomunicaciones) se vaya abriendo camino y se facilite la conexión entre usuarios, el cableado de cobre, la fibra óptica y las tecnologías de radio /celulares prevalecerán como medios de distribución estándar para la Multimedia Interactiva.

4.3. Componentes de las aplicaciones Multimedia

4.3.1. Texto

El texto en una aplicación multimedia, puede ser utilizado como un elemento individual o para profundizar en contenidos más complejos, lo cual no se puede lograr a través del sonido, la voz o imágenes. Un elemento individual de texto en un menú acompañado por una acción requiere mucho menos aprendizaje y es más limpio y efectivo.

En multimedia, se debe utilizar texto para títulos y encabezados (de qué se trata el tema), para menús (dónde ir), para navegación (cómo llegar a otro sitio) y para el

contenido (lo que se ve al llegar al destino). Los textos, utilizados desde una perspectiva para crear hipertextos, menús de navegación, botones para interacción, documentos HTML y símbolos e iconos, forman parte de la Interfaz gráfica de usuario de un proyecto. Es a través de estos elementos, que el usuario puede interactuar dentro del espacio de acción y las decisiones que se tomen desde el punto de vista del diseño (como la elección de un tamaño de fuente o del número de titulares que se pongan en una pantalla), deben estar relacionadas tanto con la complejidad del mensaje como con su ámbito de difusión.

4.3.2. Sonido

El sonido es quizás el elemento más sensual de un proyecto multimedia, ya que permite ofrecer al público el placer de escuchar música, el sorprendente acento de los efectos especiales o bien una atmósfera ambiental determinada. Es tan importante, que la forma en que se utilice el poder del sonido puede marcar la diferencia entre una presentación multimedia ordinaria y otra profesionalmente espectacular.

Para la digitalización de sonido, es necesario utilizar tarjetas que conviertan una entrada sonora, creada por un micrófono o por un reproductor en una señal digital que pueda ser almacenada por el computador. Las mejores tarjetas están diseñadas con procesadores de señal (DSP, Digital Signal Processing), que hacen posible la grabación, reproducción y edición eficiente de sonidos.

Además, todas las tarjetas ofrecen aplicaciones de grabación y reproducción por muestreo digital, sólo se diferencian en la frecuencia de toma de las muestras, lo que obviamente influye en la calidad de sonido final y además, incorporan amplificadores con salida a altavoces lo que permite conseguir una reproducción de sonido con calidad profesional.

⁽¹⁵⁾ OOSTERVELD, HAN, Presidente de Philips Key Modules. 1996.
En Discurso de apertura del CeBIT: 13 de Marzo de 1996. Alemania

Los sonidos digitalizados, pueden ser editados de tal forma que cambien sus características de manera interactiva, utilizando filtros para modificar el sonido seleccionado y mezclando distintos sonidos.

Por otra parte, las tarjetas pueden producir música y sonidos empleando el MIDI (Musical Instrument Digital Interface), lo que permite mayor creatividad en el escenario o estudio, y además la composición de música.

El MIDI es un lenguaje de comandos con el cual el computador puede comunicarse con instrumentos musicales, formado por un total de 16 canales numerados que pueden recibir y emitir información. Su protocolo permite pasar descripciones detalladas de una partitura musical, como las notas, las secuencias de notas y los instrumentos que deben reproducirlas. A través del MIDI, el computador puede pedirle a un sintetizador que cambie el sonido o volumen, que controle la modulación, indicarle los puntos de inicio y de parada de una partitura o posición dentro de una canción y además indicarle el modo de transmisión de la información. Sin embargo, los datos MIDI no son sonido digitalizado, sino más bien una representación abreviada de la música, almacenada de forma numérica que da como resultado el sonido. El audio digital es una grabación que depende solamente de la capacidad del sistema de sonido, mientras que el MIDI es una partitura que depende de ésta y además, de la calidad de los instrumentos musicales.

En contraste con los datos MIDI, el **audio digital** corresponde a la representación real del sonido, almacenado en formato de miles de números individuales (muestras). Aquí, los datos digitales representan la amplitud instantánea (o tonalidad) de un sonido a intervalos de tiempo discretos. El audio digital permite digitalizar sonidos a partir de cualquier fuente, ya sea natural o pregrabada como por ejemplo, de un micrófono, sintetizador, grabaciones en cinta existentes, radio en directo o programas de televisión y CD populares.

Aunque los archivos MIDI poseen varias ventajas frente al audio digital –son más compactos, su tamaño es claramente más pequeño por lo que ocupan menos memoria y se cargan y se reproducen más rápidamente cuando están integrados en la Web y por último se puede cambiar la longitud del archivo sin alterar la tonalidad de la música ni degradar la calidad del audio- tiene sus inconvenientes, ya que al no representar sonido sino que instrumentos musicales, su reproducción fidedigna estará garantizada solamente si el dispositivo reproductor MIDI es idéntico al utilizado en su producción y además, la reproducción de la voz y de diálogos no es fácil. Indudablemente, es necesario tener en cuenta estas desventajas al momento de realizar la parte sonido de un proyecto multimedia, ya que de esto dependerá la elección entre datos MIDI o audio digital.

4.3.3. Imágenes o gráficos.

Una pantalla Multimedia está conformada por una composición de elementos visuales como texto, símbolos, mapa de bits de tipo fotográfico, gráficos vectoriales, representaciones en tres dimensiones, botones distintivos para hacer clic y ventanas de video animado, construidos cada uno de ellos con las herramientas de software correspondientes. Incluso, muchos de estos componentes pueden cambiar de posición y tamaño a través de una animación, de modo que la pantalla nunca quede quieta, tentando así constantemente la vista del usuario del proyecto multimedia.

El mapa de bits se utiliza para crear imágenes fotográficas realistas y para dibujos complejos que requieran mucho detalle. Esta imagen de mapa de bits, está compuesta por un conjunto de elementos individuales llamados píxeles.

Para conseguir un mapa de bits se puede: Crear el mapa de bits partiendo de cero con un programa de dibujo o de pintura; Capturar el mapa de bits de la pantalla del

computador con un programa especial de captura de pantallas y pegándolo en un programa de pintura u otra aplicación; Capturar el mapa de bits a partir de una fotografía, ilustración o una imagen de televisión a través de un escáner o dispositivo de captura de video que digitalice la imagen o bien, capturarlo a través de una cámara digital.

Los objetos vectoriales se utilizan para crear líneas, recuadros, círculos, polígonos o para cualquier figura que pueda ser expresada a través de un vector, es decir, una línea descrita mediante ángulos, coordenadas y distancias. Este objeto dibujado, además, puede rellenarse de colores y patrones.

Estos objetos vectoriales se dibujan en la pantalla del computador usando una mínima parte de la memoria que sería necesaria si se tratara de un mapa de bits, por lo que en la web, los gráficos vectoriales se descargan mucho más rápido que los mapas de bits.

Ambos tipos de imágenes pueden ser almacenados en distintos formatos de archivos (convirtiendo incluso un dibujo vectorial en mapa de bits) y pueden ser trasladados de una aplicación a otra y de una plataforma a otra.

Y por último, **los dibujos en 3D**, son objetos modelados en perspectiva a través de una aplicación de dibujo 3D, que a su vez están conformados por elementos más pequeños como bloques, cilindros, esferas o conos (descritos usando la fórmula matemática de los ejes X, Y y Z) y que conllevan propiedades como color, forma, textura, sombra y ubicación. El conjunto de distintos objetos 3D, conforma una escena 3D.

4.3.4. Animación

La animación permite añadir un impacto visual a los proyectos multimedia y a las páginas Web, lo que implica captar la atención del observador y a la vez, resaltar algunos elementos. Se puede animar todo un proyecto o bien sólo algunos elementos específicos del mismo, dependiendo del tipo de proyecto que se trate, y de la cantidad de información que se desee comunicar.

La mayoría de los paquetes de creación multimedia ofrecen efectos visuales y transiciones predeterminadas como barridos, fundidos, zoom y atenuaciones que permiten obtener en cierto modo animaciones primitivas. Pero la verdadera animación va mucho más allá de esto.

Los programas de animación por computador, suelen utilizar la misma lógica y conceptos procedimentales que la *animación con celo* (técnica utilizada por Disney a través de una serie de gráficos progresivamente diferentes en cada fotograma de la película), donde se utilizan capas, fotogramas clave (primer y último fotograma de la acción) y técnicas de interpolación (serie de fotogramas que aparecen entre los fotogramas clave). Luego, se establece una velocidad de fotogramas por segundo logrando así convertirlos en una película animada.

Entre los formatos de archivos de animación, se encuentran los de Director (.dir y .dcr), AnimatorPro(.fli y .flc), 3d Studio Max (.max) SuperCad y Director (.pics), Windows Audio Video Interleaved Format (.avi), Macintosh Time-Based Data Formato (.qt y .mov), Motion Video (.mpeg o .mpg), CompuServe (.gif) y Flash (.swf).

Debido a que el tamaño del archivo es un factor crítico a la hora de descargar y reproducir las animaciones en páginas Web, es necesario tener muy en cuenta la compresión del archivo en su preparación para la Web. Por ejemplo, un archivo

de película de Director debe ser procesado y comprimido en un archivo de animación Shockwave propietario (.dcr) para publicarlo en la Web, lo que reduce el peso del archivo y acelera significativamente la velocidad de descarga y visualización a través de Internet.

Las animaciones captan la atención del observador y permiten resaltar los elementos. Sin embargo, si es aplicada de forma indebida, ésta puede convertirse rápidamente en un elemento trillado. Por lo tanto, es necesario tener mucho cuidado y moderación a la hora de incorporar animaciones en un proyecto multimedia, si se quiere conseguir un buen impacto.

4.3.5. Video

Actualmente, el video en movimiento es un elemento multimedia que puede crear un fuerte impacto y cautivar profundamente el interés del público al cual va dirigido. De todos los elementos multimedia, el video digital es uno de los más fascinantes y constituye una poderosa herramienta para acercar a los usuarios de computadores al mundo real. Además, ofrece un medio efectivo para distribuir productos multimedia a la audiencia televisiva. Y por último, los elementos de video incorporados a un proyecto, permiten presentar de manera efectiva los mensajes o reforzar la historia, facilitando a los observadores retener el contenido de la presentación.

De todos los elementos multimedia, el video es el que requiere una mayor capacidad de procesamiento y memoria de un computador.

Los estándares y formatos de video están siendo constantemente actualizados conforme al desarrollo de las nuevas tecnologías.

Las fuentes de video más comunes (cinta en formato VHS o Betacam) son de

naturaleza analógica, por lo que, para manipular las imágenes en el computador o mezclarlas con texto, gráficos, sonido y/o animación, sus señales deben ser digitalizadas y comprimidas. Estas funciones se realizan mediante el uso de tarjetas capturadoras de video (o tarjeta de superposición digital de video) las cuales capturan y procesan información videográfica, almacenándola, editándola y visualizándola o bien, mediante el uso de cables FireWire, los cuales traspasan la información directamente al disco.

Sin embargo, hoy en día, el video digital ha suplantado al video analógico como método preferido para su uso en multimedia, ya que es capaz de producir excelentes productos finales con un costo mucho menor que el video analógico. Así, una cámara digital conectada directamente a una estación de trabajo elimina la degradación de la imagen que conlleva la conversión de analógico a digital y además ofrece la ventaja de la producción y edición de video no lineal a los usuarios.

Por otra parte, si un video clip es grabado como datos (video digital) en el disco rígido, en un CD-ROM, DVD u otro medio de almacenamiento masivo, dicho clip podrá ser reproducido en el monitor del computador - sin necesidad de estas tarjetas de superposición, reproductores de video ni monitores adicionales- a través de softwares como QuickTime, AVI o superDVD.

Actualmente, con la introducción de los reproductores DVD, se ha generado una integración entre la televisión (tecnología analógica) y el computador (tecnología digital).

En lo que respecta a la compresión de videos digitales, existen distintos sistemas de compresión basados en la utilización de codecs (codificadores / decodificadores). Un codec es un algoritmo que permite comprimir un video para su distribución y decodificarlo en tiempo real para conseguir una reproducción rápida.

Dentro de los métodos más utilizados para la compresión de video, se encuentra el MPEG (Motion Picture Experts Group), que es uno de los métodos más estándar para codificar imágenes en movimiento debido a su amplia aceptación tanto en Internet como en DVD-Video. La esencia del MPEG, es lograr la interoperabilidad para el usuario, es decir, que el usuario esté seguro de ser capaz de utilizar el contenido sin ser importunado por formatos incompatibles.⁽¹⁶⁾

4.4. Elementos necesarios para crear Multimedia

Para crear multimedia se necesita *hardware*, *software* y *buenas idea*. Para crear buena multimedia hace falta talento y destreza. Y finalmente se necesita *organización* y *un equipo de trabajo* para mantener un orden respecto a los elementos que componen el contenido multimedia.

4.4.1. Hardware

La estructura que debe tener una plataforma multimedia, debe estar compuesta por un computador, formado por una Unidad Central de Procesos (CPU) y una interfaz gráfica, el cual está conectado a una serie de dispositivos que le permiten utilizar cualquier tipo de información tales como imágenes, sonido y videos, que una vez comprimidos se guardan en sistemas de almacenamiento masivo, ya sea como recurso propio o ubicado dentro de una red de computadores.

Las dos plataformas más significativas para la producción y distribución de proyectos multimedia corresponden a Macintosh OS de Apple o cualquier PC de IBM o clónico basado en Intel con sistema operativo Microsoft Windows. Estos

computadores, con sus interfaces gráficas de usuario y con sus millones de usuarios repartidos por todo el mundo, son los que suelen usarse con más frecuencia para el desarrollo y distribución de multimedia. Además, Macintosh y PC ofrecen una interesante combinación de accesibilidad, disponibilidad de software y presencia a nivel mundial.

Aunque la plataforma Macintosh ha ido perdiendo cuota de mercado en beneficio de Windows, su sistema operativo resulta, en muchos aspectos, más amigable para la producción multimedia, y las plataformas de Hardware que ofrece Apple están mejor preparadas para manejar edición de audio y video.

Los principios básicos para la creación y edición de elementos multimedia son los mismos para Macintosh y para PC. Un mapa de bits o un sonido digitalizado siguen siéndolo, independiente del método o herramienta usada para crearlos o reproducirlos. Además, hay muchas herramientas de software que permiten convertir imágenes, sonidos y otros archivos multimedia del formato Macintosh a Windows y viceversa, utilizando formatos de archivo conocidos, o bien archivos compatibles a nivel binario, que no requieren ningún tipo de conversión.

Las plataformas de producción Windows y Macintosh

Desde un comienzo, Macintosh ha sido siempre, por definición, un computador multimedia.

Sin embargo, la selección de la plataforma idónea para desarrollar un proyecto multimedia puede basarse en preferencias personales, restricciones presupuestarias, requisitos de distribución o tipo de material y contenido del proyecto. Muchos desarrolladores creen que realizar un proyecto multimedia es más fácil en Macintosh que en Windows. No obstante, hoy en día las herramientas hardware y de creación multimedia para Windows han mejorado mucho, logrando

(16) INTERNATIONAL ORGANISATION FOR STANDARDISATION. KOENEN, ROB. 2001.

«From MPEG-1 to MPEG-21: Creating an Interoperable Multimedia Infrastructure»

www.chiariglione.org/mpeg/from_mpeg-1_to_mpeg-21.htm

así igual la facilidad de trabajo en ambos entornos y compitiendo con Macintosh en la distribución de excelentes presentaciones multimediales.

La plataforma Macintosh

Todos los Macintosh pueden grabar y reproducir sonidos desde fábrica. Muchos incluyen hardware y software para digitalizar y editar video y producir discos DVD. Poseen capacidad gráfica de alta calidad con su configuración básica. Pero, a diferencia del entorno Windows, para operar en cualquier aplicación, Macintosh necesita un mouse. Ahora, una de las desventajas de esta plataforma, es que los equipos de producción ideal normalmente se encuentran lejos de los presupuestos ordinarios, pero afortunadamente, todos los modelos de Macintosh hoy en día tienen un rendimiento más que suficiente para el desarrollo de productos multimedia.

La plataforma Windows

A diferencia del computador Apple Macintosh, un computador Windows no es en sí mismo un equipo monolítico, sino más bien una colección de componentes que se ensamblan según los requisitos del sistema operativo Windows. Fuentes de alimentación, procesadores, discos rígidos, reproductores CD-ROM, componentes de audio y video, monitores, teclados y ratones -sin importar de donde procedan ni quien los fabrique- se ensamblan y se comercializan bajo distintas etiquetas o bien, uno mismo los puede ensamblar, con el consiguiente ahorro que esto implica.

Es importante mencionar que el equipo necesario para desarrollar un proyecto multimedia dependerá del contenido del proyecto, además de su diseño. Eso sí, claramente éste deberá ser lo más potente posible, con grandes cantidades de memoria RAM y espacio de almacenamiento, para poder utilizar efectivamente las herramientas que permiten crear cada uno de los componentes del proyecto multimedia e ir almacenando esos archivos.

4.4.2. Software

El software multimedia es el encargado de decir al hardware lo que debe hacer, desde mostrar un color, realizar una acción, mostrar un mensaje, reproducir un sonido o ejecutar una película digitalizada.

Herramientas de Software Básicas

El conjunto básico de herramientas para la elaboración de proyectos multimedia consta de uno o varios sistemas de producción y diferentes aplicaciones de edición para texto, imágenes, sonidos y video. Crear buenos productos multimedia implica elegir una ruta correcta entre la enorme cantidad de software existentes. Las herramientas usadas para crear y editar elementos multimedia tanto en Windows como en Macintosh, permiten crear, editar y procesar imágenes, dibujar y crear ilustraciones 3D y CAD, reconocer caracteres en forma óptica (OCR) y editar texto, grabar y editar sonidos y video y crear películas, así como también realizar diversas tareas auxiliares.

1) Herramientas de edición y procesamiento de textos

El procesador de textos puede convertirse en a menudo en la herramienta más utilizada a la hora de diseñar y crear proyectos multimedia, ya que permite organizar desde cartas, facturas, storyboards, hasta el contenido mismo de los proyectos. Los procesadores de uso más común y a la vez, los más potentes son el Microsoft Word o Word Perfect, ya que son aplicaciones que incluyen revisores ortográficos, creaciones de tablas, sinónimos y plantillas predefinidas.

A la vez, se puede contar con el Software OCR (software de reconocimiento óptico de caracteres), que permite convertir un material impreso existente (caracteres de mapa de bits) en texto ASCII (archivo electrónico), ahorrándose teclear el texto que se va a utilizar.

2) Herramientas de dibujo, pintura, edición de imágenes y de animación y modelado 3D

Las Herramientas de dibujo, pintura y los modeladores en 3D, son los elementos más importantes en la caja de herramientas, ya que, de todos los elementos multimedia, el impacto gráfico del proyecto es lo que más influencia tiene en el usuario final.

El software de pintura, como Photoshop, Fireworks o Painter, está dedicado a la producción de imágenes de mapa de bits artesanales. Algunos de estos Softwares, como por ejemplo Photoshop, tienen además herramientas potentes para la edición (realce y retoque) de imágenes ya existentes. En cambio, el software de dibujo, como CorelDraw, Freehand, Illustrator, Designer y Canvas, está dedicado a crear ilustraciones vectoriales que se pueden imprimir a muy alta resolución. Además, algunos paquetes de dibujo vectorial como Flash de Macromedia, están pensados para reducir el tiempo de descarga en la Web, y permiten combinar ambos elementos, mapas de bits y dibujos vectoriales.

Normalmente, las imágenes de mapa de bits ofrecen a los diseñadores más libertad de opciones y potencia para representar los más mínimos detalles, consiguiendo efectos impactantes, por lo que hoy en día, éstos se utilizan con mucha más frecuencia en multimedia que los objetos dibujados.

En lo que respecta a las herramientas de animación y modelado en 3D, estos softwares han entrado de lleno en el mundo del diseño gráfico, conforme al mejoramiento y a la facilidad de usos de éstos. Con el software de modelo en 3D, los objetos se representan en una perspectiva con aspecto más realista, donde se pueden crear escenarios impactantes y uno se puede mover por ellos, eligiendo la iluminación y perspectiva deseada. En esta categoría, se encuentran paquetes de modelado como Autocad de AutoDesk, eD de Strata Vision, LogoMotion e

Infini-D de Specular, Maya Unlimited de Alias WaveFront, SoftImage de Avid y TrueSpace de Caligari, Strata Studio Pro de Strata Vision y 3D Studio Max de Discreet (División de Autodesk), los que además incluyen una serie de objetos 3D predeterminados. Algunas aplicaciones de modelado en 3D incluyen también características de exportación que permiten guardar una vista en movimiento o un recorrido por el escenario, en formato de archivo QuickTime o AVI.

3) Herramientas de edición de sonido

Estas herramientas de edición de sonido, tanto para sonido digitalizado como MIDI, permiten ver la música como representación gráfica (valores u ondas) además de escucharla. Esto, da la posibilidad de cortar, copiar, pegar y editar con gran precisión, segmentos del sonido deseado.

Aunque ambas plataformas, Macintosh y Windows, tienen incluidos una serie de sonidos que están disponibles en cuanto se instala el sistema operativo, al momento de buscar una herramienta de edición de sonidos digitales en forma de onda, Windows ofrece el programa Grabadora de sonidos que ofrece características rudimentarias de edición. Por otra parte, Macintosh tampoco incluye un editor de sonido aceptable. Por lo tanto, para realizar esta tarea, es necesario instalar algún software que permita editar sonidos digitales de forma más profesional.

4) Herramientas de edición y animación de video y de películas digitales

Las animaciones y las películas de video digitales son secuencias de escenas gráficas de mapa de bits (fotogramas) que se reproducen rápidamente. Las herramientas de creación de películas suelen aprovechar la tecnología de QuickTime para Macintosh y Windows, y Microsoft Video para Windows (conocido como AVI, Audio Video Interleaved), para crear, editar y presentar segmentos de video en movimiento digitalizado, normalmente en una pequeña ventana del proyecto.

Las herramientas de creación de video, como Premiere, VideoShop y mediaStudio Pro, permiten editar y ensamblar fragmentos de video capturados ya sea desde una cámara, cinta, otros fragmentos de película digitalizada, animaciones, imágenes digitalizadas y de archivos MIDI o de sonido digitalizados.

Los formatos y sistemas de almacenamiento y reproducción de video digitalizado en y desde archivos de video están disponibles tanto en QuickTime como con AVI, donde ambos ofrecen la posibilidad de mezclar datos de audio con video de manera que el sonido permanezca siempre sincronizado con la imagen. En el caso de QuickTime, este es un software que permite integrar de manera continua sonido, texto, animación, video e incluso, incluir un sistema de órdenes interactivas. Además permite la distribución multimedia en el World Wide Web en forma de filtro para Netscape o Internet Explorer, distribuyendo animaciones en 3D, efectos especiales en tiempo real, realidad virtual y flujo de video y audio, lo que lo convierte en una herramienta indispensable para los desarrolladores multimedia. Por otra parte, AVI cumple la misma función, pero tiene algunas carencias respecto a QuickTime, lo que ha significado que sea éste último el contenedor (formato) de proyectos multimedia por excelencia en la Web.

4.4.3. Creatividad

Antes de iniciar un proyecto multimedia, se debe desarrollar primero una idea de su ámbito y contenido. El elemento más positivo que se puede aportar al mundo multimedia es la propia creatividad, ya que es esto lo que distingue un producto multimedia eficaz de uno mediocre o corriente. La creatividad es algo muy difícil de aprender, pero cuanto mayor sea el conocimiento del medio, más posibilidades hay de poder expresar la creatividad. En el caso de la multimedia, esto significa que es necesario conocer primero el hardware y el software.

4.4.4. Organización y equipo de trabajo

Es fundamental elaborar un esquema organizado y planificar racionalmente todo los conocimientos, tiempo, presupuesto, herramientas y recursos necesarios para llevar a cabo un proyecto. Sin embargo, lo más importante para desarrollar y lograr un proyecto multimedia exitoso, parte por seleccionar un buen equipo de trabajo que funcione a un nivel de rendimiento óptimo.

Un equipo típico de desarrollo multimedia para CD-ROM o para Web, consta de una serie de personas, cada una con una habilidad o destreza especial. Es frecuente que algunos miembros del equipo jueguen varios papeles a la vez, por ejemplo, el diseñador gráfico puede encargarse a la vez del diseño de interfaces, la digitalización y el procesamiento de imágenes. Dependiendo del ámbito y contenido del proyecto y del personal que éste requiera, (según Wes Baker, profesor de Cedarville University en Cedarville, Ohio) un equipo de producción multimedia puede requerir las siguientes especialidades:

- **Director de proyectos:** encargado del desarrollo e implementación global de un proyecto y del seguimiento de las tareas que se realizan cada día. El administrador de proyectos es el nexo que mantiene unido a todo el equipo de trabajo.

□ **Director creativo/ Diseñador multimedia:** El aspecto de un proyecto multimedia debe ser agradable y estético, tentador y divertido. Las pantallas deben mostrar una mezcla atractiva de colores, formas y caracteres. El proyecto debe mantener una coherencia visual, usando sólo aquellos elementos que sirvan de soporte al mensaje general del programa. Las claves de navegación deben ser claras y coherentes, los iconos deben ser significativos y los elementos que aparecen en pantalla deben ser sencillos y fácilmente identificables. En caso de tratarse de un proyecto educativo, su diseño debe responder a las necesidades y estilos de los potenciales alumnos, evidenciar principios educativos de sonido y promover el dominio de las materias tratadas.

Dentro de todas estas tareas, **los diseñadores gráficos o diseñadores visuales** de los cuales uno puede ser el director artístico del proyecto, son los que se encargan de combinar todos los elementos visuales del proyecto. Este trabajo lo puede desarrollar junto a ilustradores, animadores y especialistas en el procesamiento de imágenes si fuese necesario. **Los diseñadores educativos**, en caso de que existiesen dentro del equipo, son los encargados de asegurarse de que las materias de estudio queden claras y correctamente presentadas. **Los diseñadores de información** estructuran el contenido, determinan las rutas y reacciones del usuario y seleccionan los medios de presentación teniendo en cuenta el potencial de los muchos medios individuales que componen el producto multimedia. Y por último, **los diseñadores de interfases** son aquellos que elaboran las rutas de navegación y los mapas de contenido. El mejor trabajo de un diseñador de interfaces pasa siempre desapercibido a los ojos del observador, es transparente. En su forma más simple, una interfaz ofrece control a las personas que la utilizan. También proporciona acceso a los “medios” de multimedia - textos, gráficos, animaciones, sonido y video- sin llamar la atención sobre la propia interfaz. La simplicidad de una pantalla de título multimedia, la facilidad con la que el usuario puede moverse por un proyecto, el uso efectivo de las ventanas, fondos, iconos

y paneles de control, todo es el resultado del trabajo de un diseñador de interfaces.

Sin embargo, como se dijo anteriormente, dentro de un equipo, el diseñador gráfico puede cumplir varias funciones a la vez, por lo tanto muchas veces será el diseñador gráfico quien haga las veces de diseñador de educación, diseñador de información o de diseñador de interfaces.

□ **Guionista o escritor multimedia:** es aquél que escribe los diálogos, argumentos, narraciones y otras voces dentro de un proyecto multimedia. El guionista es el que crea los personajes, las acciones y los puntos de vista e incluso puede crear interactividad. Escribe las propuestas, el texto de las narraciones y de los actores, pantallas de texto para mostrar mensajes y desarrolla personajes diseñados para un entorno interactivo.

□ **Productor de Sonido:** especialistas en sonido, son los que le dan vida a un programa multimedia ya que están encargados de diseñar y producir música, narraciones de voz y efectos sonoros. Son los responsables de localizar y seleccionar el material y la música apropiados, planificar las sesiones de grabación y de digitalizar y editar el material grabado en archivos del computador. Muchas veces, pueden requerir ayuda de otros especialistas como compositores, ingenieros de sonido o técnicos de grabación.

□ **Productor de Video:** es el especialista encargado de la dirección y edición de video por lo que debe ser capaz de gestionar todas las fases de la producción de un video, desde el concepto original hasta la edición final. Además, debe estar muy familiarizado con las herramientas (softwares) y técnicas utilizadas para la edición de video digital en los computadores.

□ **Programador multimedia:** es el encargado de integrar todos los elementos multimedia de un proyecto en un todo continuo, utilizando para esto

un lenguaje de programación específico (Java, JavaScript, OpenScript, Lingo, Authorware)

□ **Productor Multimedia para el Web:** Es importante mencionar que, aunque la producción de sitios Web requiere a menudo el mismo proceso creativo, destrezas y equipo de trabajo que cualquier proyecto multimedia, existen algunas diferencias importantes entre un producto multimedia en CD-ROM y uno para el World Wide Web. En primer lugar, un productor de sitio Web debe estar con la disposición de experimentar modificaciones en cualquier instante, ya que un sitio nunca está realmente terminado, sino que debe ser siempre dinámico, fluido y vivo a los cambios. Y en segundo lugar, debe encargarse y ser capaz de optimizar los recursos para la Web. Y por último, el productor multimedia de sitios Web debe ser el que codifique en HTML todos los componentes del producto multimedia.

Hardware, Softwares y la organización de un equipo de trabajo, son los elementos necesarios para crear cada uno de los componentes de una aplicación multimedia. Sin embargo, es necesario además contar con una gran creatividad para organizar el espacio en el cual interactuará el usuario, lo que conforma otro elemento adicional y fundamental: La Interfaz Gráfica de Usuario.

4.5. Interfaz Gráfica de Usuario y elementos que la conforman

4.5.1. Diseño de Interfaz Gráfica de usuario

4.5.1.1. Interfaz

Según Gui Bonsiepe, el esquema ontológico del diseño está compuesto por tres ámbitos unidos por una categoría central. En primer lugar, existe un usuario o agente social que desea cumplir una acción. En segundo lugar, se encuentra la tarea u objetivo que él mismo desea ejecutar. Y en tercer lugar, existe un artefacto o información que necesita el agente para llevar a término la acción o la comunicación. La conexión de estos tres elementos tan heterogéneos se produce a través de una interfaz.

La interfaz no es un objeto, sino un espacio en el que se articula la interacción entre el cuerpo humano (usuario o agente social), la herramienta (artefacto entendido como objeto o como artefacto comunicativo) y el objetivo de la acción.⁽¹⁷⁾ En el caso particular de la comunicación, es la interfaz la que vuelve accesible el contenido comunicativo de la información.

Por lo tanto, la interfaz es el ámbito central hacia el cual se orienta el interés del diseñador, debe ser la preocupación principal dentro de sus actividades, ya que el objetivo del diseño consiste exactamente en conectar los instrumentos, ya sean materiales o inmateriales (programas softwares) al cuerpo humano.

4.5.1.2. Interfaz de usuario

El proyecto de la interfaz para programas de computación constituye un nuevo campo del diseño. El diseño de interfaz de usuario ha adquirido gran importancia de un tiempo a esta parte, ya que las aplicaciones suelen juzgarse más por la bondad de la interfaz que por sus funciones.

(17) BONSIEPE, GUI. 1999. Pág.17. Del objeto a la Interfase: Mutaciones del Diseño. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Infinito. 190 Págs.

La interfaz de usuario tiene que servir de canal de comunicación a través del cual se realiza la transferencia de información. Como tal medio, la interfaz es física (teclado) y simbólica (uso de iconos), de forma que ofrece tanto una forma de control como un entorno de trabajo explícito o no.⁽¹⁸⁾

Al momento de diseñar la interfaz de usuario, es necesario tener en cuenta y determinar si el usuario va a interactuar con ella o no. En el caso de que exista una interacción, existe un intercambio de información entre el usuario y el computador, en cambio en las interfaces no interactivas, el comportamiento del computador siempre es el mismo, independiente del usuario o de su entorno.

Una de las principales características de los sistemas multimediales es su interactividad, es decir la capacidad del receptor para controlar un mensaje no lineal hasta el grado establecido por el emisor, dentro del límite del medio de comunicación asincrónico. La interactividad entonces, puede ser definida como la condición de una comunicación entre emisor y receptor, en la que la información y su sentido se intercambian según la voluntad del usuario. Es ésta la que faculta a los usuarios finales de un proyecto multimedia poder controlar el contenido y el flujo de la información que este contenga.

La interfaz de usuario para un proyecto multimedia, puede ser definida una combinación de los elementos gráficos y el sistema de navegación.⁽¹⁹⁾ Debido a que son los usuarios los que finalmente controlan la interacción, es importante tener en cuenta el tipo de usuario al que va a enfocarse el proyecto multimedia, ya que muchas veces un usuario puede aburrirse al no encontrar lo que busca y termina por abandonar el contenido del sistema.

De acuerdo a lo anterior, es necesario saber que existen básicamente dos tipos de usuarios: los expertos y otros que no lo son. Crear una interfaz que satisfaga a ambos es un dilema, sin embargo, la solución radica en construir un proceso

multimedia que contenga un poder de navegación completo, que proporcione acceso al contenido y a las tareas a los usuarios de cualquier nivel, como también un sistema de ayuda que ofrezca la posibilidad de “llevar a los usuarios de la mano” y así restablecer su confianza.

En el libro “De la multimedia a la hipermedia” de P. Díaz Pérez, N. Catenazzi y I. Aedo Cuevas, se proponen los siguientes estilos de interfaz de usuario interactivos:

- **Selección por menú:** donde al usuario se le presenta una lista de elementos, de los cuales debe elegir la opción más apropiada, situando el cursor del mouse sobre la opción y luego confirmándola pulsando el cursor.
- **Rellenado de espacios:** donde el usuario debe rellenar con los datos deseados una serie de campos que le son presentados.
- **Lenguajes de comandos:** se le ofrecen al usuario una serie de expresiones con las cuales puede realizar diferentes funciones. Cuando el usuario aprende los comandos y la sintaxis, puede comenzar a construir complejos mandatos, lo cual le genera una sensación de control del sistema multimedia.
- **Lenguaje natural:** a través de éste, el usuario puede expresar sus peticiones al computador por medio de frases simples.
- **Manipulación directa:** se le crea al usuario una representación visual del espacio en el cual se mueve, donde las tareas que desea realizar pueden ser simplificadas mediante el manejo directo de los objetos o iconos que le interesan.

Estos tipos de interfaz, pueden utilizarse de forma aislada o bien pueden combinarse, dependiendo principalmente de los objetivos del proyecto que se está realizando.

(18) DIAZ PEREZ, P; CATENAZZI, N; AEDO CUEVA, I. 1997. Pág. 71. De la Multimedia a la Hipermedia. Editorial Alfaomega. 289 Págs.

(19) VAUGHAN, TAY. 5ta Edición 2002. Pág. 392. Multimedia: Manual de referencia. Madrid. Editorial Mc Graw-Hill, Osborne Media. 477 Págs.

4.5.1.3. Interfaz gráfica de usuario (IGU)

Las llamadas interfaces con manipulación directa o interfaces gráficas están construidas con elementos visuales en forma de ventana, iconos, menús y pulsadores. Estos elementos, son considerados dispositivos metafóricos de una realidad familiar a los usuarios de las oficinas de hoy. Sin embargo, estos objetos metafóricos, más que representar una realidad, constituyen una realidad. Por lo tanto, estos elementos figurativos en el monitor de un computador no representan nada, sino más bien proponen un espacio de acción. Este espacio de acción se articula a través de distinciones gráficas que entran en la esfera de competencia del diseñador gráfico.⁽²⁰⁾

A través de una IGU, la información contenida dentro del espacio de información es representada a través de plantillas e iconos que utilizan un lenguaje visual fácil de entender por parte del usuario. Estos iconos, ya sean imágenes o dibujos permiten al usuario conocer las acciones que tiene disponibles en cada momento.

Sin embargo, al momento de diseñar los iconos, es necesario realizar un estudio profundo, ya que la representación simbólica de los conceptos dependerá plenamente de la cultura y de la formación que tenga el usuario final.

Asimismo, un diseñador nunca debe olvidar que al usuario le gusta mantener el control del sistema multimedia, por lo tanto es necesario evitar cualquier tipo de órdenes ocultas o combinaciones poco comunes de teclas y clic del mouse.

Y por último, una interfaz debe ser sometida a distintas evaluaciones que permitan valorarla o corregir sus características oportunamente ya que sólo ésta, permitirá confirmar si una interfaz es exitosa o no.

Una interfaz gráfica de usuario eficaz es aquella que, por una parte, ofrece las

opciones de la manera más simple posible (botones interactivos o menús) y además resulta agradable, permitiendo a los usuarios en caso de error escapar o deshacer acciones dentro del sistema multimedia. *“La mejor interfaz para un usuario requiere el menor esfuerzo de aprendizaje”*⁽²¹⁾

4.5.2. Características que forman parte de una Interfaz Gráfica de Usuario

4.5.2.1. El uso de la metáfora como simulación de espacios conocidos

El empleo de metáforas en el diseño de interfaz, ayuda a clarificar la naturaleza de los elementos de información que contiene el sistema y consigue que el usuario capte la manera en la que están relacionados.⁽²²⁾ Además, le facilita al usuario el acceso a herramientas que ya le son conocidas lo cual le permitirá situarse rápidamente en el entorno de trabajo.

La integración de la metáfora en un diseño de sistema, permite acercar el modelo conceptual del sistema al modelo mental del usuario, lo que claramente le ayuda a aprender. La calidad que se logre de la metáfora, estará ligada indiscutiblemente al desarrollo de los distintos canales sensoriales presentes en la multimedia.

Según, dentro de las metáforas más utilizadas en los sistemas hipermediales se encuentran las historias, el viaje (visita guiada), el museo y el libro. Por ejemplo, en la metáfora del museo, el conocimiento está expuesto del mismo modo en que se podría encontrar en un museo real. El usuario es libre de navegar por las distintas estancias, ya sea en forma preestablecida o una libre.

⁽²⁰⁾ BONSIEPE, GUI. 1999. Pág.43. Del objeto a la Interfase: Mutaciones del Diseño. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Infinito. 190 Págs.

⁽²¹⁾ VAUGHAN, TAY. 5ta Edición 2002. Pág. 396. Multimedia: Manual de referencia. Madrid. Editorial Mc Graw-Hill, Osborne Media. 477 Págs.

⁽²²⁾ DIAZ PEREZ, P; CATENAZZI, N; AEDO CUEVA, I. 1997. Pág.80. De la Multimedia a la Hipermedia. Editorial Alfaomega. 289 Págs.

4.5.2.2. Mapa de Navegación o Mapa de Sitio

El mapa de navegación o mapa de sitio, es un tipo de mapa conceptual que indica secuencias de acciones ya que diseña las conexiones o los enlaces entre las distintas áreas del contenido de un proyecto multimedia, ayudando a organizar sus componentes y sus mensajes. Este mapa, proporciona una tabla de contenidos así como también una carta del funcionamiento lógico de la interfaz interactiva.

La lectura se puede realizar de diferentes maneras, lo que permite a los usuarios no seguir un estilo determinado, sino que les da la libertad de navegar por la información en cualquier orden siguiendo sus intereses en búsquedas de términos o conceptos.

Según Tay Vaughan, las cuatro estructuras o estilos fundamentales de navegación utilizados en multimedia son:

- **Lineal o Secuencial:** donde los usuarios navegan secuencialmente de un marco de la información a otro.



- **Jerárquica:** donde los usuarios navegan a través de las ramas de una estructura de árbol dada por la naturaleza lógica del contenido.

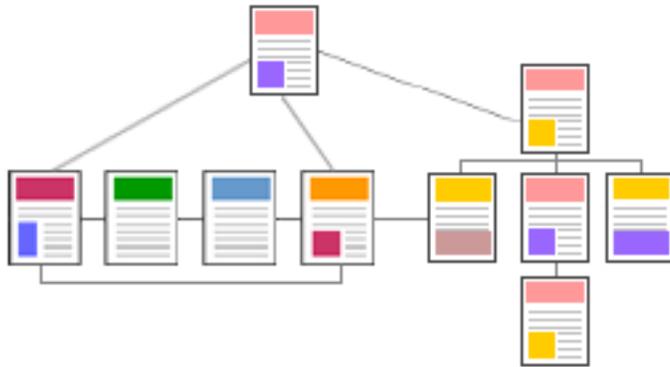


- **No lineal:** donde los usuarios navegan libremente a través del contenido del proyecto sin estar sujetos a rutas predeterminadas.



Capítulo 4: Multimedia y Diseño

- **Compuesta:** donde los usuarios pueden navegar libremente, pero en ocasiones se ven restringidos a presentaciones lineales que pueden ser mejor ordenados de forma jerárquica.



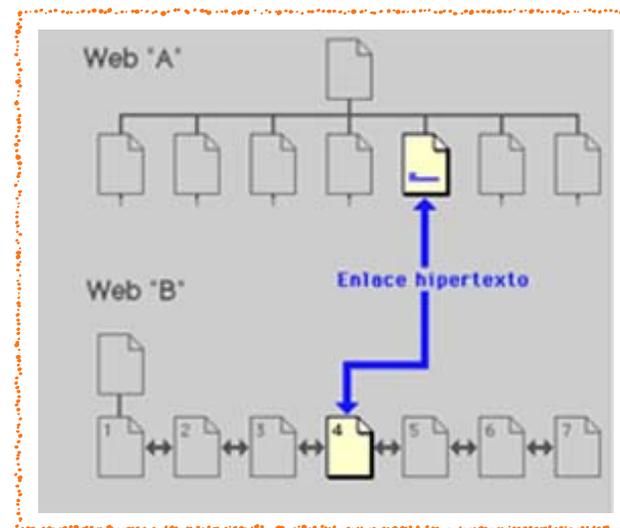
El método que se le proporciona a los espectadores para navegar de un lugar a otro dentro de un proyecto multimedia, forma parte de la interfaz del usuario.

4.5.2.3. Hipermedia e Hipertexto

Como ya se mencionó anteriormente, Multimedia (la combinación de texto, gráficos y elementos de sonido en una única colección o presentación) se convierte en Multimedia Interactiva cuando se ofrece al usuario cierto control sobre la información que se está visualizando. Y, a la vez, ésta última se convierte en Hipermedia cuando el diseñador ofrece además una estructura de elementos vinculados a través del cual el usuario puede navegar e interactuar.

La hipermedia es el resultado de la combinación de la multimedia y del hipertexto.⁽²³⁾ Cuando un proyecto hipermedia incluye grandes cantidades de texto o contenido simbólico, dicho contenido puede ser indexado para que sus elementos queden vinculados, ofreciendo una rápida recuperación electrónica de la información asociada. Cuando las palabras se indexan o vinculan a otras palabras, se tiene un sistema de *hipertexto* (la palabra texto de este término se refiere más al contenido y significado del proyecto que a la representación gráfica del texto).

En el World Wide Web, todo gira en torno al hipertexto y se refiere a cualquier texto disponible que contenga enlaces con otros documentos.



El hipertexto es una tecnología que organiza una base de información en bloques discretos de contenidos llamados nodos, conectados a través de una serie de

⁽²³⁾ DIAZ PEREZ, P; CATENAZZI, N; AEDO CUEVA, I. 1997. Pág.35. De la Multimedia a la Hipermedia. Editorial Alfaomega. 289 Págs.

enlaces cuya selección provoca la inmediata recuperación de la información destino. Debido a los vínculos existentes entre palabras, secciones y otros elementos, el usuario puede navegar por el texto de manera no lineal, rápida e intuitiva.

Por ejemplo, con el uso de sistemas de hipertexto, se pueden hacer búsquedas electrónicas de contenidos de libros, localizar referencias y hacer búsquedas complejas sobre una palabra y vincular documentos completos a otros. Una palabra individual puede convertirse en activa, como sucede con los botones, para que conduzca al usuario de una referencia a otra.

Debido a que el hipertexto permite definir vínculos cruzados organizados no sólo con otras palabras sino también con imágenes, video clips, sonidos y otros elementos, éste se convierte en una característica adicional que está presente en cualquier diseño multimedia. La interacción del usuario constituye un elemento fundamental del diseño, ya sea para examinar el texto o para la navegación por todo el proyecto.

Componentes de un sistema Hipertexto / Hipermedia

Para que sea posible una existencia real de los conceptos de hipertexto e hipermedia, deben utilizarse aplicaciones que sean capaces de crear los vínculos y asociaciones entre los documentos. Las aplicaciones, ofrecen elementos particulares que facilitan la creación y navegación por las estructuras hipertextuales como:

1. Un conjunto de archivos que contienen los documentos relacionados
2. Ventanas de presentación de los documentos, las cuales son modificables en tamaño y posición.

3. Dispositivos señalizadores, que facilitan la selección y el acceso a los documentos mostrados en las ventanas.

4. Punteros o enlaces, que generalmente utilizan una representación gráfica distinta a la del resto del material informativo, en forma de color, iconos, botones.

5. Herramientas de creación de enlaces y anotación de la navegación, lo que da al usuario la posibilidad de crear sus propias asociaciones y documentos.

Estas funcionalidades se integran en una herramienta que en el entorno hipertextual es conocida como «browser» o navegador. El navegador actúa como una interfaz que muestra al usuario el contenido informativo de los documentos que elige, mediante la selección de enlaces

Las ventajas de la hipermedia

Diferentes autores (Conklin, 1987; Oliver 1992 y Streitz, 1992) han elogiado este tipo de tecnología de información, manifestando las grandes ventajas que proporciona.

En primer lugar, la hipermedia ofrece un medio adecuado para representar aquella información poco o nada estructurada que no puede ajustarse a los rígidos esquemas de las bases de datos tradicionales. Además, permite estructurar la información de forma jerárquica o no.

Por otra parte, la hipermedia se caracteriza por tener interfaces de usuario ergonómicas e intuitivas debido a que imitan el funcionamiento de la mente humana, por lo tanto, el usuario no necesita hacer grandes esfuerzos para obtener resultados rápidamente.

Por último, la información puede recuperarse sin ningún tipo de problemas aunque distintos usuarios estén utilizando el mismo documento simultáneamente.

4.5.2.4. Botones para Interacción

En multimedia, los botones son los objetos que hacen que sucedan cosas cuando se hace clic en ellos. Fueron inventados con el único fin de ser pulsados u oprimidos con el cursor, clic del mouse, una tecla o un dedo y además para manifestar propiedades como un resalte o algún otro efecto visual o sonoro que indique que se ha pulsado en el destino apropiado.

Un diseño de navegación debe proporcionar botones que tengan sentido para que sus acciones sean entendidas de forma intuitiva por el usuario y éste, puede ser representado ya sea por medio de un icono, texto u otra representación gráfica.

Las herramientas para la creación automática de botones incluidas en los sistemas de producción HTML y multimedia resultan muy útiles aunque, a la hora de crear texto, ofrecen pocas posibilidades de ajustar el aspecto del mismo. Sin embargo, en la mayoría de las plataformas de creación multimedia, es posible conseguir y crear botones personalizados a partir de mapa de bits u objetos dibujados, lo que ofrece una gran libertad creativa, pero a la vez, requiere una cantidad de tiempo considerable.

4.5.2.5. Menús de Navegación

Un proyecto multimedia o sitio Web interactivo consta generalmente de un cuerpo de información o contenido, a través del cual los visitantes navegan pulsando una tecla, haciendo clic con el mouse o pulsando directamente sobre la pantalla. Los menús más sencillos constan de listas textuales de temas donde, los usuarios eligen un tema, hacen clic en él y se dirigen a su destino.

Cuanto mayor sea el número de ubicaciones se incluyan en la lista de menú, más opciones de navegación habrá disponibles. En el Web, los diseñadores suelen incluir en todas las páginas al menos el menú principal con vínculos que ofrezcan un mecanismo sencillo para regresar al principio.

4.6. Diseño y Comunicación

En el apartado anterior se mencionó que la interfaz no es un objeto, sino un espacio en el que se articula la interacción entre el cuerpo humano (usuario o agente social), la herramienta (artefacto entendido como objeto o como artefacto comunicativo) y el objetivo de la acción.

Acotando más aún la definición y llevándola específicamente al área gráfica, se puede definir una interfaz gráfica de usuario (IGU) como el dominio de interacción entre usuario, herramienta y tarea que se desarrolla en el área de comunicación visual. Este espacio de interacción está estructurado por objetos semióticos bajo la forma de signos, y por lo tanto, está determinado por la semiótica y por la percepción visual.

Ya que es el diseñador gráfico el encargado de articular esta interfaz, resulta imprescindible que al momento de intervenir en ella, considere tanto la naturaleza de cada uno de los componentes (objeto-sujeto) como las características propias del proceso de comunicación.

Durante su aprendizaje, todo diseñador gráfico va adquiriendo conocimientos teóricos que más tarde le permiten enfrentarse y resolver cualquier problemática comunicacional que se presente. Así, distintas materias como la composición, las leyes de percepción visual y semiótica se transforman en herramientas imprescindibles y estratégicas que un diseñador debe conocer y dominar no importando el soporte o medio que finalmente se utilice.

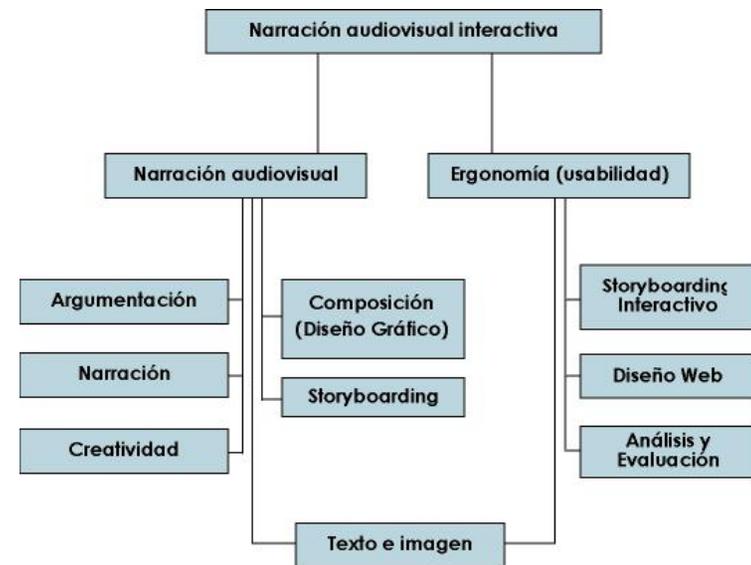
Sin embargo, como cada soporte es distinto, es preciso que el tratamiento y la aplicación de los diferentes conocimientos teóricos sean concienzudamente adaptados a los requerimientos de cada uno de ellos. Esto se ve acrecentado aún más, con la incorporación de nuevos medios digitales, que han revolucionado el

mundo del diseño y han fomentado el desarrollo de nuevas disciplinas como el Diseño Interactivo.

4.6.1. La narración audiovisual interactiva

El concepto de diseño interactivo, conocido también como narración audiovisual interactiva o como guión multimedia, se refiere a la disciplina que estudia lo que hay que saber para idear y construir una aplicación multimedia susceptible a tener cierto éxito entre los usuarios.

Guillem Bou Bauzá ⁽²⁴⁾, propone el siguiente esquema explicativo de la narración audiovisual interactiva.



(24) BOU BAUZA, G. Ed 2003. Pág.30.

El guión Multimedia. Madrid. Ediciones Anaya Multimedia. 575 Págs.

velando que el espectador no se pierda durante su construcción del discurso cognitivo.

4.6.2. Acerca de la comunicación persuasiva y el diseño gráfico

Toda información comunicada es procesada en el cerebro de un receptor por medio de filtros afectivos, biográficos y cognitivos. Este procesamiento de la información, se puede dividir en tres zonas consecutivas: la zona 1 de percepción; La zona 2 de proceso; y la zona 3 de cognición. Un comunicador trabaja en las zonas de percepción y de proceso, es decir, piensa en cómo enviar los estímulos y cómo éstos serán procesados por el receptor para formar un pensamiento. Esto se conoce como retórica y constituye uno de los componentes primordiales al momento de crear el argumento y la narración de un esquema comunicativo.

Una vez que estos estímulos son entregados a un receptor, estos son procesados según la cognición del propio individuo, donde sus valores, ideologías y opiniones le generan un trabajo de reflexión, que finalmente le dan un significado y una conclusión a la información que se comunicó.

El campo de trabajo de los diseñadores gráficos se enmarca dentro de la teoría de la comunicación, donde su misión consiste en plantearse cómo poner en común, comunicar y transmitir eficientemente una información, unos conceptos y/o sentimientos.

El diseño gráfico o diseño visual es una disciplina profesional que estudia los sistemas de información, con el objeto de convertir los datos en formas visuales, teniendo en cuenta los procesos perceptivos. El diseño visual coordina y gestiona los sistemas de información, categoriza las variables visuales en base a la ciencia de la visión, investiga los procesos cognitivos del diseño y profundiza en las teorías del aprendizaje para generar comportamientos perceptivos específicos en los

destinatarios de la información.

Asimismo, estudia la génesis y producción de la imagen fija, móvil, ambiental y digital, a partir de las estructuras de los lenguajes que operan, circulan y funcionan en la sociedad, con el objeto de entender la interactividad de los dispositivos y los datos con el espectador. Y por último, define los métodos para verificar, de forma experimental, la eficacia comunicativa de estos datos, con el propósito de reducir la entropía cognitiva. En resumen, el diseño gráfico tiene como objetivo principal lograr la sinergia entre función y forma para mejorar la comunicación de forma efectiva.

Hoy en día, los sistemas de comunicación requieren de una nueva visualización, que permita entender, interiorizar e interpretar la información de una manera más dinámica y activa. En este nuevo entorno, el diseño gráfico juega un rol fundamental, permitiendo la creación de amplios sistemas comunicativos, basados en la ergonomía, que faciliten al usuario una relación más natural con dicha información.

En conclusión, resulta pertinente que la concepción del diseñador gráfico en este caso, sea entendido bajo el concepto de diseñador interactivo o como guionista de una narración audiovisual explicado anteriormente donde éste, aparte de velar por que la aplicación sea usable y agradable visualmente, se preocupe del discurso o argumento (lo que se está contando).

4.6.3. El storyboarding

El Storyboarding de una película, es el detalle de las tomas de cámara que se necesitan para cada secuencia y que se muestra mediante planos esbozados en una pizarra. Actualmente esta técnica no sólo se usa en la producción de películas, sino también para revistas y aplicaciones multimedia.

Aunque la sucesión de pantallas de una aplicación multimedia es más complicada que la de una narración lineal, es necesario que el “guionista multimedia” conozca las bases del storyboarding lineal antes de diseñar una aplicación interactiva, ya que la interactividad no corregirá los errores narrativos existentes, sino que evidenciará aún más los defectos de enlace o continuidad.

Es necesario saber que un cambio de plano en el cine no es lo mismo que un cambio de pantalla en una aplicación interactiva ya que ésta última presenta storyboards menos ágiles y rápidos. Incluso, a veces resulta mucho más adecuado comparar y asemejar los componentes visuales de la composición de páginas interactivas a los del Cómic, ya ambos permiten aumentar a voluntad las viñetas, variar su forma, hacerlas flotar. Sin embargo, este último también se diferencia de la aplicación multimedia en su forma de lectura.

Lo importante, es que el diseñador debe conocer ambos métodos, es decir, debe conocer cómo se cambian los planos en el cine y en el cómic para saber utilizarlos correctamente en un determinado momento.

Cada plano, ya sea de un cómic, de cine o de una aplicación interactiva, debe provenir de un trabajo reflexivo de composición por parte del guionista ya que debe ser capaz de codificar visualmente el argumento de la narración a través de conocimientos técnicos como por ejemplo, sobre el uso de los distintos tipos de encuadre para expresar estados de ánimos de un personaje, los ritmos de narración o el uso de diagonales para representar una acción, etc.

4.6.4. Acercamiento teórico a la composición visual

La expresión visual del diseño trae implícito el concepto de composición, ese ineludible orden de armonía y perfección que persigue cada obra o producto de diseño. La composición visual es toda forma de organización generada a partir de

unidades visuales sobre un determinado soporte o formato.

Los elementos o sus equivalentes perceptuales, reciben en la composición una distribución que tiene en cuenta su valor individual como parte, pero subordinada al total. Así, en el campo, las direcciones principales del espacio aparecen representadas por sus bordes exteriores y por las líneas o fuerza de tensión del campo circunscrito.

El concepto compositivo, puede dividirse en dos grandes cauces según la percepción generada: la composición formal y la composición informal.

Las composiciones formales, se estructuran con los simples conceptos matemáticos de simetría: traslación (cambio de posición), rotación (cambio de dirección), reflexión (creación de una imagen reflejada de la forma) y dilatación (cambio de tamaño).

Estos, gobiernan con rigidez las posiciones y las direcciones de los elementos de diseño. Las normas están predeterminadas, no se deja nada al azar.

Por otra parte, las composiciones informales prescinden de estas regulaciones matemáticas obvias y consideran factores de apreciación estimativa, como la creación de un equilibrio asimétrico y el logro de una unidad dentro de una variedad por medio de formas y elementos libremente expuestos. Aunque estas composiciones informales no cuentan con procedimientos específicos, si existen ciertos conceptos estimativos que permiten valorizarlas perceptualmente. Estos son:

- **La gravedad:** Relativo al peso y equilibrio de los elementos presentes en la composición. Además los efectos de gravedad pueden contribuir a la creación de formas estables e inestables.

- **El contraste:** Se refiere a las diferencias visuales entre las diversas agrupaciones. Es la comparación de elementos disímiles y ayuda a identificar las formas y a aumentar la variedad visual en una composición. La utilización del contraste en el diseño puede ser por ejemplo, a través de la forma (suaves y duras); el tono (claros y oscuros) y el color (cálidos y fríos).
- **El ritmo:** Relativo a la secuencialidad de tiempo y espacio, movimiento y velocidad análogos a los conceptos estructurales de la música. El ritmo se genera mediante la manipulación de las direcciones de los elementos (paralelos, similares, contrastados o radiados) y de los espacios (los espacios anchos y estrechos sugieren la velocidad del movimiento).
- **Centro de interés:** Una composición informal debe coordinar sus elementos alrededor de un centro de interés, que consiste en un área donde todos los elementos se originan, cesan o interaccionan, proporcionando el drama visual al diseño. Se refiere al foco de atención o zona de convergencia o divergencia que produce una concentración de tensiones que atrae al ojo.

4.6.5. Bases de la composición visual del diseño interactivo

Pese a que, lógicamente se deben considerar los postulados teóricos tradicionales de la composición visual en el Diseño, es necesario profundizar en aquellos elementos de composición que caracterizan e influyen más en el diseño de un soporte digital.

A continuación se desarrollarán los elementos mínimos pero sólidos referentes a la composición visual del “espacio de pantalla”, que un guionista o diseñador debe conocer y aplicar a la hora crear un diseño interactivo. Existen seis reglas básicas en lo que se refiere a la composición visual.⁽²⁵⁾

1) El principio de profundidad

La base de una imagen ágil y viva, normalmente se debe al uso de una perspectiva profunda que la libera del espacio bidimensional del mundo donde ha sido concebida.

Los diseñadores de aplicaciones interactivas deben adquirir el hábito representar la profundidad a la hora de esbozar las pantallas, es decir, deben ser capaces de pensar siempre en esta tercera dimensión que no deja de ser artificial.

Cuando se busca representar profundidad, las composiciones se realizan buscando el punto de fuga. La existencia de diversos puntos de fuga, permite atribuirle movimiento, agilidad y expresividad a los personajes o elementos presentes en la composición.

Cuando se domina la técnica, se pueden realizar composiciones con incluso tres puntos de fuga, lo que proporciona un dinamismo excepcional, ya que las imágenes se proyectan en tres direcciones.

⁽²⁵⁾ BOU BAUZA, G. Ed 2003. Pág.160.
El guión Multimedia. Madrid. Ediciones Anaya Multimedia. 575 Págs.

Otra forma de adquirir perspectiva, consiste en realizar la composición construyendo espacios en diferentes profundidades. En este caso, se utilizan distintas capas o niveles de profundidad, donde la primera sería la más cercana al observador, luego se utiliza otra capa como espacio intermedio, una tercera capa y así sucesivamente. Es importante que al utilizar esta técnica para crear profundidad, ésta se acompañe además de los correspondientes cambios de contraste entre las distintas capas, aumentando el contraste de los elementos a medida que se acercan al observador.

Finalmente, otras técnicas gráficas empleadas para proporcionar una percepción de profundidad, son el uso de relieves y sombreados en imágenes e íconos y la utilización de degradaciones de color en barras de menú y fondos.

2) El principio de rotura del marco

Las rectas paralelas al marco del encuadre, contribuyen a dar un aspecto estático a la imagen. Por ende, una composición basada en un plano paralelo al de la cámara, difícilmente gozará de profundidad.

Existen diversas técnicas para evitar las líneas paralelas al marco de encuadre en una imagen. Una de las más conocidas es la *angulación*, utilizada frecuentemente en el cine, cómic y fotografía.

Sin embargo, en algunas aplicaciones multimedia con abundancia de textos (como es el caso de las páginas Web), resulta bastante incómodo para el lector que las horizontales se sometan a esta inclinación. En estos casos, se puede recurrir a otro tipo de estrategias, donde las más utilizadas se basan en la *difuminación* y la *rotura de marco*.

La *técnica de difuminación*, permite generar movimiento. Así, si por ejemplo existe un elemento que se está moviendo horizontalmente, se deben difuminar las

verticales para eliminar la sensación de quietud. A la vez, se puede utilizar para difuminar los fondos cuando existe algún elemento en movimiento. Esta técnica se usa mucho para romper los marcos de las fotografías, ya que difuminándolas, éstas desaparecen progresivamente contra el fondo.

Por otra parte, la *rotura directa del marco* consiste en redondear los vértices cuadrados de los rectángulos que aparecen en una pantalla interactiva. Además, se pueden mezclar ambas técnicas (difuminado y rotura de marco) lo que permite lograr un efecto bastante innovador e interesante.

Por último, una de las técnicas innovadoras provenientes del campo del diseño, consiste en esquivar la presencia de las rectas horizontales y verticales precisamente, por medio de la utilización de más recuadros. Se trata de una composición basada en marcos y texto cuyo resultado visual es excelente ya que da una sensación de equilibrio y estructura.

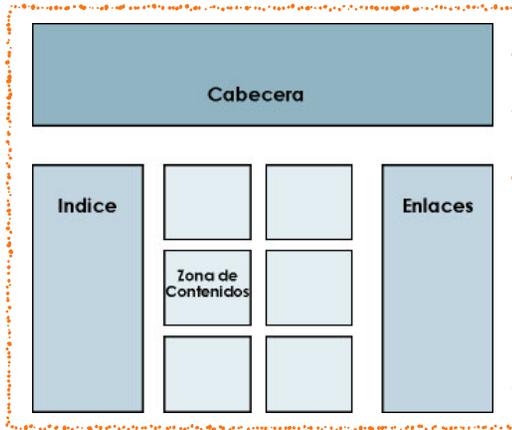
3) El principio de simetría, distribución y semejanza

Existen tres ideas básicas para resumir la simetría. La simetría es positiva porque proporciona un equilibrio estético; Es negativa porque es redundante; Y por último, el centro de simetría no es el centro de mayor atracción visual.

Por lo tanto, el diseñador de una aplicación interactiva debe ser capaz de buscar el equilibrio entre la simetría y la asimetría en su composición. Ya que muchas veces el esquema básico de una composición es simétrico, es necesario que, a partir de esa distribución, se incorporen nuevos elementos que rompan el exceso de simetría.

Un caso particular de diseño de este estilo es el de los sitios Web. Normalmente, muchos de ellos optan por una estructura de cabecera, con dos columnas (una

suele destinarse al índice y la otra a los enlaces) y una zona interior de contenidos, como se muestra en la imagen inferior.



Para evitar la redundancia de la simetría, se pueden realizar pequeñas modificaciones a las columnas y a la zona de contenidos (como por ejemplo introducir un sesgo), lo que permite romper en cierto modo la rigidez de este tipo de composición.

4) El principio del barrido y la fuerza en el obstáculo o en el impulso

El principio de barrido se puede resumir de la siguiente forma: “todo lo que distribuimos de izquierda a derecha (es decir, una composición que apunta hacia la derecha de la imagen) favorece la acción; todo lo que distribuimos en sentido contrario, la ralentiza”⁽²⁶⁾.

Esto significa que, una composición de orientación izquierda derecha acompaña la acción que se está desarrollando. En cambio, cuando la orientación se invierte,

la composición es “a contra acción”, lo cual provoca que la lectura de la imagen sea más lenta.

Por lo tanto, se pueden orientar los elementos de una composición en un sentido de manera que *el barrido visual sea favorable o contrario a la acción*, lo que permite realizar composiciones más complejas. De este modo, si el movimiento de un objeto o de un personaje es en contra del barrido (de derecha a izquierda) se está en una situación de espera. En cambio, si el movimiento del cuerpo de un personaje u otro elemento juega a favor del barrido, se está atendiendo al llamado de acción.

Asimismo, en una composición en la que hay movimiento, se puede *cargar la fuerza en el impulso o en el obstáculo*. Si en una composición hay líneas de acción en un sentido pero éstas son interrumpidas por líneas perpendiculares dominantes, entonces la fuerza está cargada en el obstáculo. En cambio, si no existe ningún elemento vertical y todas las líneas de acción acompañan el movimiento, la fuerza está en el impulso.

Estos principios de barrido y fuerza en el obstáculo o en el impulso, resultan muy estratégicos al momento de crear un diseño interactivo ya que permiten trazar la ruta visual que el usuario debe seguir.

5) El trabajo con las diagonales

Otra estrategia utilizada para agilizar una composición, es el uso de las diagonales en una imagen.

La diagonal ascendente, denominada diagonal de acción, permite acelerar la composición, dándole vida y dinamismo. Contrariamente, una diagonal descendente o diagonal de reflexión, provoca una lectura más lenta de ésta,

(26) BOU BAUZA, G. Ed 2003. Pág.169.

logrando así que el usuario se fije más en los detalles y textos de la información que se está exponiendo.

Este tipo de composiciones diagonales son muy efectivas y se usan mucho en publicidad o en manifestaciones artísticas, y la selección de una o de la otra dependerá del objetivo que se quiera alcanzar.

6) El uso de los planos cinematográficos

Como se mencionó en el tema del Storyboarding, los encuadres de una aplicación multimedia se emparentan tanto con los del cine como con los del cómic. Sin embargo, gozan además de unas posibilidades plásticas que van más allá de cualquiera de estos medios.

A la inversa del cine (cuya imagen llena siempre toda la pantalla), la multimedia permite introducir diferentes viñetas de diferentes formas y dimensiones en una pantalla. Su forma de lectura es diferente, permite incluir pequeños estímulos en la composición como viñetas variables y superpuestas, personajes que salen de ellas, textos, etc.

Por otra parte, la diferencia respecto al cómic radica en que las aplicaciones multimedia son animadas, su pantalla es viva. Esto se evidencia aún más, con la incorporación de íconos animados y recuadros de contenido dinámicos que, además de captar la atención del usuario, le permiten interactuar con la pantalla.

De lo anterior se puede concluir que, en comparación con otros medios, las aplicaciones multimedia ofrecen posibilidades de composición visual que aumentan la potencia comunicativa de los encuadres.

La metodología que debe seguir un buen “guionista” o diseñador interactivo, se centra en la observación de diversos medios de comunicación. Entender los

principios de composición que emplean y observar las técnicas, estilos y tendencias de diseño que utilizan, es lo que permite obtener un conjunto de ideas exportables al mundo de la multimedia.

4.6.6. Diseño de estructuras interactivas

En los temas anteriores, se expusieron las directrices básicas para obtener una sólida base gráfica en un diseño interactivo. No obstante, en este nuevo apartado se pretende establecer conocimientos de los aspectos relativos a la parte interactiva, móvil y animada de dicho diseño.

La interacción y la ergonomía

Numerosos estudios de psicología, han revelado y concluido que, ergonómicamente hablando, los diseños interactivos torpes no sólo provocan que el usuario abandone la aplicación sino que además crean una mala experiencia que pesará en los usos posteriores de otras aplicaciones. De lo anterior, se puede inferir que al momento de crear una aplicación interactiva, un diseñador no sólo debe manejar los elementos de composición visual sino que también debe conocer y aplicar los distintos principios que le permitan lograr que dicho diseño sea ergonómico y por ende eficaz.

Se debe entender por ergonomía, la ciencia que estudia de los sistemas que conforma el ser humano con su entorno artificial, es decir, las relaciones anatómicas, fisiológicas y psicológicas del hombre, con la máquina, el ambiente y los sistemas de trabajo. Su objetivo específico entonces, se refiere a la consideración de los seres humanos en el diseño de los objetos, de los medios de trabajo y de los entornos producidos por el mismo hombre que se vienen usando en las diferentes actividades vitales, con el fin de acrecentar la eficacia funcional para que la gente pueda utilizarlos y mantener o acrecentar los valores deseados en el proceso (salud, seguridad,

Capítulo 4: Multimedia y Diseño

satisfacción, calidad de vida).

Los diseños ergonómicos, se basan en principios que un diseñador debe considerar al momento de crear una aplicación interactiva eficaz. Dichos principios son:

1) Principio de interactividad

La interactividad supone un esfuerzo de diseño para planificar una navegación entre pantallas en la que el usuario sienta que realmente controla y maneja la aplicación.

Dentro de la temática de la interactividad, el mayor problema al que se ven enfrentados los diseñadores, es al de la organización de los contenidos. Uno de las soluciones utilizadas consiste en clasificar y fragmentar la información en diferentes opciones de menú generando una percepción de organización y confianza. Sin embargo, esta solución muchas veces termina siendo bastante monótona y cansadora para los usuarios. Una forma de corregir esta sensación, es diseñando una estrategia de navegación en la cual las secciones y la información están disponibles para el usuario en cualquier momento y desde cualquier punto. El usuario abre la información, no la busca (Ej.: catálogo de páginas superpuestas).

Otra estrategia bastante empleada, se basa en *la creación de hábitos interactivos*, es decir, “entrenar” al usuario del sistema de interacción de la aplicación. El objetivo es hacer que ciertas imágenes se fijen en su memoria y sean utilizadas posteriormente para guiar su navegación. Este recurso normalmente se materializa en la creación de una pantalla de distribución única y claramente identificable y en el diseño de íconos de menú que reproduzcan esta distribución. Lo anterior se puede reafirmar aún más, utilizando una composición simple basada en formas y colores diferentes y fácilmente reconocibles.

Por último, otra regla básica establecida para los diseñadores, consiste en que no

se debe privilegiar la resolución (valor estético y efectos) de los elementos existentes en un medio interactivo, sino que éstos deben resultar atractivos por sus cualidades exclusivas consistentes en la “no linealidad” y la intervención del usuario.

2) Principio de redundancia de refuerzo

El principio de economía se basa en la conclusión de que mientras el cerebro del receptor está ocupado, éste se entretiene; en caso contrario, se aburre y abandona la aplicación.

Para lograr mantener a su usuario interesado, las aplicaciones multimedia utiliza cinco reglas básicas o tipos de economía: de tiempo; de espacio; conceptual; de lenguaje y de espera. Estas reglas se refieren principalmente al ritmo de la aplicación, donde el tiempo de espera es la que influye más directamente.

Una aplicación multimedia debe siempre superponer los elementos, de modo que no se deban esperar unos a otros, lo que permite agilizar el ritmo de la aplicación para que el usuario no se aburra. Una forma de lograrlo, es enlazando las escenas por medio del sonido, es decir, la banda sonora de la segunda escena se presenta antes que la primera escena desaparezca, generando una percepción de continuidad.

En el fondo, en una aplicación multimedia o en un sitio Web, es necesario activar diferentes elementos asincrónicamente, otorgándole al usuario la labor de darle el sentido correcto, lo cual mantendrá su interés.

Otra alternativa, para usuarios menos familiarizados con los hábitos audiovisuales o para aplicaciones que quieran privilegiar la información, consiste en emplear recursos de redundancia que permitan guiar al usuario durante su navegación. La más utilizada

es la redundancia de refuerzo que se basa en el uso de etiquetas explicativas o enlaces etiquetados en las páginas Web. Las claves de diseño recomendables para esta redundancia de refuerzo son evitar las excentricidades gráficas (es decir, acoplarse a las modas gráficas de las etiquetas) y velar por la regularidad de los elementos (que todos sean iguales y se usen en cada link).

3) Principio de vitalidad y atención

Este principio indica que es importante que aparezcan movimientos en la pantalla, independiente de si el usuario interactúa o no con ella. Esto genera en el usuario la sensación de vitalidad, que la aplicación está viva, lo cual evidentemente mejora su calidad.

Un diseñador interactivo puede acudir a dos recursos de animación para vitalizar sus pantallas: los cíclicos (gifs animados cíclicos) y los no cíclicos (programación de objetos para que modifiquen su conducta). Bastante usadas son las animaciones-premio, que se activan según lo que haga el usuario y duran sólo unos pocos segundos, pero logran otorgar un dinamismo repentino en la pantalla. Lo importante radica en que hay que tener cuidado cuando se utilizan estas animaciones, ya que muchas veces la repetición de éstas puede terminar por cansar al usuario. Lo ideal es crear animaciones pequeñas que no interfieran la navegación del usuario y que puedan ser interrumpidas a su voluntad.

Otro recurso bastante eficaz, es el uso de personajes de atención. Esta táctica se aprovecha mucho en aplicaciones multimedia creadas para un público infantil debido a que mantiene la atención en la pantalla y además, resulta bastante didáctico. Sin embargo, este mecanismo se puede aplicar también en sitios Web y CDs interactivos destinados a un público juvenil o adulto.

4) Principio de necesidad

Este principio determina que, antes de realizar una aplicación multimedia, es necesario evaluar y detectar si existe o no la necesidad de ésta. Actualmente, el desarrollo de las tecnologías y el crecimiento de las redes de comunicaciones, han establecido que muchas actividades recurran y se apoyen en aplicaciones multimedia. Sobre todo porque éstas permiten establecer una comunicación más rápida y directa y así lograr objetivos que otros medios no permiten, convirtiéndose hoy en día en una necesidad.

5) Otros principios de diseño interactivo

Otros principios que han adquirido gran importancia, son *el principio de libertad* y *el principio de retroalimentación*.

El principio de libertad, consiste en diseñar la aplicación multimedia de tal modo que el usuario siempre sienta que las decisiones que toma son libres y por consentimiento propio, aunque a veces no sea realmente así. Por ejemplo, es necesario camuflar las escenas de visita obligada entre medio de otras pantallas para que el usuario no se dé cuenta que está forzado a pasar por aquél lugar. Hoy en día, la incorporación de la realidad virtual en las aplicaciones permite lograrlo fácilmente.

Por otra parte, el principio de retroalimentación se refiere a que es necesario tomar nota del comportamiento que manifiesta el usuario hacia la aplicación, es decir, capturar datos del usuario que permitan al diseñador evaluar la calidad de su interfaz.

Esta captura de datos se puede realizar tanto para los sitios Web como para los CDs interactivos y además, se puede hacer por medio de mecanismos ocultos bien explícitos (el usuario manifiesta sus sugerencias u opiniones).

Estas distintas funciones permiten entender mejor el uso que se le da al texto en una aplicación multimedia, sobre todo en los sitios Web.

Por otra parte, el texto visto como elemento visual desde la perspectiva tipográfica o estética, debe ser sometido a reglas de uniformidad tipográfica al momento de utilizarse en aplicaciones multimedia. Las páginas no son catálogos tipográficos, por lo tanto, es bastante aconsejable que las tipografías se mantengan a lo largo de las diferentes pantallas de la aplicación.

Finalmente, otra disyuntiva que hay que solucionar al momento de diseñar, es qué tipo de letra se va a elegir y como distribuirla (tamaños, posiciones, etc.).

La jerarquía visual

Uno de los problemas que surgen en la conjunción de imágenes y textos es que muchas veces el usuario no puede distinguir cuales son los elementos interactivos y cuales no lo son.

Una de las soluciones más adoptadas por los diseñadores para crear en la percepción del usuario una jerarquía visual entre los elementos interactivos principales y los elementos visuales inertes de acompañamiento, consiste en utilizar la difuminación o la elección de tonos poco brillantes para los elementos que cumplen un papel de fondo. Así, se deben poner imágenes de fondo que refresquen el texto, que lo hagan resaltar, sirviendo sólo de soporte visual para evitar la monotonía de la página o pantalla.

El texto bajo el punto de vista ergonómico

Otro punto importante, es que es necesario considerar el efecto que producirá el texto en el usuario cuando éste tenga un comportamiento interactivo. En lo que respecta al diseño, por ejemplo en un menú, se puede utilizar el “highlighted”, que

consiste en el brillo que adquiere el texto cuando se coloca el cursor sobre éste. Lo anterior se puede reforzar con el apagado de los otros elementos y los aumentos y reducciones de tamaño, potenciando aún más la función de relevo de los textos.

Por último, otro recurso consiste en incluir un icono que se desplaza paralelamente a la opción iluminada en el menú. Con la inclusión de una pequeña imagen, se consigue que cada elemento tenga entidad propia y no sea absorbido por el conjunto del menú.

4.6.9. Tipografía y color

Hasta la fecha, los diseñadores gráficos cuentan sólo con alrededor de 15 años de experiencia trabajando con palabras, tipografías y color en un entorno digital. Aunque se trata de un corto período, ya se evidencian prestaciones cada vez más sofisticadas y en constante evolución.

El **Wysiwyg**, que nace de la expresión “What you see is what you get” (lo que ves, es lo que obtienes) resulta muchas veces confuso, sin embargo en la actualidad la mayoría de los diseñadores gráficos ya mantienen una relación estrecha con este concepto y lo aplican en sus interfaces. El Wysiwyg debe ser la preocupación fundamental del diseñador, ya que permite que lo que él ve en su herramienta de autor sea exactamente lo mismo que obtiene el usuario en su pantalla.

Este concepto ha permitido que se desarrollen nuevas tecnologías y/o aplicaciones que facilitan esta tarea y ayudan a mantener el control.

La tipografía

Muchas veces, es posible que el usuario no tenga instalada la fuente que ha empleado el autor de una aplicación. Para salir airoso de esta situación, muchos desarrolladores

Capítulo 4: Multimedia y Diseño

se limitan a elaborar documentos con Times New Roman, Arial o Verdana como fuente proporcional y Courier como fuente de espacio fijo. Estas fuentes no plantean ningún tipo de problemas en ninguna plataforma ya que están instaladas por defecto en cualquier sistema operativo. Sin embargo, en el caso de los sitios Web, es posible utilizar fuentes sustitutas de éstas mediante la etiqueta , con lo cual se le dice al navegador que tipo de fuente utilizar en el caso de no reconocer la fuente utilizada por el autor del sitio.

De un tiempo a esta parte, se ha tratado de definir formas estándares para el desarrollo de las aplicaciones multimedia y sitios Web, pero no se ha llegado a ningún consenso. Una de las soluciones que se propone es permitir que la fuente viaje con el documento, sin embargo, esto conlleva una serie de problemas relacionados con el tamaño del archivo, la velocidad de descarga y los derechos de autor. No obstante, en esta búsqueda se ha propuesto una forma flexible de definir las tipografías, basándose en los llamados CSS (hojas de estilo en cascada) las cuales están predefinidas en la mayoría de las herramientas de autor, permitiendo en cierto modo, estandarizar el desarrollo de las aplicaciones.

Por otra parte, se propone que, lo más recomendable es importar los textos en formato de imagen previamente generados en otra herramienta de software cuando se trate de una tipografía poco común y necesaria para los objetivos de diseño..

El color

Los colores que se ven en la pantalla son un tema complejo que necesita ser gestionado con precisión, ya que pueden estar limitados a una paleta aparentemente arbitraria. En este sentido, la elección del color “seguro” está estrictamente relacionado con la utilización de paletas de colores limitadas, es decir, la visualización correcta está restringida a una paleta de 256 colores “seguros”, lo que corresponde a la resolución mínima de colores que poseen las tarjetas de video actuales. Esto

se transforma en la clave para evitar cualquier problema de difuminación (dithering), sobre todo en imágenes que contiene gradientes de color.

La manera de definir colores en el código html es a través de números hexadecimales. En la actualidad, además de Dreamweaver, las nuevas herramientas de Photoshop (versiones más actualizadas) también contemplan una paleta predeterminada de colores hexadecimales, lo que permite tener acceso a ellos mientras se compone y diseña el sitio en este tipo de programas pixelares.

4.7. Herramientas de autor para la producción de aplicaciones multimedia

Las herramientas de creación multimedia proporcionan el importante marco de trabajo necesario para organizar y editar los elementos de los proyectos multimedia (gráficos, sonidos, animaciones y video clips, etc.) que han sido creados con las herramientas de los softwares multimedia anteriormente nombrados.

Estas herramientas de creación se utilizan para diseñar la interactividad y la interfaz de usuario, para presentar el proyecto en pantalla y para ensamblar los distintos elementos multimedia en un único y cohesionado proyecto.

El software de creación multimedia ofrece un entorno integrado para montar todo el contenido y funciones del proyecto: crear, editar e importar todos los tipos de datos específicos; ensamblar datos sin procesar en una secuencia de reproducción o guión y además ofrecen un método o lenguaje estructurado para responder a las entradas del usuario. En fin, con el software de creación multimedia se pueden hacer:

- Videos digitales
- Animaciones digitales
- Juegos interactivos
- Sitios Web Interactivos
- Discos de demostración y recorridos guiados
- Presentaciones digitales
- Aplicaciones para quioscos informáticos

- Entrenamiento Interactivo
- Simulaciones, prototipos y visualizaciones técnicas.

Cada proyecto multimedia tiene una estructura subyacente y finalidad propia y requiere diferentes características y funciones, por lo que la elección del sistema de herramientas de creación dependerá intrínsecamente al tipo de proyecto multimedia. Estos sistemas de herramientas de creación se pueden clasificar en tres tipos:

1) Herramientas basadas en páginas o tarjetas

En este sistema de creación multimedia, los elementos quedan organizados como páginas de un libro o una pila de tarjetas. Su utilización es más óptima cuando el contenido consta de elementos que pueden ser visualizados individualmente, logrando mediante un orden, vincularlas organizadamente lo que permite saltar a cualquier página siguiendo un patrón de navegación estructurado. Este sistema además permite reproducir elementos de sonido, animaciones o video digital. (Ejemplo de software: HyperCard, MetaCard y ToolBook)

2) Herramientas basadas en iconos, controladas por eventos

Las herramientas de creación o preparación basada en iconos y controladas por eventos, constituyen un sistema donde los elementos multimedia y las claves de interacción (eventos) se organizan como objetos en un proceso de trabajo estructural. Normalmente, simplifican la organización de proyectos y suelen presentar diagramas de flujos de actividades, junto con distintas rutas o ramificaciones. Es particularmente útil para estructuras de navegación complejas -ya que el autor

Capítulo 4: Multimedia y Diseño

multimedia no debe recurrir a guiones para elaborar aplicaciones sofisticadas- o bien, para la creación de storyboards. (Ejemplo de software: Authorware)

3) Herramientas basadas en el tiempo

Estos sistemas basados en el tiempo son muy populares entre las herramientas de creación multimedia. Cada uno utiliza su propia aproximación e interfaz de usuario características para administrar los elementos y eventos a lo largo del tiempo, con resoluciones iguales o superiores a 1/30 segundos. Resultan realmente apropiadas cuando se trata de transmitir mensajes que tienen un comienzo y un final. La serie de fotogramas gráficos organizados secuencialmente se reproducen a una velocidad que puede ser controlada. Otros elementos (como los de audio) pueden ser disparados en un momento o ubicación determinada en la secuencia de eventos. Lo más potente de esta herramienta, es que permite programar saltos a cualquier posición de la secuencia, añadiendo de este modo la capacidad de navegación y un control interactivo. (Ejemplo de software: Macromedia Director)

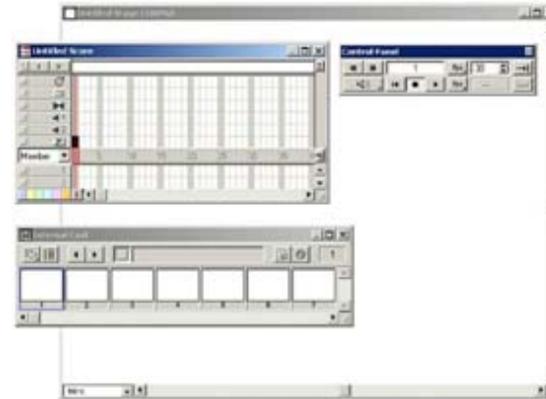
4.7.1. Macromedia Director

Macromedia Director es una potente y compleja herramienta de creación multimedia de Macromedia con un amplio abanico de características para crear presentaciones multimedia, animaciones y aplicaciones multimedia interactivas. En Director se ensamblan y secuencian los elementos del proyecto usando un Cast, un Score, un Stage y un Control Panel. En la figura del costado derecho de la página se puede apreciar la interfaz de Director.

Las películas de Director constituyen por lo general un buen medio de distribución para múltiples plataformas. Sin embargo, a la hora de crear el “proyector” en tiempo de ejecución del archivo, es necesario crearlo en ambas plataformas, es decir, crear un proyector Mac y crear un proyector para Windows. Ahora, también

se puede crear un proyecto Shockware, que se podrá reproducir en ambas plataformas.

Interfaz de Director

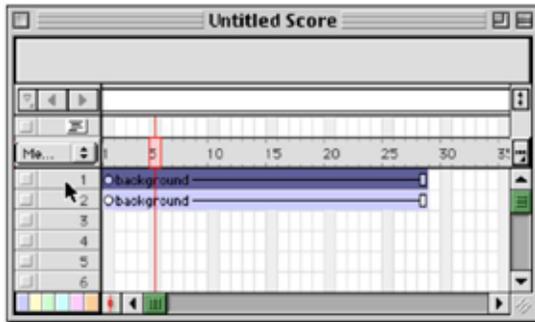


Cast es una base de datos multimedia que contiene imágenes estáticas, archivos de sonido, texto, paletas, formas de QuickDraw, guiones de programación, películas de QuickTime, películas de Flash e incluso otros archivos del propio Director. No sólo se puede importar una gran diversidad de tipos de datos y formatos de elementos multimedia, sino también crear elementos multimedia usando las propias herramientas y editores de Director. Una vez importados o creados los elementos multimedia del proyecto y colocados en el Cast, dichos elementos se ensamblan mediante la característica Score.



Capítulo 4: Multimedia y Diseño

Score es un secuenciador para visualizar, animar y reproducir miembros del Cast, y está compuesto de fotogramas que contiene miembros del Cast, ritmo, una paleta, temporización e información de sonido. Cada fotograma se reproduce como una "escena" a una velocidad determinada en el canal del tiempo. El Score ofrece complejos y elaborados efectos visuales y transiciones, ajustes de paleta de color y control de tiempo.



Las animaciones por ejemplo, se construyen colocando un gráfico o **Sprite** sobre la escena y cambiando su ubicación en los fotogramas siguientes, así, cuando los fotogramas se reproducen a su ritmo normal, el Sprite adquiere movimiento. Además, es posible sincronizar las animaciones con efectos de sonido, resaltando un rango de fotogramas y seleccionando el sonido apropiado en el Cast.

Director, utiliza el **Lingo** que es un complejo lenguaje de guiones orientado a objetos, como medio para ofrecer interactividad y control programado. Existe un editor de guiones incorporado con características de depuración para el Lingo. Ya que se pueden asociar guiones a elementos individuales del Cast, es posible copiar y pegar secuencias interactivas completas. Además, Lingo usa **Xtras**, que son segmentos especiales de código que permiten controlar dispositivos de sonido y video externos. Macromedia Director incluye varios Xtras y multitud de ejemplos de su uso.

Con el uso de Lingo, también se pueden controlar operaciones en Internet, como envío de correo electrónico, lectura de documentos e imágenes y construcción de páginas Web sobre la marcha.

Usando guiones de Lingo, se pueden encadenar documentos de Director independientes y llamar a otros archivos como subrutinas.

También se pueden importar elementos en el Cast usando punteros para archivos. Esto permite compartir los mismos elementos en diferentes Cast; cuando el Score llama a un elemento, éste se carga en la memoria RAM desde el archivo de origen.

4.7.2. Macromedia Flash

Flash es la tecnología que más está creciendo en el mercado de Internet, para realizar presentaciones multimedia en la red de forma profesional. En la figura inferior se puede apreciar la interfaz de Macromedia flash.

Interfaz de Flash



Capítulo 4: Multimedia y Diseño

Flash es el programa desarrollado por Macromedia para elaborar gráficos en movimiento para la web. Su uso en el ámbito del diseño gráfico para Internet se está expandiendo en la actualidad a pasos agigantados. Esta meteórica popularización responde a la versatilidad del programa a la hora, no sólo de crear animaciones, sino de diseñar elementos altamente interactivos, abriendo un extenso campo de posibilidades capaz de potenciar la capacidad creativa del diseñador.

Es habitual encontrar en la Red páginas con una interfaz innovadora que ofrecen propuestas arriesgadas, originales y de gran impacto visual (propuestas libres, no coartadas por ninguna clase de censura estética). La producción de este tipo de proyectos es posible gracias a las imágenes en movimiento que permite realizar Flash.

La realización de herramientas de navegación (lo que se conoce por menú) dinámicas no se limitan a un simple enriquecimiento decorativo, también posibilitan una participación más activa del usuario en la navegación, que se convierte para el espectador en una experiencia lúdica, de divertimento, lo que permite prestar un servicio o mostrar un producto de manera más directa y eficaz.

Los gráficos vectoriales facilitan el uso extensivo de imágenes sin que la página se cargue con un peso excesivo. Este tipo de gráficos se generan en tiempo real, es decir, el procesador los redibuja a tal velocidad que la retina los aprecia como imágenes en movimiento. El sistema que aplica el computador para manipular esta clase de imágenes (vectoriales), se basa en una traducción de las coordenadas establecidas por el dibujo a un lenguaje más claro para el procesador, por lo que la información visual ocupa menos espacio, frente al volumen que alcanzan los gráficos Bitmap (que reproducen los colores píxel a píxel).

Flash establece una diversidad de modos para mostrar la información más amplia que la presentada convencionalmente en la web. En definitiva, la imagen en

movimiento creada a través de este programa logra un efectista y espectacular resultado.

La última versión de Macromedia flash (MX 2004) tiene todas las características de las versiones anteriores, permitiendo además a diseñadores y desarrolladores acelerar proyectos, incrementar el control creativo, y ampliar su espacio de trabajo con nuevas funcionalidades. Los efectos de Línea de Tiempo permiten a los desarrolladores añadir transiciones comunes como desenfoces y sombras sin programar. Los comportamientos predefinidos eliminan la necesidad de la programación compleja de navegación y los controles de medios. El recopilador de alto rendimiento mejora significativamente el rendimiento de reproducción. El nuevo lenguaje ActionScript 2.0 permite a los desarrolladores añadir interactividad sofisticada a su contenido. El nuevo soporte para las CSS (Cascading Style Sheets) permite a los usuarios ofrecer sitios híbridos que combinan Flash y HTML con una consistente apariencia y manejo. Los componentes accesibles, soporte Unicode, y herramientas de localización amplían el alcance del contenido para incluir a los usuarios con problemas de visibilidad y audiencias internacionales.

Por último, Flash MX Professional 2004 incluye todas las características de Flash MX 2004 más capacidades avanzadas para el desarrollo visual de aplicaciones dinámicas de Internet, incluyendo un nuevo entorno de desarrollo basado en formularios como una alternativa a la tradicional metáfora, una biblioteca de componentes dinámica, y una unión de datos fácil a los servicios web y XML. También ofrece capacidades de vídeo de alta calidad y desarrollo racionalizado para dispositivos móviles.



«La forma de conseguir buenas ideas de diseño consiste en observar las reacciones y la información que entrega el usuario»

Capítulo 5: Internet y La Web

5.1. Introducción a Internet

En la actualidad, diversas transformaciones tecnológicas han permitido conocer desde cualquier continente nuestro planeta y su gente, siendo Internet el gran exponente de esta realidad.

Internet permite que el concepto de comunicación que contiene en su definición la palabra distancia, no represente una limitación. Sumergirse en Internet conlleva a sorprenderse de la capacidad ilimitada que se va adquiriendo para adentrarse en otros mundos.

Hace algunos años atrás, eran pocas las personas que habían escuchado hablar de Internet, de la súper carrera de la información o de la súper autopista (superhighway). Hoy en día, ya no existe medio de comunicación que no incorpore Internet como noticia, o bien, como recurso de trabajo.

Internet se define como la red de computadores más grande del mundo, que conecta cientos de redes, ofreciendo un espacio abierto para compartir ideas, proyectos e información en un ambiente sugerente y a distancia. Ella congrega numerosas redes pertenecientes a los distintos países del mundo que, en forma cooperativa y descentralizada, convergen con sus distintas tecnologías, permitiendo una comunicación global.

La red Internet ha crecido en un ambiente muy estimulante. Desde sus inicios, muchos de sus miembros voluntariamente han investigado y desarrollado su tecnología, haciendo de ella una solución cercana a un público cada vez más amplio. Esto refleja una búsqueda de horizontes enriquecedores, demuestra la calidad de este proyecto y la ambición genuina de derribar fronteras y así, acercarse a la unidad global.

El acceso a casi todo el mundo –más de un centenar de países conectados por Internet- provee de fuentes de comunicación y de un enriquecimiento insospechado en el aspecto humano y profesional creando un nuevo mundo para sumergirse y renovarse.

En el campo laboral, el fenómeno de Internet ha irrumpido con fuerza, por lo que los criterios para evaluar el desempeño de las empresas y el éxito de sus profesionales a futuro, serán medidos en base a su capacidad de seleccionar en forma adecuada la información y el cómo la comunicarán por medio de sus productos y servicios.

5.1.1. La necesidad de Internet

Internet, hace algunos años, tenía revolucionada a la comunidad científica, pues se había logrado un objetivo añorado desde siempre: comunicarse mediante una red distribuida de información, superando las barreras que impedían dicha comunicación, aun cuando su uso fuera relativamente difícil y su información casi exclusivamente en forma de texto.

Décadas atrás, cambió de modo radical el sistema de vida con los avances tecnológicos de la radio y la televisión; las personas incorporaron a su rutina diaria nuevas formas de entretención y adquisición de información. Y como el tiempo pasa, los niños hoy no se cuestionan la existencia de la televisión, es más, les cuesta imaginarse un mundo sin ella. Esta misma realidad se repetirá, cuando en un futuro no muy lejano, se considere Internet como una necesidad básica.

5.1.2. La globalización en Internet

El cambio que hoy se ha producido en las comunicaciones es, más que una simple revolución técnica, una completa transformación de aquello a través de lo cual la humanidad capta y percibe el mundo que le rodea.

Los nuevos medios de comunicación son poderosos instrumentos para la educación y el enriquecimiento cultural, para la actividad comercial y la participación política, para el diálogo y la comprensión intercultural. Internet es el último y, en muchos aspectos, el más poderoso de una serie de medios de comunicación que durante el último siglo y medio ha eliminado progresivamente el tiempo y el espacio como obstáculos para la comunicación entre un gran número de personas. Tiene enormes consecuencias para las personas, para las naciones y para el mundo. Como sucede con otros medios de comunicación, la persona y la comunidad de personas son el centro de la valoración ética de Internet.

Dentro de la globalización, Internet tiene un conjunto de características impresionantes. Es instantáneo, inmediato, mundial, descentralizado, interactivo, capaz de extender ilimitadamente sus contenidos y su alcance, flexible y adaptable en grado notable. Es igualitario, en el sentido de que cualquiera, con el equipo necesario y modestos conocimientos técnicos, puede ser una presencia activa en el ciberespacio, anunciar su mensaje al mundo y pedir ser oído. Permite a las personas permanecer en el anonimato, desempeñar un papel, fantasear y también entrar en contacto con otros y compartir. En fin, es un fenómeno que ofrece múltiples potencialidades que en otro tiempo eran impensables.

Sin embargo, una de las mayores preocupaciones sobre Internet, es lo que hoy se denomina brecha digital. La expresión brecha digital, destaca el hecho de que tanto las personas como los grupos y las naciones deben tener acceso a las nuevas tecnologías para participar en los beneficios prometidos por la globalización y el desarrollo, y no quedarse rezagados para la posteridad. Es a través de la

globalización y la normalización de las herramientas comunicacionales que esta brecha se acortará cada vez más, otorgando las mismas posibilidades a todas las personas, sin importar en que lugar del mundo se encuentre.

A lo largo de este capítulo, en primer lugar se hará referencia a la Web y el lenguaje que la caracteriza, para luego profundizar en las distintas características que permiten lograr un diseño web amigable y eficaz, basado en los criterios de la usabilidad y la optimización de los recursos en la Web para poder responder a ellos.

5.2 El World Wide Web y el HTML*

5.2.1. El World Wide Web

El World Wide Web o WWW es un sistema de información hipertexto colaborativa distribuida, que fue diseñada como protocolo para vincular múltiples documentos ubicados en computadores repartidos por todo Internet, permitiendo representar la información en base a páginas.

Un sitio Web (conformado por páginas WWW) puede incluir diferentes tipos de información como texto, imágenes, sonido, animaciones, video e hipertexto, donde éste último consiste en texto resaltado que el usuario puede activar para cargar otra página WWW. Todos estos elementos, deben ser presentados a través de una interfaz de usuario amigable.

Esta interconexión de documentos por todo el mundo, implica contar con un medio único de identificación. La dirección única de un documento en la Web es llamada URL (Uniform Resource Locator) y se compone de los siguientes elementos:

- HTTP (Hyper Text Transfer Protocol) que es el protocolo de intercambio

* Ver Anexo 2, Glosario de Términos más utilizados en Internet

de datos entre dos computadores a través de Internet que incluye reglas de transacción basadas en establecer una conexión, solicitar el envío de un documento, enviar el documento y por último, cerrar la conexión.

- La dirección Internet del servidor que difunde los documentos. Esta dirección es única en toda la red, es la dirección TCP/IP del computador.
- El árbol de directorios (camino) que conduce al documento.
- Un documento de formato HTML, que es el que permite presentar texto e imágenes de forma estructurada y que a la vez, puede contener hipervínculos que hagan referencia a documentos de naturaleza similar.

5.2.2. Lenguaje HTML

HTML (Hypertext Markup Language) es un lenguaje de marcado para el intercambio de hiperdocumentos y hoy en día, representa el lenguaje básico y popular para la creación de páginas Web debido a que su uso ha sido muy generalizado en el World Wide Web.

Los documentos HTML son archivos de texto ASCII que contienen etiquetas que indican la estructura lógica del documento y representan el formato y la extensión de las páginas Web.

La principal característica de HTML, es la capacidad para crear enlaces, ya que permite a los usuarios navegar a través de un gran conjunto de información distribuido alrededor del mundo. Estos enlaces, se definen en términos de ancla origen y destino, y el origen se representa en el documento, normalmente por una cadena de texto reseñada.

Dentro de los próximos años, la mayoría de las experiencias multimedia tendrán

lugar en Internet. Sin embargo, dentro del horizonte de eventos de la apasionante explosión de la Web, existen aún muchas incertidumbres y desafíos por resolver. El déficit de ancho de banda y el alto tráfico de datos, tendrá que encontrar una solución tecnológica al alcance de cualquier institución u hogar y la navegación y el aspecto visual, deberán estandarizarse con el fin de optimizar el tiempo del navegante y proporcionarle una experiencia de alta calidad.

5.3. Usabilidad

Internet es una realidad ineludible que actualmente está cambiando el funcionamiento diario de numerosas instituciones en todo el mundo e incluso, muchas de ellas están rediseñando sus estrategias para adaptarse a este nuevo medio tecnológico.

Internet ha creado un nuevo entorno competitivo en el que la competencia está a sólo un clic del mouse de distancia. Ante los millones de páginas web que se ofrecen a los usuarios cuando acceden a la red, se hace más crucial que nunca la satisfacción del usuario, conocerlo, identificar los servicios y productos que requiere, atraer su atención y retener su lealtad. Por ello, es indispensable que el diseño de los sitios Web esté enfocado a facilitar a los visitantes su navegación, otorgándoles una experiencia agradable durante el uso de Internet.

Dadas las limitaciones tecnológicas actuales (que ojalá en un futuro no muy lejano encuentren solución), la visualización de las páginas es a veces angustiosamente lenta. La pérdida de la capacidad de concentración y el escaso tiempo disponible son factores críticos y decisivos que hay que tener en cuenta al momento de diseñar y construir los sitios. Vulnerar estos aspectos supone una clara falta de

Capítulo 5: Internet y La Web

consideración hacia el sufrido usuario de la web. Es primordial tener claro que, el objetivo del diseño visual no es sólo impactar sino ayudar al usuario.

Actualmente, Internet está lleno de sitios web basados en diseños efectistas espectaculares visualmente, creados con una tecnología de punta, con imágenes en tres dimensiones, múltiples animaciones y colores centelleantes. Sin embargo, este tipo de sitios son inaccesibles para la mayoría de los computadores existentes, ya que son excesivamente lentos en la descarga de imágenes, poseen una información desorganizada, ilegibilidad de los textos y resultan molestos con una navegación al azar determinada por múltiples ventanas que se abren con información totalmente divergente de lo que se está realmente buscando.

Una empresa u organización puede estar bien organizada y ser económicamente fuerte pero si el diseño de la interfaz (lo que ve el visitante, con lo que interactúa) falla, está fracasando todo. En definitiva, los usuarios sólo recuerdan las dificultades o las ventajas que han experimentado al utilizar y navegar por un sitio web.

Por consiguiente, hoy en día se está poniendo en práctica una nueva perspectiva de diseño centrada en el usuario, donde el objetivo es resolver sus problemas, ayudarlo y optimizar su tiempo de navegación. Así, *«la forma de conseguir buenas ideas de diseño a menudo consiste en seguir la metodología de la usabilidad y en observar las reacciones y la información de los usuarios»*.⁽²⁷⁾

La usabilidad se refiere a la rapidez, utilidad, facilidad y satisfacción con la que los usuarios realizan sus tareas al utilizar una determinada interfaz. Los profesionales dedicados a analizar la usabilidad, recogen un conjunto de estudios realizados en áreas como la psicología cognitiva y la interacción entre seres humanos y computadores, sobre cómo adecuar las tecnologías a las necesidades humanas y tener control sobre ellas. Ya que es el usuario quien maneja la Web, en un planteamiento estratégico de diseño resulta fundamental tener como referencia

las necesidades de los usuarios, observarlos, detectar cuales son sus gustos, que es lo que encuentran más fácil y donde tropiezan.

Dentro de la metodología de usabilidad, un principio general para todo diseño de interfaces de usuario consiste en que la simplicidad es mejor que la complejidad, especialmente en la web. Si el diseño funciona igualmente aún eliminando alguno de los elementos que lo componen entonces no sirve. *«La simplicidad debería ser el fin del diseño de páginas, ya que los usuarios no suelen ir a un sitio para disfrutar del diseño, sino que prefieren centrarse en el contenido»*.⁽²⁸⁾

Ya que el contenido es lo primordial para los usuarios, es importante que éste sea presentado de un modo atractivo. Debido a la baja resolución de las pantallas habituales, la lectura es un 25% más lenta que en papel y es más molesta, por lo que es conveniente escribir un 50% menos de texto. Según los postulados de Nielsen, es necesario que los textos sean lo más breve y precisos posible, y sólo cuando es imprescindible, utilizar hipertextos para dividir la información más extensa en diferentes páginas. Además, es imprescindible que el sitio web asegure la legibilidad, ya que si se carece de ésta, el resto pierde su importancia.

Como reglas básicas para asegurar una buena legibilidad, se debe presentar el material con un tamaño y tipo de fuente adecuado y un nítido contraste entre el color de los textos y el fondo, utilizar fondos de colores claros y sutiles y tratar de prescindir de elementos móviles que dificulten la lectura.

Por otra parte, debido a que los usuarios de Internet normalmente no leen palabra por palabra sino que hojean picoteando palabras u oraciones, es necesario que el sitio tenga una estructura de navegación clara (visualizar dónde está el usuario, dónde ha estado y adónde puede ir) y con una información ordenada, presentada a través de un lenguaje claro.

⁽²⁷⁾ y ⁽²⁸⁾ NIELSEN, JAKOB. 2000. Pág.12 y 97. Usabilidad. Diseño de Sitios Web. 1era Ed. en español. Editorial Pearson Educación S.A. 416 Págs.

Por último, uno de los criterios más importantes y más valorados consiste en que las páginas web deben ser diseñadas pensando en la rapidez. La velocidad de los tiempos de respuesta es lo principal ya que al usuario no le interesan las razones de la lentitud en descargar las páginas sino que quiere ver rápidamente el resultado, sin sacrificar su tiempo por un mejor diseño. La investigación sobre una variedad de sistemas de hipertexto, muestra que los usuarios necesitan tiempos de respuesta de menos de un segundo al ir de una página a otra si tienen que desplazarse por un espacio de información.

Actualmente, esta meta está lejos de ser alcanzada. Sin embargo, el objetivo mínimo consiste en mantenerse en tiempos de respuesta inferiores a 10 segundos que, según estudios de psicología cognitiva, es el tiempo límite para retener la atención de una persona en espera. Evidentemente, lo anterior va intrínsecamente ligado a la reducción del tamaño (en kilobytes) de las páginas, que se logra reduciendo los gráficos presentes a su mínima expresión y empleando efectos multimedia sólo cuando verdaderamente contribuyan a la comprensión de la información por parte del usuario.

5.4. Gestión de recursos para la optimización de las aplicaciones multimedia en Internet

La multimedia se está popularizando cada vez más en la Web con variadas tecnologías que soportan el uso de la animación, el video y el audio para complementar los medios tradicionales de texto e imágenes. Sin embargo, el uso de estos nuevos medios requiere una buena gestión y optimización de los recursos por parte del diseño, ya que una utilización indebida de multimedia tendrá como resultado la existencia de interfaces confusas que terminarán por confundir al usuario.

Como ya se mencionó anteriormente, el tiempo de respuesta es sin duda uno de los criterios más importantes al momento de diseñar un sitio Web. Debido a que la mayoría de los elementos multimedia son grandes y el ancho de banda aún es tan pequeño, los tiempos de descarga son demasiado prolongados. Por esto, una de las primeras reglas básicas consiste en señalarle a los usuarios el formato y tamaño del archivo (si este tiene un tiempo de descarga mayor a 10 segundos), dándoles la posibilidad de elegir si es que quiere realizar la descarga o no. A continuación, se explican las formas de optimizar los diferentes componentes multimedia para ser incorporados en un proyecto Web, como una ayuda para responder a los criterios de usabilidad.

5.4.1. Reducción de imágenes

Según Jacob Nielsen, durante el diseño y construcción de un sitio Web, es necesario minimizar el uso gratuito de imágenes que no sean fundamentales para el contenido ya que cada imagen, incrementará el tiempo de descarga. Dadas las actuales limitaciones tecnológicas en las conexiones y el gran tamaño en Kilobytes que ocupan, es conveniente incluir sólo las que resulten esenciales.

Sin embargo, es importante tener claro que la utilización de las imágenes es relevante

en la presentación de una página, ya que sirven para acompañar y complementar los textos e incluso muchas veces pueden hasta reemplazarlos (*una imagen vale más que mil palabras*). Lo aconsejable en estos casos, consiste en no incluir las imágenes de gran tamaño en las páginas principales, sino más bien incluir una versión pequeña de la imagen que haga las veces de vínculo hacia la imagen de mayor tamaño, permitiéndole al usuario tomar la decisión si quiere investigar más. Otra solución bastante óptima, es la *reducción de imagen de importancia mejorada*, que supone una combinación de recorte y escalado que permite conservar el contexto y los detalles de la imagen incluso en tamaños muy pequeños.

Optimizar las imágenes y reducir su peso mediante las tecnologías actuales que lo permiten, minimizar el número de colores, utilizar la misma tabla de colores en todas las fotografías que aparecen en una página e incluir la etiqueta de texto ALT en cada imagen para poder navegar sin su total descarga, son factores a tener presentes al momento de diseñar un sitio para la Web.

5.4.2. Restricción del uso de la animación

En lo que respecta al uso de las animaciones en un diseño Web, Nielsen propone restringir la utilización de éstas sólo a ocasiones donde realmente sean necesarias, ya que la mayoría de los usuarios manifiestan molestia y pérdida de concentración ante la presencia de cualquier animación que dificulte la lectura de la información de la página. En la mayoría de los sitios web que utilizan animación, algunos de ellos premiados, se pierde el objetivo para el que fueron creados. La información que se pretendía transmitir se ve minimizada por la espectacularidad de las imágenes, convirtiéndose en elementos no de atracción sino de distracción.

A continuación se exponen las siete finalidades para las cuales, según los criterios de la usabilidad, la animación puede ser considerada positiva:

- **Mostrar continuidad en las transiciones:** El cambio entre dos estados de algún objeto y/o elemento es comprendido mucho más fácilmente por el usuario, ya que apela a su percepción visual y no a su sistema cognitivo.
- **Indicar la dimensionalidad en las transiciones:** Se utilizan efectos animados contrarios para visualizar la transición, indicando el movimiento a lo largo de la dimensión de navegación.
- **Ilustrar los cambios en el tiempo:** Permite mostrar la evolución y los cambios de algún fenómeno u objeto en el tiempo.
- **Multiplicar la pantalla:** Permite mostrar múltiples objetos de información en el mismo espacio, que por ejemplo aparecen y se mueven a medida que el usuario desplaza el cursor.
- **Enriquecer las presentaciones gráficas:** La animación es el soporte perfecto para ilustrar una operación de cambio, por lo tanto permite mostrar tipos de información que son más fáciles de vislumbrar con movimiento que con imágenes estáticas.
- **Visualizar estructuras tridimensionales:** Permite acentuar la naturaleza tridimensional de un objeto para que los usuarios lo visualicen y lo entiendan mejor.
- **Atraer la atención:** Donde la capacidad que tiene la animación para dominar la percepción visual del usuario se vuelve una ventaja en la interfaz, atrayendo su atención hacia un elemento en particular o avisándole algo específico (titular) para luego quedar estática dando paso a una lectura sin distracción.

Lo más importante es que, cualquiera sea la finalidad de la animación, ésta implique algún valor para un usuario determinado.

5.4.3. Optimización del uso de video

Actualmente, las restricciones de ancho de banda son más relevantes para la utilización de este medio que para los otros, ya que el uso del video se ve limitado a cortas y pequeñas áreas de visión como complemento del texto e imágenes.

Normalmente, en la Web, los usos más tradicionales que se le dan al video son para la promoción y publicidad de programas de televisión, videoclips o películas, para mostrar objetos en movimiento o bien, para ofrecer a los usuarios la presencia de un orador como elemento de apoyo (por ejemplo un charlista).

Sin embargo, uno de los mayores problemas consiste en que los usuarios cuando quieren ver un video esperan una producción de calidad y muchas veces se ven defraudados por videos precarios.

La tecnología del Video Streaming (video fluido)

Las primeras tecnologías Video Streaming, fueron desarrolladas para las redes del IP (Internet Protocol) a mediados de los años 90' por la Real Networks. El video streaming es una de las tecnologías más excepcionales, ya que es capaz de transmitir archivos de audio y video desde servidores a los clientes a través de módems simples en tiempo real.

La transferencia de secuencias de imagen y de audio es bastante crítica para el usuario ya que muchas veces se producen problemas durante el traspaso. Esto se debe a que el video se compone de muchas escenas que tienen que ser leídas a altas velocidades para crear la ilusión de movimiento y las imágenes de video de dichas escenas requieren una gran cantidad de información y por lo tanto representan archivos bastante grandes. La tecnología del video streaming ofrece una solución a los problemas anteriores, basándose en tres componentes:

- *La compresión de video digital*, que elimina las escenas repetitivas y el detalle excesivo.
- *Una transmisión donde los paquetes de datos* son leídos por el usuario mientras van llegando.
- *El uso de almacenadores intermedarios (buffers) o memorias* para reducir al mínimo el retraso de la información general de la red.

La finalidad del video streaming, es visualizar videos en forma más rápida y directa sin necesidad de descargar el video, pero sacrificando la calidad de éste. En caso de querer obtener un video de mejor calidad, es mejor digitalizar una versión del video que se pueda descargar, ya que si el usuario tiene realmente interés en el video esperará por él. En el fondo, la utilización del video streaming o la descarga del video digital, va a depender directamente del objetivo al cual apunte el uso del video.

5.4.4. Audio en la Web

El uso más frecuente del audio en la Web es la reproducción de una pieza musical. Por ejemplo, en sitios cuya temática tiene que ver con la música, este medio puede constituir un recurso muy estratégico, ya que la reproducción de un clip de audio puede captar el interés del usuario e incluso impresionarlo. Otro uso bastante usual, consiste en las grabaciones de voz, que muchas veces pueden reemplazar el uso del video y pueden tener diversos fines. Cuando se utiliza este medio en la Web, la importancia recae en que el sonido que se reproduzca debe ser de calidad profesional para que logre su objetivo.

5.5. Conclusiones diseño para la Web

Los resultados de diversas investigaciones, en las cuales se han realizado pruebas sobre la facilidad de uso y navegación, han demostrado que las páginas diseñadas pensando en el usuario, son finalmente las de mayor calidad y competitividad en el mercado de Internet.

De lo anterior se puede concluir que, situar las necesidades del usuario en el centro de los intereses de un proyecto web es la estrategia más eficaz y rentable. Casi el 90% de los usuarios de la red la utilizan para buscar información, no están en la red para explorar, por lo tanto, el contenido informativo de un sitio web debe ser el criterio fundamental que debe centrar el diseño y desarrollo del sitio. Favorecer y reforzar los elementos que faciliten este proceso de búsqueda y evitar todo elemento de distracción, aumentará la satisfacción de los usuarios.

La mayoría de los criterios de usabilidad propuestos por Nielsen y por otros investigadores, en cierto modo sacrifican las posibilidades que ofrece el diseño y la multimedia en el mundo de la Web privilegiando las necesidades inminentes de un usuario como lo es la velocidad de descarga. Esto se debe a que la Internet que conocemos actualmente no fue diseñada para millones de usuarios sin congestión, ni es capaz de manejar multimedia o interacción en tiempo real. No obstante, de un tiempo a esta parte se han desarrollado en varios países, proyectos que pueden crear un nuevo ideal de Internet.

Así, en Estados Unidos, se creó Internet 2, proyecto que tiene como propósito introducir una nueva red de gran ancho de banda y controles avanzados para la investigación y educación y que utiliza tecnología de punta para permitir el desarrollo de una nueva generación de aplicaciones como la multimedia, la realidad virtual y la video conferencia, que hasta hoy no se pueden utilizar en la red actual. Aunque

fue creada y es operada desde su inicio por las universidades, gobierno y algunas empresas de investigación e innovación tecnológicas, se espera que a futuro estos proyectos sean de uso masivo. Cuando esto suceda, se podrán vislumbrar cambios trascendentales en el mundo del diseño.



ETAPA ANALÍTICA



«Conocer y analizar la tipología existente, permite estar siempre un paso más adelante»

Capítulo 6: Análisis de Tipología Existente

6.1. Tipología existente de Sistemas Interactivos Multimediales

6.1.1. Sitios Web

Para el análisis de la tipología existente en lo que se refiere a sitios web, es importante tener en cuenta que la creación del sitio Web para el museo de Violeta Parra pretende abarcar no sólo información acerca del museo mismo, sino también transformarse en el sitio representativo y oficial de la artista, sobre todo, porque actualmente no existe ninguno que pertenezca realmente en forma individual a Violeta Parra.

Por lo tanto, resulta fundamental que este análisis tipológico se realice a partir de diversos enfoques, tomando dentro del concepto tipología, sitios que se relacionen con el ámbito cultural, referentes al patrimonio y folklore chileno, sitios de museos de otros personajes chilenos emblemáticos (premios nacionales o relativos al patrimonio cultural), sitios de otros músicos chilenos reconocidos y finalmente, un sitio vinculado más directamente con la artista.

Por otra parte, ya que el recorrido virtual es una de las fortalezas de la propuesta del sistema interactivo multimedial para el museo Violeta Parra, se considerará dentro de este análisis, algún sitio de un museo que contenga este tipo de desarrollo interactivo dentro de su interfaz gráfica de usuario. Dado que no se pudo hallar ningún Museo Nacional que presente recorridos virtuales, se analizará a modo de ejemplo un sitio extranjero.

Todo lo anterior, permitirá tener una visión extensa y acabada sobre lo que hoy en día existe en Internet en lo concerniente a las diversas temáticas que identifican a Violeta Parra y al Museo que se está creando en honor a ella.

Capítulo 6: Análisis de Tipología Existente



www.nuestro.cl

Sitio Web oficial del patrimonio cultural Chileno desde hace ya 3 años, diseñado para una resolución 1024 X 768 px, optimizada para 800 X 600 px en html.

Desarrollado por la Corporación Patrimonio Cultural de Chile, con la motivación de conservar, cuidar y difundir nuestro patrimonio cultural tangible (museos y sus colecciones, archivos, obras de arte, elementos o estructuras de carácter arqueológico, parques, edificios, materiales iconográficos, literarios, teatrales, cinematográficos y musicales) e intangible (tradiciones, usos y costumbres, fiestas y formas de celebración que han configurado nuestra identidad).

Es importante mencionar que nuestro.cl fue premiado este año como uno de los 5 mejores sitios de cultura del mundo, en el concurso World Summit Award (WSA), Naciones Unidas, reconociendo la calidad de sus contenidos digitales y la creatividad e innovación en su puesta en línea.

El sitio tiene realmente un gran contenido informativo, cuenta con enlaces a “notas reportajes” muy completos y que abarcan temas de rescate de un tema en particular, turismo cultural, personajes del patrimonio, etnias, educación, etc. Por otra parte, cuenta con un enlace hacia temáticas referentes al Bicentenario, con artículos actuales de proyectos que se están gestionando y finalmente, uno de los enlaces más interesantes corresponde a una biblioteca muy diversa que contiene archivos divididos en categoría música, video y textos y además una galería de imágenes propia del sitio y otra que comparte con el archivo fotográfico de Chilectra.

La interfaz gráfica del sitio se puede dividir en cinco secciones. En la parte superior, se encuentra una franja identificatoria del sitio, con una identidad bastante sencilla que cuyo icono simula una casa y un volantín con trazos básicos, casi infantiles y un logotipo con tipografía más bien tosca y rústica. Dividida por una línea roja que

Capítulo 6: Análisis de Tipología Existente

www.lasebastiana-neruda.cl

Sitio oficial del Museo La Sebastiana, casa en Valparaíso de Pablo Neruda, poeta Chileno, premio Nacional de Literatura y Premio Nobel de Literatura. Diseñado para una resolución de 800 X 600 px. en html.

El sitio muestra desde su inicio, información relevante acerca de su contenido, sobre todo por la imagen de la Casa Museo, con un anclaje de texto con información referente al museo, a la Fundación Pablo Neruda (que está a cargo de las casas del poeta y de las actividades que se realizan), al propio poeta y a sus premios obtenidos.

En lo que respecta a la interfaz gráfica del sitio, el menú de navegación está presente en todas las páginas, lo que permite una navegación cómoda y clara. Este menú tiene diversos botones que permiten acceder a la historia del museo y a los distintos pisos y áreas de la casa. Si bien la solución gráfica de los botones está totalmente relacionada con la temática de la Casa Museo (botones con iconos fotográficos extractos de elementos decorativos presentes en el museo y relacionados con el mar), el resto de la interfaz no parece haber tenido un mayor análisis.

El sitio más que proporcionar información del poeta, se centra en información de la casa propiamente tal, por lo que el recorrido y la información del sitio es precisa y concisa, sin embargo al tratarse de una casa Museo y según lo que muestra la página de inicio, uno se imaginaría un recorrido virtual bastante más atractivo e interactivo, ya que las páginas de los diferentes pisos exponen sólo una fotografía (panorámica del extracto del botón del piso) y un pequeño texto explicativo.

Es importante mencionar que, a diferencia de la mayoría de los sitios, y por tratarse de un personaje altamente turístico, los textos están presentes y disponibles a la vez en español e inglés, idea interesante pero no muy bien lograda



Capítulo 6: Análisis de Tipología Existente



ya que provoca ruido y desorden dentro de la interfaz, que se presentaba bastante limpia con su fondo blanco.

www.inti-illimani.cl

Sitio oficial de Intillimani, uno de los conjuntos folklóricos chilenos más reconocidos tanto en el ámbito nacional como internacional. El grupo Intillimani, desde su conformación en 1967, ha grabado decenas de álbumes, ha tenido actuaciones en más de 50 países, obtenido centenas de premios, condecoraciones y distinciones, además de colaboraciones de artistas reconocidos mundialmente que han coronado casi 40 años de reconocida actividad.

Desde un principio, se observa que se trata de un diseño de sitio actualizado y nuevo ya que se encuentra diseñado para una resolución de 1024 X 768 px y en Flash. La página de inicio presenta una fotografía del grupo retocada sobre un fondo ilustrado de un paisaje andino, muy al estilo gráfico representativo de Intillimani y con música de fondo compuesta por el grupo. La animación se presenta en un recuadro central en el navegador, dejando un borde burdeo con pequeños íconos que forman un mosaico que casi desaparece en resolución 800 X 600 px. El sitio muestra animaciones interesantes tanto para la presentación inicial como para las transiciones de un enlace a otro, ya que el fondo de la animación se mueve de derecha a izquierda, dando paso a la nueva "página" de la animación.

La galería de imágenes también resulta atractiva, pero la solución gráfica no está del todo lograda ya que las fotografías de formato rectangular se encuentran "pegadas" sobre el fondo sin ninguna manipulación o marco.

Tanto las ilustraciones utilizadas de fondo en la animación como el encabezado de

Capítulo 6: Análisis de Tipología Existente



la página, presentan una gráfica bastante coherente con los códigos utilizados en la época de la nueva canción chilena. Destaca el reconocido y pregnante logotipo de la marca “Intillimani”.

No existe una solución iconográfica para ninguno de los componentes de navegación. El menú de navegación tiene botones de texto sin ninguna búsqueda tipográfica ni color que los resalte sobre una franja con transparencia, las barras de desplazamiento son igualmente poco atractivas. En el fondo, no se explotaron los conceptos ni se innovó en el resto de la interfaz gráfica. Sin embargo, la presencia permanente del menú en el sitio, permite que su navegación sea clara y fácil.

Aunque la información del sitio es pertinente y la disposición de los contenidos es aceptable, existen problemas técnicos y funcionales en algunos links, incluso en uno de los más importantes para un sitio de un grupo musical: el botón que lleva a la página de discografía simplemente no funciona.



La gráfica de las páginas internas del sitio son en su mayoría coherentes entre sí, a excepción de algunas como “contáctenos”, “magazine” y “calendario de actividades”, que son pop Up que se alejan totalmente de los códigos del resto del sitio.

Capítulo 6: Análisis de Tipología Existente



www.violetaparra.scd.cl

Sitio oficial de la Fundación Violeta Parra, único sitio relativamente oficial de la artista.

La Fundación Violeta Parra es una organización sin fines de lucro que surge de la iniciativa de un grupo de personalidades vinculadas a la trayectoria de Violeta Parra cuya finalidad es difundir, preservar y recuperar para Chile, el patrimonio de esta gran artista.

La interfaz gráfica del sitio es bastante básica, precaria, poco moderna y tiene muchas deficiencias, entendiéndose del punto de vista que fue diseñado en 1998 y desde entonces no ha sido actualizado.

El sitio se compone de 5 páginas html diseñadas para una resolución de 800 X 600 px, cuyo fondo simula la textura de una arpillera en tonalidad violeta, lo que toma la interfaz sucia y obsoleta, ya que se trata de un recurso bastante antiguo utilizado en los inicios de la Web.

El menú de navegación está compuesto por 5 botones, representados por ilustraciones de extractos de algunas obras realizadas por la artista. Sin embargo, estas ilustraciones claramente no pasaron por un tratamiento gráfico (proceso de normalización y abstracción a un código definido) y sus recortes están hechos aleatoriamente.

En un principio, la navegación del sitio resulta bastante clara ya que estos botones permiten separar y distinguir las diferentes temáticas que abarca. Pero cuando se comienza a recorrer las páginas interiores del sitio, se detecta que en cada página se mezclan los diferentes contenidos, lo que vuelve la navegación confusa, monótona y desordenada.

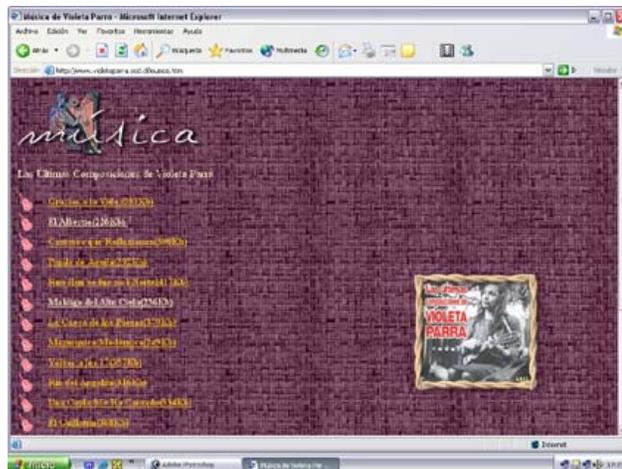
Textos extensos, sin ningún orden o diagramación aparente, y además con

Capítulo 6: Análisis de Tipología Existente



información obsoleta llenan las páginas que componen el sitio, algunas veces acompañados por alguna imagen que puede tener o no, un marco simulado con una especie de cordel o lana. El uso del marco también es aleatorio.

La página "fotografías" del sitio, nos muestra sólo tres imágenes de Violeta Parra. Y las páginas discografía y música se encuentran separadas lo que por una parte crea confusión, y además desilusión, ya que existe una lista de canciones que supuestamente pueden ser escuchadas y no funciona el link que lo permite.



Capítulo 6: Análisis de Tipología Existente



[www. posco.co.kr/cybertour](http://www.posco.co.kr/cybertour)

Sitio diseñado en Flash para una resolución 1024 X 768 px, año 2003 para el Museo Posco en Pohang, Corea. Se trata de un viaje virtual por el edificio del museo, concebido como testimonio y como una exhibición viva e inspirante de los logros de la empresa POSCO, segundo fabricante más grande del mundo de acero crudo.

El sitio forma parte del sitio oficial del museo de Posco. Sin embargo, se puede entrar al recorrido virtual en forma totalmente independiente del resto sitio del museo. La interfaz gráfica del recorrido virtual se divide en tres partes.

En el costado inferior derecho se pueda navegar por un plano de planta del museo modelado en 3D, en el cual se encuentran “zonas activas” que hacen las veces de botones invisibles que permiten acceder a la sala seleccionada.

En el extremo superior de la Interfaz Gráfica, aparece inmediatamente una pantalla o visualizador que, al activar un botón del mapa de planta, carga una panorámica de imágenes fotográficas que se puede recorrer en 360°. A la derecha del visualizador, se encuentra una pequeña ventana explicativa con detalles de los contenidos que se están visualizando.

Situado abajo del visualizador, se encuentra una segunda ventana que contiene una guía del recorrido virtual. Así, se pueden activar las zonas que se quieren visitar del Museo, ya sea colocando el cursor sobre el mapa de planta en 3D o sobre esta guía de contenidos. Una vez que se selecciona una zona, ésta sobresale en 3D sobre el Mapa y se carga en el visualizador la panorámica y en la ventana la información detallada correspondiente.

En la parte inferior izquierda, se puede apreciar la identidad del Museo y como fondo del sitio web, se aprecia una ambientación apropiada con la estructura del museo.

Capítulo 6: Análisis de Tipología Existente



La interfaz gráfica del sitio resulta muy interesante. moderna y atractiva debido a la interactividad que permite al usuario. Los colores azul oscuro, grises y plateados, simulan claramente el acero, muy coherente con el contenido y temática del museo. Se trata de una interfaz sobria, bastante tecnológica, casi fría, pero sumamente apropiada para una fábrica de acero.

La única carencia del sitio es que el recorrido virtual sólo se encuentra disponible en idioma Coreano, lo que no permite un análisis más acabado de algunos componentes de navegación como los botones de texto.

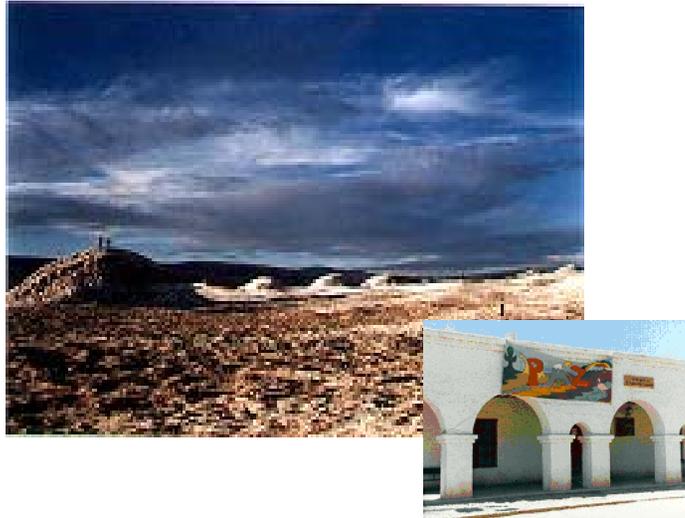
6.1.2. Presentaciones audiovisuales y multimediales



Para el análisis de la tipología existente en lo que se refiere a presentaciones audiovisuales, resulta sumamente difícil encontrar en el ámbito nacional desarrollo de este tipo de tecnología en los museos, ya que normalmente son presentaciones bastante planas, con una edición de vínculos de imágenes sin ningún guión mayormente acabado y establecido. Verdaderamente, muy alejado del desarrollo que se puede ver en museos extranjeros, como en Europa o en Estados Unidos, donde las aplicaciones de este tipo de tecnologías resultan ser un fuerte atractivo por el potencial que tienen para atraer visitantes.

Sin embargo, a continuación se presentan algunos ejemplos de presentaciones audiovisuales referentes al rescate histórico-cultural de nuestro país, realizadas en forma individual o para algún establecimiento específico, en los cuales se puede vislumbrar un posible y necesario cambio.

Capítulo 6: Análisis de Tipología Existente



“En el silencio del sol”

Presentación audiovisual realizada por Francisco Gallardo y producida por el Museo Chileno de Arte Precolombino a partir de la experiencia antropológica y arqueológica de veinte años en el área de San Pedro de Atacama. Es una historia de San Pedro de Atacama y su progresiva destrucción. El video indaga en lo transitorio de la colonización moderna y en la permanencia de sus habitantes ancestrales.

Mezcla de sonidos de la cultura atacameña, locución del realizador e imágenes de San Pedro y sus alrededores. A lo largo de este pequeño documental, el realizador analiza San Pedro desde una perspectiva cultural e histórica poco común, alejándose totalmente del aspecto “explotación turística” del lugar y generando una instancia de reflexión acerca de la mística impregnada en el lugar y evidenciando la importancia de las personas que se asentaron y habitaron la zona como generadores de historia.

Duración: 12 min. 7 seg.

Fecha: 1999



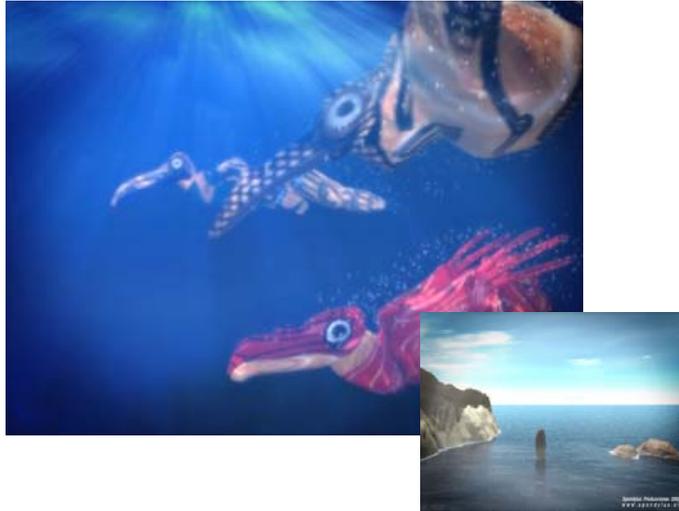
“Rokunga”

El cortometraje animado Rokunga, el último Tangata Manu, del diseñador y animador Erwin Gómez, narra la historia de Rokunga, el último Hombre Pájaro, título que ostentaba antiguamente el jefe político y militar de Isla de Pascua.

La cinta está basada en animación computacional 3D complementada con animación tradicional.

El realizador usa de la plasticidad y la vigencia de las últimas tecnologías de animación

Capítulo 6: Análisis de Tipología Existente



para dar vida a los testimonios estáticos del pasado. La fisonomía de los protagonistas de esta historia se inspira en las míticas figuras talladas en madera conocidas como Kava Kai y Moai Tangata Manu.

Duración: 7 min. 50 seg.

Fecha: 1/08/2002

“Desenterrar y recordar”

Presentación audiovisual realizada por Pablo Miranda y producida por el Museo Chileno de Arte Precolombino. Es una reflexión sobre la construcción de la memoria por parte de los habitantes del último pueblo salitrero: María Elena, en el norte de Chile. Se indaga en los sentimientos y prácticas de recolección de objetos y fotografías de la época del auge salitrero, como modo de recuperación y conservación de lo que ha sido. Es también una mirada nostálgica hacia un mundo que desaparece, hacia una “cultura pampina” que pronto no existirá más.

Se trata de un proyecto audiovisual que mezcla imágenes actuales de la oficina salitrera María Elena, con fotografías antiguas. La presentación audiovisual tiene además entrevistas a algunas personas que vivieron de cerca la actividad salitrera y que recuerdan con nostalgia el pasado en la pampa de Chile. Todo esto editado y acompañado de sonido ambiental y musical.

Duración: 12 min. 7 seg.

Fecha: 2001



Capítulo 6: Análisis de Tipología Existente



“Pablo Neruda en Casa Museo La Sebastiana”

En la Casa Museo La Sebastiana, casa de Pablo Neruda en Valparaíso, se encuentra una pequeña sala en la cual se pueden revisar algunos libros de Pablo Neruda y además existe una presentación audiovisual que se proyecta infinitamente, con imágenes antiguas en blanco y negro que muestran al poeta mientras recorre sus diferentes casas, los cerros de Valparaíso o compartiendo con amigos. El único sonido que se escucha de fondo es a Pablo Neruda recitando sus poemas.

Se trata más que nada de filmaciones caseras de la época, editadas sin ningún mayor atractivo. La presentación se vuelve bastante monótona y plana ya que por una parte no tiene ningún componente que emocione y motive al visitante con respecto al personaje.

Claramente siempre será interesante tener acceso a escuchar los poemas recitados por el mismo autor, sin embargo, la falta de otro tipo de musicalización y ambientación resulta poco interesante. En el fondo se convierte en más de lo mismo, sin explotar lo que en el fondo busca el visitante: ver imágenes inéditas de Pablo Neruda. Más aún, sabiendo que existen documentales interesantes y más sugestivos como “Neruda en la Isla Negra” “la Chascona” y “La Sebastiana” realizados por Manuel Basoalto, Extremo Sur Films.

Capítulo 6: Análisis de Tipología Existente

6.2. Conclusión etapa analítica

En lo que respecta al análisis de sitios Web, la mayoría de los sitios analizados presentan una estructura y cantidad correcta de contenidos, pero aún las interfaces gráficas resultan difícilmente atractivas o coherentes con las temáticas expuestas. Sólo los sitios diseñados recientemente muestran un mayor y mejor tratamiento gráfico en sus interfaces, pero aún falta trabajo de diseño en ellas.

Se puede observar una falta de preocupación general en el desarrollo de códigos gráficos para los componentes de navegación de los sitios web. Así, barras de desplazamiento, menús de navegación, botones, etc, no muestran ningún tipo de innovación, sino más bien se rigen por diseños preestablecidos y comunes que no contribuyen con ningún aporte gráfico al resto de la interfaz.

En el análisis del sitio web de la Fundación Violeta Parra, se percibe la carencia de diseño, lo que revela que, aunque existió voluntad de realizar un sitio que difundiera el patrimonio de Violeta Parra, no hubo un profesional del Diseño de por medio, a lo que se suma la antigüedad de la realización del sitio. Sin embargo, se pueden deducir y rescatar conceptos importantes que se quisieron destacar, como el uso artesanal de la arpillera como fondo y el uso del “violeta” como color identificador de Violeta Parra, conceptos con códigos gráficos errados pero que son necesarios de considerar.

Por otra parte, se puede observar que la mayoría de los sitios utilizan tipografías comunes y de uso masivo (Arial, Times New Roman o Verdana) para los textos extensos, debido a su compatibilidad tanto para la plataforma Windows como Macintosh, y sólo utilizan (si es que utilizan) familias tipográficas más coherentes con las temáticas correspondientes, en títulos y botones. De lo anterior se puede concluir que para el diseño del sitio, será necesario utilizar para los textos extensos de información una tipografía masiva, marcando la diferencia connotativa sólo en

los componentes gráficos que lo ameriten o en los cuales sea necesario en beneficio de la interfaz.

En lo referente al uso de resolución en los sitios, se puede determinar que la mayoría de los sitios construidos actualmente están diseñados para una resolución de 1024 X 768 pixeles y algunos están optimizados para 800 X 600px, previendo la posibilidad de que se produzcan cambios en el aspecto gráfico que entorpezcan la navegación.

En sitios pertenecientes a grupos musicales o solistas, se puede apreciar que el sonido juega un rol fundamental a la hora de despertar motivación e interés en el usuario y a la vez lograr compenetrarlo con el personaje, por lo que resulta primordial tener presente este componente al momento de crear la propuesta de diseño para el sitio del Museo de Violeta Parra.

Finalmente, se advierte que en Chile, no existe ningún museo que cuente con un recorrido virtual que permita apreciar en forma interactiva los contenidos, aunque ello lo amerite. Al contrario de los museos extranjeros que si explotan este potencial multimedia, los museos nacionales cuya muestra involucra claramente la estructura en sí, como por ejemplo el caso de la casa Museo La Sebastiana, no incluyen ningún tipo de visita virtual que realmente sea innovadora y llamativa, y en consecuencia, motivadora para el usuario virtual.

En lo referente al uso de presentaciones multimedia dentro del espacio expositivo en los Museos, al igual que en el uso de recorridos virtuales, en nuestro país es poco lo que se ha explotado la realización de este tipo de producciones. Se encuentran sólo casos aislados como el del Museo Precolombino, que realiza sus propias presentaciones y videos como parte de su investigación antropológica y

Capítulo 6: Análisis de Tipología Existente

el de la Casa Museo La Sebastiana, que reunió material audiovisual sobre el poeta Pablo Neruda y lo exhibe aleatoriamente en sus instalaciones.

Las propuestas más interesantes e innovadoras en este tipo de presentaciones, son el resultado de emprendimientos por parte de algunos jóvenes realizadores y diseñadores que han tenido la inquietud de utilizar el enorme potencial que ofrecen las herramientas multimedia en merced de la cultura, como es el caso de Edwin Gómez y su cortometraje animado “Rokunga”, logrando así, a través de la mezcla del sonido, video, texto, imagen y animación, construir un material que realmente sea atractivo y se transforme en un valor agregado para el rescate del patrimonio.



ETAPA PROYECTUAL



«Todo proceso de Diseño involucra una estructuración y planificación que permita enfocar y desarrollar una buena estrategia para resolver un problema o satisfacer una necesidad detectada»

Capítulo 7: Definición del Proyecto de Diseño



Después de recorrer los diversos temas que conforman este proyecto y una vez analizados los distintos enfoques de tipologías existentes que aporten en la obtención de una solución lograda y efectiva, se puede determinar como punto de partida inicial para el proceso proyectual, que el museo de Violeta Parra, nuestra gran embajadora cultural, no puede estar exento de participar de todo el desarrollo y potencial que poseen las tecnologías multimedia.

Si el museo tiene por misión difundir el patrimonio cultural de la artista y captar el interés y atención de las nuevas generaciones para que conozcan su vida y su obra, éste no puede dejar de incorporar en su estrategia de comunicación una herramienta o medio tan valioso y motivacional, como lo son los sistemas interactivos multimediales. Más aún, resultaría bastante contradictorio que se estuviera difundiendo la obra musical de la artista sin contar con un medio que permita lograrlo.

7.1. Descripción General del proyecto

7.1.1. Resumen del Proyecto

A partir de lo anterior, se propone una estrategia que consiste en la propuesta de todo un sistema interactivo multimedial para este nuevo museo, el cual plantea la existencia de componentes como un infocentro, una presentación interactiva para el guía, un documental de la vida y obra de la artista, una presentación multimedia que se proyecte infinitamente en la sala audiovisual del museo, la creación de un CD multimedia interactivo y el sitio Web, junto con los soportes gráficos de apoyo que éstos necesiten (carátula CD, por ejemplo).

Lógicamente, por la magnitud de la propuesta, he decidido enfocar mi proyecto en el diseño del Sitio Web y en una presentación multimedia para el espacio expositivo del museo que complementa y apoya las funciones de la sala audiovisual, dos diferentes soportes que estarán estratégicamente relacionados entre sí.

Por una parte, hoy en día la Web es considerada uno de los medios de difusión más funcional y masivo, ya que permite abordar todo tipo de público, acortando distancias y acercando a la gente a diversos contenidos e información. El desarrollo de un contenido para Internet (sitio Web) sobre el Museo de Violeta Parra, se convierte en una de las formas más baratas y rentables para divulgar el museo, dar a conocer aspectos que atraigan visitantes a la exposición y también para que personas que se encuentran demasiado lejos sepan de su existencia.

El Propósito consiste en generar un sitio Web que deberá contar con una visita virtual que permita al usuario acceder desde su pantalla a las instalaciones y recorrido del Museo Violeta Parra, originando así la posibilidad de que el “visitante virtual” se familiarice con la muestra de la exposición, incluso durante la etapa de construcción de este Centro Cultural. Lo anterior permitirá crear un museo entretenido e interactivo que logre captar el interés del público en general, sobre todo el de las

Capítulo 7: Definición Proyecto de Diseño

nuevas generaciones. Además el sitio contará con información inédita y exclusiva sobre la vida y prolífica obra de la artista, abarcando temáticas como sus arpilleras, óleos, escritos y también, dándole al usuario la oportunidad de conocer su extensa discografía y acceder a material audiovisual.

En síntesis, este sitio web se convertirá en una extensión fuera del ámbito del museo e incluso, más allá de lo funcional, este soporte de diseño se podría transformar en un objeto de exposición complementario a la muestra ya existente.

Por otra parte, la presentación multimedia dentro del Museo, cumple una función totalmente distinta a la del sitio Web. Las presentaciones audiovisuales constituyen un medio ideal para ofrecer información contextual sobre el tema en cuestión, utilizando imágenes visuales y efectos sonoros. Esta presentación multimedia será la encargada de agregar y crear el aspecto etéreo al Museo, ya que es capaz de comunicar y suscitar emociones en el visitante a través de un cúmulo de sensaciones audiovisuales.

Se trata de una experiencia sensorial, de un espectáculo durante el cual, a través del impacto y de la puesta en juego de los sentidos, el visitante se empapará de la vida y obra de Violeta Parra lo que permite que el resto de la visita se transforme en toda una experiencia. A la vez, es importante señalar que esta presentación multimedia estará disponible en formato DVD para ser adquirida en la Tienda de Souvenir.

El diseño de estos dos soportes de diseño, responderá a una necesidad que existe en los Museos en general, de generar instancias audiovisuales donde es precisa la incorporación de la tecnología, valorizando nuestro patrimonio mediante la utilización de las nuevas herramientas de la Multimedia y la Interactividad que ésta nos permite.

7.1.2. Detección de la necesidad

La iniciativa de implementar un museo en honor a Violeta Parra en la ciudad de Santiago, dio la posibilidad que en una primera instancia, este proyecto fuera abarcado por tres diseñadores de otra Universidad, quienes tomaron esta temática como proyecto de título y generaron una propuesta de diseño integral para habilitar este museo, enfatizando el área de Diseño de Equipamiento, pero sin considerar la problemática de Comunicación Visual.

7.1.3. Definición de la necesidad

De acuerdo a esto, existe la necesidad imperiosa de generar, a través de profesionales del Diseño, una propuesta de comunicación visual que responda y complemente el desarrollo anterior.

Sin embargo, el desarrollo gráfico del museo involucra un sinfín de ítems, que se pueden dividir en tres grandes áreas: El diseño de Identidad Corporativa o Desarrollo de Marca, el Desarrollo de las aplicaciones en diseño bidimensional y el Diseño Interactivo con todos sus componentes multimediales.

Capítulo 7: Definición Proyecto de Diseño

7.1.4. Objetivos

Objetivo General

Generar un sistema Interactivo Multimedial como herramienta estratégica de comunicación del museo de Violeta Parra mediante el uso de las Tecnologías de la información y Comunicación.

Objetivos específicos

- Utilizar las Tecnologías de la Información y Comunicación como medio estratégico de difusión actual, aplicándolo a la cultura nacional.
- Aportar en el rescate, valorización y difusión del patrimonio artístico y cultural de Violeta Parra.
- Utilizar las nuevas herramientas de la multimedia e interactividad como elemento motivacional para el usuario virtual.

7.2. Grupos Objetivos

En lo que respecta al entorno del Museo de Violeta Parra, El museo está enfocado hacia todas las personas entre 12 y 80 años, considerando que este es un grupo diverso en el que se debe tomar en cuenta: visitas grupales de escolares, estudiantes universitarios, de grupos familiares, turistas extranjeros y nacionales.

Grupo Escolares

El museo tiene establecido como uno de sus principales objetivos que las nuevas generaciones conozcan a Violeta Parra y su legado artístico. Es por esto que El museo pretende incentivar las visitas de los escolares proporcionando el ingreso gratuito a alumnos y profesores de establecimientos educacionales y organizaciones sociales.

Estudiantes Universitarios

El Parque Forestal, ubicación de la estancia del museo, resulta ser un punto de encuentro para jóvenes artistas y payasos durante los fines de semana. Así, jóvenes estudiantes de Arte, Diseño, Arquitectura y Teatro encuentran en este sector una instancia para mostrar y desarrollar sus manifestaciones artísticas. Por lo tanto, los jóvenes también constituyen otro potencial grupo objetivo bastante importante, sobre todo para aquellos que estén relacionados con el ámbito artístico.

Por otra parte, es importante mencionar que la obra musical de Violeta es muy reconocida y apreciada por jóvenes que se sienten identificados y comparten las ideologías políticas y sociales de la artista, y que, por lo tanto, valoran enormemente

Capítulo 7: Definición Proyecto de Diseño

su obra y legado. Lo anterior se puede apreciar en la masiva concurrencia de este grupo, a recitales organizados por la familia Parra u otros artistas reconocidos como Intillimani, Silvio Rodríguez, Mercedes Sossa, en homenaje y conmemoración a Violeta Parra.

Grupos Familiares

El Barrio del Parque Forestal es sin duda, un paseo atractivo para el público en general. Familias enteras aprovechan sus fines de semana, para descubrir y apreciar el rico entorno artístico y cultural y las magníficas construcciones arquitectónicas presentes en el sector. La existencia de áreas verdes, plaza de juegos, ferias artesanales, presentaciones artísticas y museos alrededor, establece a los grupos familiares como otro potencial grupo objetivo del Museo.

Turistas Extranjeros

Se trata principalmente de Turistas Europeos, especialmente de países como París, Ginebra y sus alrededores, en los cuales fue reconocido el arte de Violeta Parra durante su permanencia o giras realizadas en Europa.

Por otra parte, aquellos turistas extranjeros que no conozcan la obra de Violeta Parra, también representan un grupo objetivo para el Museo Violeta Parra, sobre todo por su ubicación en un lugar tan emblemático de Santiago como lo es el Parque Forestal y por la cercanía de este establecimiento con respecto a otros museos importantes de la zona céntrica de Santiago, como lo son el Museo Nacional de Bellas Artes (ubicado al frente) y el Museo de Arte Contemporáneo. Se trata de un polo de atracción cultural que indudablemente acercará visitantes al museo.

Turistas nacionales

Al igual que para los turistas extranjeros, el circuito cultural y turístico que se genera en el sector del Parque Forestal atraerá muchos visitantes hacia el Museo Violeta Parra, que durante el recorrido de la zona, probablemente entren al Museo.

7.3. Escenario sin proyecto

La no realización de este proyecto recaería en la permanencia constante de falta de interés general que existe por parte del pueblo chileno hacia su patrimonio y cultura, sobre todo, respecto al patrimonio cultural de nuestra embajadora cultural Violeta Parra, cuyo legado resulta desconocido o es ignorado por la mayoría de los chilenos (sobre todo su obra plástica).

Por otra parte, el desaprovechamiento de estas nuevas instancias que ofrecen las herramientas multimediales para difundir nuestro patrimonio en forma entretenida e interactiva y de incentivar y motivar a las nuevas generaciones a acercarse a la cultura, desencadenaría en que los museos continuarían sin explotar el potencial real que poseen y seguirán utilizando métodos de comunicación tradicionales poco atractivos que claramente no están logrando que el público se acerque y se inmiscuya con la muestra, sino que incluso, continuarán alejando potenciales visitantes.

7.4. Escenario con proyecto

El desarrollo de este proyecto de diseño abriría nuevas perspectivas no sólo para el Museo Violeta Parra, sino que fomentaría a que otros museos comenzaran a incorporar soportes multimediales dentro de sus estrategias de comunicación, lo que indudablemente resultaría beneficioso para incentivar y motivar al público chileno a acercarse y conocer su patrimonio cultural.

Específicamente en el caso del Museo de Violeta Parra, la realización de este proyecto permitiría cumplir los objetivos determinados por el Museo, de difundir el legado de la artista de manera más atractiva, transformando la exposición de su muestra en una experiencia interactiva que por una parte, lo diferenciará del resto, y que por otra parte, dejará una huella distinta en el visitante “real” (en el caso de la presentación multimedia en el anfiteatro del museo) y “virtual” (en el caso del sitio Web del Museo), que se llevará consigo lo mejor de la artista, lo que lógicamente captará el interés del público y permitirá establecer una mejor identidad de Violeta Parra.

Por último, el hecho de llevar a cabo este proyecto en particular, permitirá que la valorización del patrimonio cultural de Violeta Parra traspase las fronteras de las instalaciones del Museo, permitiendo que los “visitantes virtuales” nacionales y extranjeros puedan conocer y disfrutar del museo en sí y de la vida y obra de la artista a través del recorrido virtual y de los otros contenidos del sitio.

7.5. Especificidad del proyecto

7.5.1. Selección de medios y tecnologías y especificación de características técnicas.

La multimedia permite la utilización de diversas herramientas para la producción y diseño de aplicaciones multimedia, en este caso para la realización del sistema interactivo propuesto.

Sin embargo, debido a los requerimientos interactivos necesarios para la realización del sitio web y de la presentación multimedia para el Museo Violeta Parra, se han seleccionado las siguientes herramientas de autor:

7.5.1.1. Sitio Web

Para el sitio web, se ha seleccionado Macromedia Flash MX (versión más reciente) debido a la versatilidad del programa a la hora de crear animaciones y diseñar elementos altamente interactivos.

La resolución establecida para el diseño del sitio web es de 1024 X 768 px en el navegador, pero la animación en flash está diseñada en un área útil personalizada de 800 X 500 pixeles lo que permite la optimización y adaptación de los componentes gráficos del sitio para monitores cuya visualización sea de menor resolución (800 X 600 px.). Para ésto, la animación se presentará en un recuadro central en el navegador, con fondo html coherente con la interfaz gráfica de la propuesta.

Los archivos finales de la animación se publicarán como películas swf y luego, a través del software Macromedia Dreamweaver MX, se realizará el montaje de los swf en archivos html dentro del recuadro central como se especificó anteriormente.

Capítulo 7: Definición Proyecto de Diseño

Es necesaria la activación de un dominio.cl para el museo que será: www.museovioletaparra.cl.

Imágenes

Se utilizarán imágenes en formato .jpg y .png optimizadas para la web para el diseño y diagramación de la interfaz gráfica de la animación. Los retoques y montajes de las imágenes se realizarán con el software Adobe Photoshop 7.0. La resolución de las fotografías será de 72 dpi para reducir el peso de los archivos, lo que resulta fundamental para el soporte web. Todas las imágenes mantendrán un modelo de color tradicional RGB, ya que éste corresponde al sistema de visualización (transmisión) de color en pantalla.

Además, se utilizarán algunas ilustraciones vectoriales diseñados en Macromedia Freehand 10, como es el caso de los botones del menú de navegación (que luego serán retocados en Photoshop para darle el efecto de sombra y exportados como PNG para mantener la transparencia), los recuadros o marcos de algunos componentes del sitio y las tipografías trazadas para títulos, subtítulos y botones de texto que lo requieran. Estos gráficos vectoriales serán exportados directamente desde Freehand o bien exportados como archivos swf correspondiente a Flash.

Por último, se utilizará para el diseño del recorrido virtual del museo, objetos modelados en 3d con el software Strata 3D Pro 3.7, y en seguida se harán renderings de imágenes de dichos objetos con iluminación global y con motor de “render raydiosity best”, que luego pasarán por un proceso de retoque en Photoshop para finalmente ser exportados a Flash en formato .jpg o .png (si se quiere mantener transparencia) optimizados para la web.

Animaciones

El uso de animaciones en el sitio web responde a la necesidad de mantener el dinamismo y aumentar la interacción y por ende, la motivación e interés del usuario con respecto a los contenidos y recorrido del sitio.

La mayoría de las animaciones se utilizarán para las transiciones necesarias para navegar de un contenido a otro o para resaltar algunos elementos de la interfaz gráfica de usuario. Estas animaciones se realizarán en el propio Flash mientras se desarrolla el sitio web.

Videos

Debido a que no se encuentra disponible en ningún sitio material audiovisual de Violeta Parra, se contemplará para la propuesta del sistema interactivo, la posibilidad de que el usuario acceda a material inédito de esta naturaleza. La utilización de video permitirá crear un fuerte impacto y se transformará en uno de los elementos multimedia del sitio que más cautivará el interés del público al cual va dirigido.

Poder ver a Violeta cantando o explicando su obra plástica durante su exposición en el Louvre en 1964, será uno de los valores agregados más atractivo y fascinante.

Para la obtención de este tipo de material, fue necesario someter a un proceso de digitalización y edición, el documental “Viola Chilensis” del realizador Luis R. Vera que fue facilitado en formato DVD.

El DVD está conformado por archivos VOB que contienen la información de la película, es decir sonido e imagen, por lo que, en una primera instancia, fue necesario decodificar estos archivos VOB y luego codificarlos a MPEG 2 (formato súper video CD) a una resolución de 480 X 480 pixeles, debido a la gran calidad y compatibilidad que este formato posee. Este proceso se realizó con todo el

Capítulo 7: Definición Proyecto de Diseño

DVD, ya que se iban a utilizar extractos del documental tanto para el sitio web como para la presentación multimedia.

Luego, a través del Software Adobe Premier 6.5, se seleccionaron y editaron los extractos del documental que iban a ser exhibido en el sitio Web, para luego pasarlos a formato Quicktime (por su compatibilidad con Windows y Mac) aplicando el codec Sorenson Video 3 (el mejor codec para codificar a formato Quicktime para fines de distribuir Video en la Web).

Sonido

Al igual que el video, en este proyecto multimedia el sonido será un elemento estratégico y fundamental a la hora de generar una atmósfera y ambientación coherente con los contenidos. Lo anterior resulta imprescindible más aún en este caso, debido a que se trata de Violeta Parra, artista muy reconocida por sus composiciones musicales, donde el sonido se transforma en el único elemento capaz de manifestarlo.

El sonido se utilizará en 2 secciones del sitio Web. En primer lugar, en el inicio, el sonido tendrá como objetivo ambientar y acercar al usuario a la temática y personaje del Museo. Y en segundo lugar, se utilizará el sonido para el desarrollo del item discografía del sitio, permitiendo al usuario conocer la discografía de Violeta Parra mientras escucha las canciones de la artista.

El formato utilizado para el sonido será el mp3, a 128 Kbps y 44 KHz, que serán obtenidos por medio de Internet y CD's de Violeta Parra. En caso que la fuente de sonido corresponda a CD's, éste deberá ser digitalizado a audio digital, específicamente al formato mp3 anteriormente nombrado a través del software Music Match 6.0, debido a la buena calidad y al bajo peso de este tipo de archivo.

Todos los mp3 deberán pasar por un proceso de edición con el software Audio

Edit Deluxe, con el fin de obtener los extractos mas importantes y relevantes de las canciones que se utilizarán.

Textos

Para el desarrollo del sitio Web, se utilizará para los textos extensos una tipografía de uso masivo, en específico la tipografía Verdana, debido su compatibilidad con los dos sistemas operativos. El tamaño y color utilizado para los textos variará según su uso, importancia y ubicación.

Para títulos y subtítulos, se utilizarán textos trazados debido al uso de una tipografía menos masiva pero que reflejará los conceptos seleccionados para el diseño de la propuesta proyectual del sitio web. Lo anterior permitirá que, en caso que la tipografía seleccionada no esté instalada en el computador del usuario del sitio, la visualización del diseño sea la misma y no se reemplace la tipografía con otra por defecto.

En este caso en particular, la tipografía seleccionada para títulos y subtítulos será la "Doggy" y para los botones de texto, se utilizará la tipografía "Big Fish Ensemble", ambas tipografías corporativas utilizadas para el desarrollo de la imagen de marca del proyecto global de comunicación Visual del Museo.

Los textos trazados, serán exportados directamente desde Freehand 10 o como archivos .swf para ser utilizados en Flash.

Requerimientos de conexión a Internet para las plataformas que ejecutarán la aplicación.

Ambas plataformas, Windows y Macintosh deberán contar con una conexión a Internet y con el Plug in Flash Player 6 Instalado (detección y obtención automatizada).

7.5.1.2. Presentación Multimedia

Para la presentación multimedia, se ha seleccionado Macromedia Director MX como herramienta de autor, debido a las capacidades del programa para crear, ensamblar y secuenciar con mayor facilidad los elementos del proyecto multimedia. La resolución elegida para la película Director es en este caso de 800 X 600 pixeles, ya que a diferencia del soporte web, el proyector de la película (la aplicación) se puede adaptar más fácilmente a un tamaño de pantalla o resolución superior a la utilizada.

Para esto, se definirá la visualización de la aplicación en pantalla completa, con un fondo de color coherente con el diseño de la interfaz.

En lo referente a las especificaciones técnicas de los elementos multimedia utilizados para el desarrollo de la presentación multimedia, éstas coinciden en la mayoría de los casos (sonido, imágenes y textos) con las especificaciones establecidas para el desarrollo del sitio web.

Sin embargo existen algunas variaciones en lo que respecta a la realización de animaciones y al uso de videos.

Ya que la presentación multimedia será creada en Director, las animaciones serán producidas con este software. El uso de la animación estará restringido sólo para mostrar continuidad en las transiciones de imágenes y videos o para la mezcla de ambos, dejando recaer toda la atención del espectador en el contenido de los videos que a su vez serán sincronizados con el uso de sonido y texto.

Por otra parte, los extractos de video seleccionados para la presentación tienen un tratamiento diferente a los utilizados en el sitio Web. Como se mencionó anteriormente, el documental completo fue codificado a MPEG2 (súper Video CD).

Sin embargo, por una razón de compatibilidad del Programa Director con la Plataforma Windows, se editaron y seleccionaron los extractos en Adobe Premier 6.5, para finalmente guardarlos en formato AVI codificados con el codec Intel Indeo Video R.3.2, que resguarda la calidad de la imagen.

Es importante mencionar que en este caso específico, ya que la presentación multimedia será exhibida en la sala audiovisual (anfiteatro) del museo, es necesario establecer los requerimientos básicos que debe tener el computador que va a ejecutar la aplicación infinitamente. Por razones de costo, se seleccionó un PC con procesador Pentium 4, plataforma Windows XP, Disco duro 40 Gb de 7200 RPM y con 512 de memoria ram.

Finalmente, como esta presentación multimedia estará disponible en formato DVD para su venta en la Tienda de Souvenir, la aplicación debe ser compatible en PC y Mac, por lo que al momento de realizar el proyector, se deberá seleccionar formato Shockware que podrá reproducirse en ambas plataformas.



«El elemento más positivo que se puede aportar al mundo multimedia, es la propia creatividad»

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

8.1. Conceptualización

La elaboración de un marco conceptual, permitirá establecer los conceptos que resulten fundamentales y que se desean connotar a través de los diversos elementos que conforman la interfaz gráfica de usuario de la propuesta de diseño.

Luego de una profunda búsqueda de información e ideas referentes a las características y objetivos que deberá tener y cumplir el proyecto, se seleccionaron los más pertinentes determinando para el proceso desarrollo del sistema interactivo multimedial para el Museo Violeta Parra, los siguientes conceptos que se dividen en tres categorías definidas a partir de la detección de: las características fundamentales del Perfil de Violeta Parra como persona; las características principales de su obra artística y las características de su legado sociocultural.

Categoría 1: Violeta Parra

Intensidad

Vitalidad

Categoría 2: Su Obra artística

Creatividad

Naif

Categoría 3: Su legado Sociocultural

Folklore

Artesanía

Tradicición

Para conocer más acerca de cada concepto seleccionado, a continuación se señala el significado de cada uno de ellos según la Real Academia de la Lengua Española.

Luego, los conceptos de cada categoría fueron jerarquizados con un número del 1 al 3 (el número 3 es otorgado a los conceptos de mayor grado de importancia), lo que permite definir cuáles serán los conceptos más relevantes y cuáles los menos significativos.

Categoría 1

Intensidad: (de intenso)

Intenso: Grado de fuerza con que se manifiesta un agente natural, una magnitud física, una cualidad, una expresión. Vehemencia de los afectos del ánimo.

El concepto resulta importante ya que refleja la forma de ser y de vivir de la artista Violeta Parra, personaje que se desea rescatar a través del Museo. Violeta parra, como persona, estaba guiada por una fuerza y una energía interior, que le hacía vivir todo con pasión e intensidad, pasando de lo más alegre a lo más desgarrador, lo que plasmaba en cada una de sus obras.

Vitalidad (de vital)

Vital: Que está dotado de gran energía o impulso para actuar o vivir.

Concepto bastante relacionado con anterior, que refleja otra cualidad de Violeta Parra y que permite explicar lo prolífica de su obra. Violeta Parra nunca estaba

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

tranquila, siempre buscaba una actividad nueva a realizar. Sus más cercanos le decían la pizpireta (por lo aguda y desenvuelta).

Es Necesario tener en cuenta este concepto ya que su vitalidad para enfrentar nuevos desafíos, se refleja en una abundante muestra para el museo, que deberá estar presente y expuesta en el sistema interactivo, sobre todo en el desarrollo del Sitio Web.

Categoría 2

Creatividad: Facultad de crear. Capacidad de Creación.

Violeta, a través de su obra artística, encarnaba la creatividad de pueblo Chileno.

Concepto que alude a la genialidad y originalidad de la artista y que debe estar plasmada en la propuesta gráfica.

Naif: Estilo pictórico caracterizado por la deliberada ingenuidad, tanto en la representación de la realidad como en los colores empleados.

Resulta un concepto fundamental para el desarrollo de la propuesta gráfica ya que lo Naif de su obra, se ve reflejado en la fuerza del colorido, en la audacia, intuición y espontaneidad con que organizaba el Universo cromático, deformación emocional de la realidad y abstracción que plasmaba en sus obras.

Categoría 3

Folklore: Conjunto de creencias (mitos y leyendas), costumbres y artesanías tradicionales de un pueblo.

Este concepto también resulta fundamental, ya que forma parte del patrimonio

cultural que se dedicó a rescatar Violeta Parra. En lo que se refiere a su obra musical, ella recopiló el folklore, recorriendo todo Chile y lo manifestó en sus composiciones musicales. Por otra parte, en lo que respecta a su obra plástica, Violeta se dedicó a rescatar a través de sus oleos y arpilleras, mitos, leyendas y costumbres del pueblo chileno.

Es importante tener en cuenta para el tratamiento gráfico del diseño de la interfaz de usuario del sistema interactivo, rescatar el uso de un código gráfico coherente con la época en la cual se desarrolló la artista Violeta Parra (Nueva canción Chilena), política y tecnológicamente hablando.

Artesanía: Arte u obra de los artesanos.

Artesano: persona que ejercita un arte u oficio meramente mecánico. Usado modernamente para referirse a quien hace por su cuenta objetos de uso doméstico imprimiéndoles un sello personal, a diferencia del obrero fabril.

Otro concepto clave que se desprende del folklore es la artesanía, que representa una de las actividades más importantes realizada por Violeta Parra. Sus cerámicas, sus máscaras de papel maché, sus oleos y arpilleras están desarrolladas bajo principios artesanales, que le otorgan indudablemente a su obra, características diferenciadoras, además de un propio sello personal de la artista.

La manufactura artesanal posee características muy especiales que la diferencian de otros métodos de elaboración y que están reflejados en toda la obra de Violeta Parra.

Así, características como rusticidad, “imperfecciones” o irregularidades típicas de la artesanía deben ser tomadas en cuenta al momento de diseñar, pero llevadas a un tratamiento gráfico normalizado y estético.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

Tradición: Transmisión de noticias, composiciones literarias, doctrinas, ritos y costumbres, hecha de generación en generación. Noticia de un hecho antiguo transmitida de este modo. Doctrina, costumbre, etc., conservada en un pueblo por transmisión de padres a hijos.

Se trata de un concepto relevante, entendiendo por tradición todo aquello que envuelve al personaje Violeta Parra y su obra plástica. Como se trata de un legado que fue declarado patrimonio cultural, el concepto tradición se entenderá como la comunión, la conjunción, la fusión entre lo antiguo y lo moderno, entendiendo como antiguo a Violeta Parra en sí misma y toda la obra generada por ella (es decir la muestra de la exposición), y como moderno, el establecimiento, la estructura del Museo y los medios de comunicación encargados de exponer y difundir dicha obra.

Es importante tener presente este concepto a la hora de diseñar la interfaz gráfica del sistema interactivo ya que éste deberá manifestar esta fusión de lo tradicional y lo moderno.

Tabla de Jerarquización de Conceptos

CONCEPTO	JERARQUÍA
Intensidad	1
Vitalidad	1
Creatividad	2
Naif	2
Folklore	3
Artesanía	3
Tradicición	3

8.2. Diseño Sitio Web

Como ya se mencionó anteriormente, el diseño de un sistema interactivo multimedial para el museo Violeta Parra involucra en primer lugar, el diseño de un sitio web que por una parte, contará con un recorrido virtual que permitirá al usuario visitar y recorrer los diferentes pisos que componen el museo y familiarizarse con la muestra de la exposición y que además, contará con información inédita y exclusiva sobre la vida y prolífica obra de la artista, abarcando temáticas como sus arpilleras, óleos, escritos y también, dándole al usuario la oportunidad de conocer su extensa discografía y acceder a material audiovisual.

Lo anterior permitirá convertir este sitio web en una extensión fuera del ámbito del museo como un medio que complementa la exposición de la muestra ya existente. Para ello, se encontrará en red en forma permanente, pudiendo ser actualizado según los cambios que el museo Violeta Parra estime conveniente.

8.2.1. Mapa de navegación del sitio

Para el diseño del sitio web, en primer lugar, fue necesario definir el mapa de navegación, que indica las secuencias de acciones y enlaces entre las distintas áreas de contenidos y que permite clarificar el funcionamiento lógico de la interfaz interactiva.

En este caso en particular, el sitio posee una estructura de navegación compuesta, que permite a los usuarios navegar libremente por los distintos contenidos, pero que en ocasiones son restringidos por presentaciones jerárquicas.

En primer lugar, se accede a la página de inicio del sitio, en la cual se deja inmediatamente claro que se trata del sitio oficial del Museo Violeta Parra por

medio de la aparición del castillito rojo modelado en 3d (estructura del museo), con un título y texto explicativo sobre el museo y con una canción instrumental de Violeta Parra de fondo.

La página de inicio permite seleccionar, a través de botones de texto animados, el idioma con el que se quiere navegar el sitio, dando tres posibilidades: Inglés (por ser un idioma universal), español (idioma de origen de la artista) y Francés (debido al gran reconocimiento que tiene Violeta Parra en países Europeos, específicamente en París donde radicó muchos años).

La selección del idioma da paso a una nueva página “bienvenido” en la cual se expone la misión del museo acompañada de una franja de imágenes animadas y una fotografía de Violeta Parra. En esta página, aparece el menú de navegación principal que muestra las opciones de recorrido disponibles. Es importante señalar, que este menú principal estará presente en todas las páginas del sitio, es decir, en toda la navegación se tendrá acceso a él, lo que permite recorrerlo libremente sin tener que volver a atrás.

El menú está compuesto por 6 botones (Museo, Vida, Obra, Discos, Multimedia y Contacto) que corresponden a íconos normalizados de extractos de algunas obras de Violeta Parra y representativos del contenido de la página a la cual enlazan, a los que se le aplicó un tratamiento gráfico coherente a la temática del sitio y a los conceptos anteriormente explicados.

Estos botones tienen una función de rollover, puesto que al poner el cursor sobre cada uno de ellos, los íconos correspondientes cambian de color (se invierten) y aparece sobre ellos un texto explicativo a modo de anclar la connotación del

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

icono y precisar hacia que página conducen. Ya que los botones del menú están disponibles en todas las páginas del sitio, para situar al usuario en que página se encuentra, se decidió mantener el botón correspondiente inactivo(con los colores del rollover pero sin el texto de anclaje).

En algunas páginas interiores, se encuentran botones de navegación anexos al menú principal, que permiten acceder a nuevos contenidos dentro de la página en la que el usuario se encuentra. Este submenú está conformado por botones de texto, que tienen un rollover que consiste en una pequeña animación, que mezcla los dos colores principales utilizados en la interfaz del sitio y que, cuando se encuentran inactivos (el usuario se encuentra en esa página) mantienen una opacidad al 50% del color en reposo. A la vez, y siempre pensando en la facilidad de navegación, estos botones también están permanentemente presentes en la página correspondiente, lo que permite enlazar de una página interior a otra e incluso enlazar con una página del menú principal.

Algunas páginas interiores, poseen animaciones simulando en Flash Pop up, ya que para mantener la limpieza de la interfaz gráfica, se decidió incluir toda la información dentro de la animación. Así, páginas como “obra” (y sus correspondientes páginas interiores “arpilleras”, “oleos” y “otros”) y la página “objetos personales” (página interior de “vida”), tienen este tipo de animaciones, donde los contenidos se presentan en forma de galería de imágenes. Así, para acceder a la imagen ampliada, sólo basta con hacer un clic con el mouse sobre las imágenes pequeñas en menor opacidad, que juegan el rol de botones y que al enlazar, dan paso a una animación de derecha a izquierda que oculta todos los botones de la galería y abre la fotografía en gran tamaño. Para volver al menú de botones de imágenes, sólo basta hacer un clic sobre la imagen ampliada, como bien explica un texto que aparece y “sigue” al cursor. (efecto mouse trailer)

Por otra parte, páginas como “escritos”, “discos” y “multimedia”, utilizan otro tipo

de recurso para simular el Pop up. Ya que el contenido incluido en estas páginas es de mayor peso, se optó por utilizar y cargar películas externas. Así, por ejemplo, al seleccionar en la página discografía una carátula de disco específica (que igualmente es un botón de imagen), se carga una película externa que contiene los nombres y letras de las canciones pertenecientes a ese disco. Igualmente sucede con la página “escritos” que tiene botones de texto que permiten cargar las películas externas que contienen los diferentes escritos y con “multimedia”, que también utiliza botones de texto que permiten cargar los videos que se encuentran en películas externas. En estos casos, existe la posibilidad de cerrar el “Pop up” a través de un botón cerrar, que permite volver a la página principal desde donde fueron llamados.

La página “museo” constituye uno de los principales atractivos del sitio; el recorrido virtual interactivo del museo. Para esto se dispuso una imagen del castillo rojo modelado en 3D, que se encuentra animada, ya que al pasar el cursor por sobre los cuatro pisos que conforman el castillo, desaparece la parte frontal de la estructura y se activa la zona del piso seleccionado con el cursor, lo que permite examinar el entorno. Esta zona, además constituye un botón para acceder a un “Pop up” de una vista panorámica, también modelada en 3D del piso en cuestión. Se utilizó el modelado 3D, ya que, como se mencionó anteriormente, el castillo aún se encuentra en construcción y por lo tanto, es una simulación de lo que será finalmente el Museo.

De las cuatro panorámicas existentes, dos de ellas dan al usuario la posibilidad de enlazar con algunas de las páginas nombradas anteriormente, por medio de botones invisibles ubicados en lugares estratégicos de la vista, tal es el caso de la vista del auditorio, en donde la imagen que aparece en la pantalla de éste, es un botón que carga un “pop up” de uno de los videos multimedia disponibles.

La página “vida” permite acceder a información específica de la artista, donde a

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

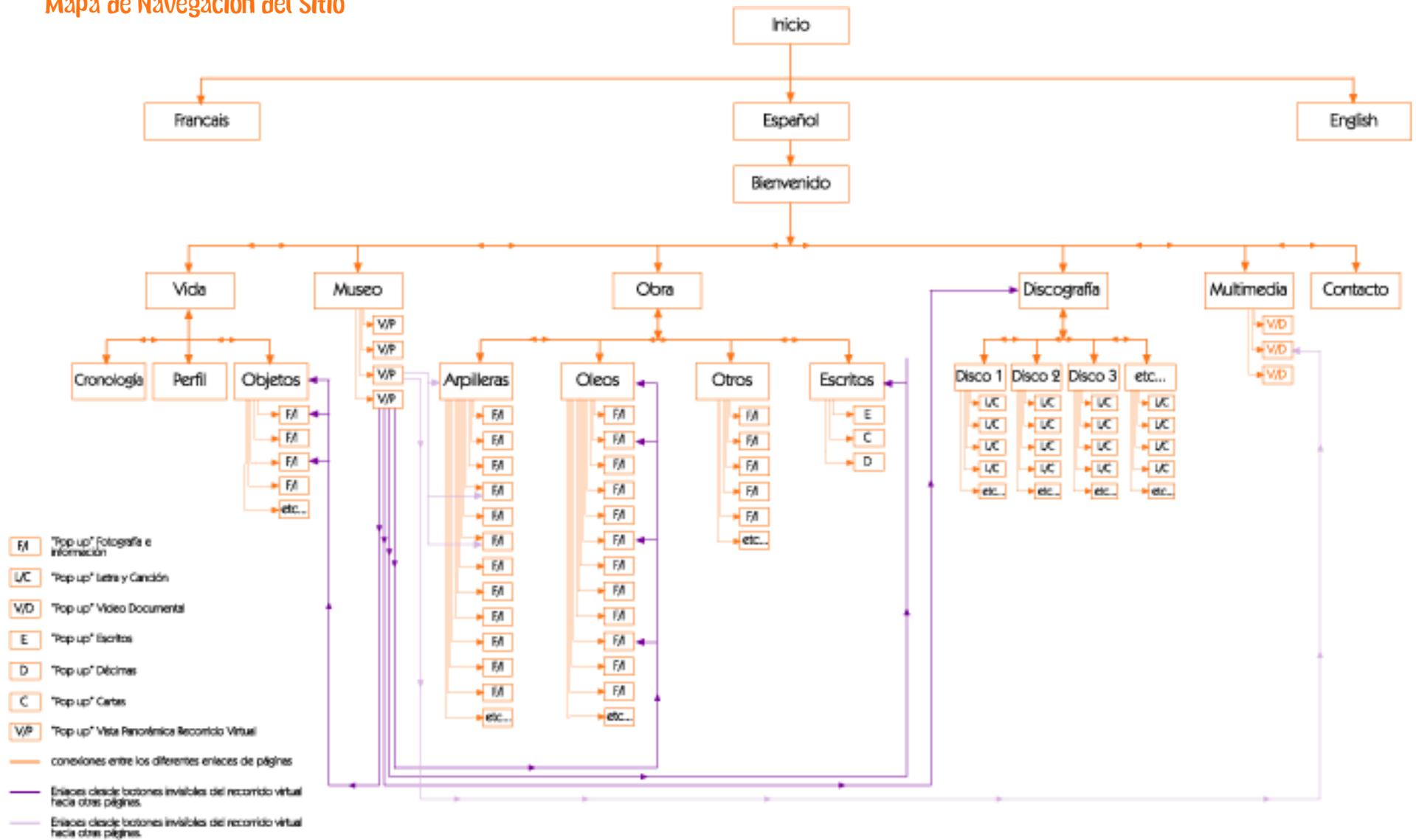
través de una cronología, se muestran los hitos importantes que marcaron la vida de Violeta Parra. Esta cronología está compuesta por botones de imágenes y pequeños títulos ordenados en el tiempo, y al hacer clic sobre una de las imágenes, ésta aparece ampliada en la parte izquierda del interfaz, acompañada del texto correspondiente. Otras páginas internas como “perfil” y “objetos” conforman esta sección.

Finalmente la página “contacto” permite establecer comunicación con el Museo Violeta Parra a través de un formulario de contacto. En éste se consultan los datos básicos del usuario para poder responder a sus consultas y/o mensajes, lo que además permite al Museo crear una base de datos con potenciales visitantes.

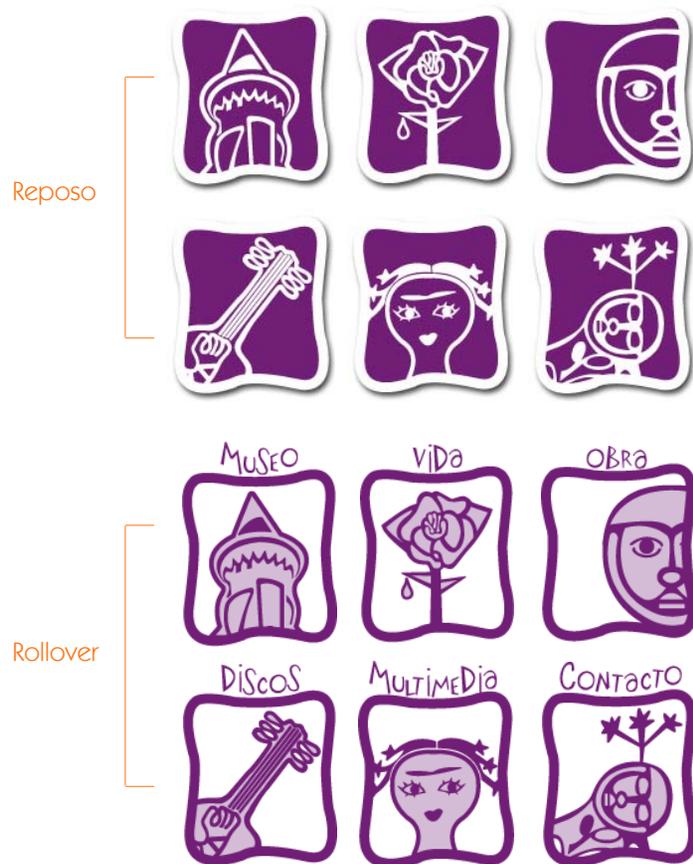
En esta página también se muestra la ubicación geográfica del museo por medio de un mapa de la zona y el detalle de la dirección y teléfonos del Museo.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

Mapa de Navegación del Sitio



BOTONES MENÚ DE NAVEGACIÓN PRINCIPAL



8.2.2. Diseño de los componentes de la Interfaz Gráfica de Usuario

El diseño de la interfaz gráfica de usuario del sitio web, involucra diversos elementos gráficos cuya creación debe mantener una coherencia formal con los conceptos y objetivos establecidos para el proyecto. Se trata de un proceso que implica una metodología basada en la generación de alternativas y desarrollo de variables que finalmente permita la toma de decisiones respecto a la selección del diseño más apropiado y coherente.

8.2.2.1. Botones de navegación

Como se mencionó anteriormente, los botones de navegación son los encargados de permitir la interacción del usuario, es decir, que al hacer clic sobre ellos se desencadenen acciones que permita el recorrido adecuado del sitio. Uno de los objetivos primordiales en el diseño de los botones, consiste en lograr que éstos posean un sentido claro y un código comprensible y pregnante que permita al usuario entender de manera intuitiva la acción correspondiente del botón.

Para lograr lo anterior se decidió utilizar, para el menú de navegación principal con sus 6 botones, íconos característicos que aludieran al universo de Violeta Parra, para lo cual se rescataron y seleccionaron extractos, detalles de algunas arpilleras bordadas por la artista, que permitieran relacionarlos a través de su connotación con la acción de cada botón correspondiente.

Una vez seleccionados los fragmentos más pertinentes, fue necesario comenzar con un proceso de interpretación, normalización y simplificación de cada elemento, transformándolos y adecuándolos a la necesidades del proyecto, logrando finalmente establecer un icono de cada uno de ellos, que correspondiera a una abstracción pero que a su vez cumpliera una función estética.

Para el tratamiento gráfico de cada icono, se decidió investigar y rescatar los códigos de la gráfica utilizada en la época de Violeta Parra (época de la Nueva

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

Canción Chilena), que estaba fuertemente relacionada e influenciada por la política del momento y la tecnología que existía. Se determinaron como puntos importantes la valorización de las líneas (trazos gruesos y luego finos), el uso de la técnica de filete negro u otro color plano para ocultar imperfecciones y la psicodelia del uso cromático. Sin embargo, el rescate de estos códigos de época, fueron fusionados con la modernidad que hoy en día vivimos.

Además, fue necesario y fundamental rescatar de la obra de Violeta Parra, el uso inconsciente de la estética «Naif» que se observa en el uso expresivo del color, la deformación emocional de la realidad casi cubista y el uso nulo de la perspectiva.

En el caso particular del botón “museo”, no se encontró ningún extracto que permitiera relación alguna con el contenido que le correspondía, por lo tanto, se creó un icono a partir del rescate de una fragmento simbólico de la estructura del Museo (torre del castillito rojo) con el mismo grado de iconicidad y el mismo tratamiento gráfico de los otros botones.

Para el Botón “vida”, se seleccionó un fragmento de la marca de la “peña de los Parra”, diseñada justamente por Violeta Parra. Se trata de un icono de la flor “violeta”, lo que claramente por su nombre, se asocia inmediatamente a la artista en cuestión.

Para el botón “Obra”, primeramente se realizó una alternativa que involucraba el fragmento del ojo de la arpillera “afiche para el Louvre”, sin embargo, el grado de iconicidad del botón se alejaba del resto, por lo que finalmente se optó por utilizar un segmento de una cara que tiene un acercamiento en la parte de los ojos, connotando el aspecto “visual” en el botón que enlaza con la galería de imágenes de la obra.

Por otra parte, para el botón “Discos” se decidió utilizar un fragmento de la arpillera “hombre con guitarra”, rescatando específicamente la guitarra y la mano que la toca por lo simbólica que resulta su asociación con el concepto música y por

ende, a la discografía. Debido a la complejidad del extracto y para su utilización en tamaño reducido para el botón, fue necesario simplificar la imagen y transformarla en un icono de un guitarrón de cuatro cuerdas (el cuatro), que también tocaba la artista para crear su música.

Para iconizar el botón “multimedia”, se utilizó el fragmento de personaje de una de las arpilleras, que consiste en la representación de una niña-mujer cuyo rostro muestra una expresión expectante, lo que permite asociar el rostro sobre todo a los sentidos vista y oído, que se asocian con las reproducciones audiovisuales.

Finalmente, para el botón contacto, se decidió utilizar un extracto de la arpillera “contra la Guerra” en la cual, como la propia Violeta Parra lo explicó durante una entrevista realizada en el Museo de Louvre (extracto de video que está presente en la sección Multimedia del sitio), se ven 4 personajes donde el primero la representa a ella. De las cabezas de cada personaje brotan flores, a través de las cuales ella representaba el alma humana. Se decidió utilizar este icono por la asociación directa que tiene respecto a Violeta Parra y además ya que conforma una parte de la imagen de marca del Museo, lo que relaciona coherentemente el icono con el contacto con el Museo.

Como se explicó anteriormente, estos botones tiene una función rollover que invierte los colores del botón con respecto a cuando están en reposo y a la vez, aparece un texto explicativo que permite anclar la connotación del botón.

Los 6 botones son imágenes vectoriales que luego fueron traspasadas a photoshop para poder agregarles una sombra paralela que les permita sobresalir con respecto al fondo, sobre todo en el caso de los botones cuando estan en reposo, ya que el borde es blanco y se pierde cuando el fondo no es oscuro.

Para los submenú, que permiten recorrer las páginas interiores, se utilizan botones de texto en tipografía “Big Fish Ensemble”, con una pequeña animación lúdica que

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

BOTONES SUBMENÚ DE PÁGINAS INTERIORES



OTROS ELEMENTOS DE NAVEGACIÓN



COLORES UTILIZADOS EN EL SITIO



R: 113
G: 30
B: 118

Valor hex: #711E76



R: 212
G: 187
B: 214

Valor hex: #D4BBD6



R: 255
G: 152
B: 0

Valor hex: #FF9900



R: 255
G: 204
B: 0

Valor hex: #FFCC00

gira las letras de la palabra y mezcla los dos colores principales utilizados en el desarrollo de la interfaz gráfica. Cuando estos botones se encuentran desactivados (en caso que el usuario esté en la página correspondiente al botón), mantienen el segundo color del rollover pero en opacidad al 50%.

Finalmente, se utilizan botones de textos complementarios e informativos, pero, ya que cumplen una función secundaria, utilizarán la tipografía Verdana negrita y en color violeta con rollover de opacidad alfa al 50%. Cuando estén desactivados, permanecerán en esta opacidad.

Otros elementos de navegación como lo son el scroll (barra de desplazamiento de texto), los componentes del visualizador de video (botón play/ tocar, stop / detener y pause/ pausa), y elementos referentes al sonido (nota musical que permite escuchar o detener la música tanto ambiental como en la discografía), también mantienen una coherencia formal con respecto al código y color utilizados en los botones.

Los colores utilizados en el sitio responden a un objetivo específico. Se utilizó el Violeta como color principal, debido a la gran identificación que sentía Violeta Parra con este color respecto a su nombre. En una entrevista realizada en el museo de Louvre durante su exposición, Violeta explicaba su arpillera «Contra la guerra» y cuenta que uno de los personajes es ella, y la entrevistadora le pregunta por qué el personaje estaba representado en morado, a lo que ella responde que es porque es ella y porque es el color de su nombre: «Violeta». Así, cada vez que Violeta quería representarse en su obra, aplicaba el uso de este color. Lo anterior se ratifica aún más, ya que durante el análisis del sitio de la Fundación Violeta Parra, se detectó el uso corporativo y oficial del «violeta» para identificar a la artista.

Por otra parte, el uso del color naranja permite crear un contraste visual para títulos, subtítulos e información relevante. Aunque el amarillo corresponde al color

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

diametralmente opuesto al violeta en la rosa cromática (color complementario), se decidió utilizar finalmente un color análogo entre el amarillo y el naranja fuerte para lograra resaltar algunos contenidos, ya que el color amarillo sobre fondo blanco se perdía.

8.2.3. Disposición de elementos en la interfaz gráfica del sitio Web.

La interfaz gráfica del sitio es bastante limpia, ya que sobre el fondo blanco, se conjuga el uso de imágenes en el extremo izquierdo y de texto en el extremo derecho. La animación, que recordemos están en un tamaño personalizado para ser montado sobre un fondo violeta html, tiene permanentemente un borde irregular, que permite delimitar la animación y hacerla sobresalir del fondo morado a través del uso de líneas de facturación orgánica que simula un “prepicado” natural. El valor estético que otorga el uso de este tipo de trazos, logra manifestar las irregularidades y la rusticidad típicas de la manufacturación artesanal y por lo tanto alude al folklore, uno de los conceptos fundamentales establecidos como base para el diseño.

En una primera instancia, en la página bienvenido se aprecia el castillo rojo, estructura del museo, modelado en 3d al cual se le aplicó un filtro de “pinceladas” que permite eliminar el aspecto frío de maqueta a la estructura y que a la vez, acerca el modelo 3D a un tratamiento gráfico más acorde a los conceptos artesanal y naif asociados a Violeta Parra. Esta primera intervención gráfica, permite fusionar lo antiguo y lo moderno, lo tradicional de Violeta Parra en oposición a la estructura propia del museo.

En el extremo inferior izquierdo, se encuentra ubicada la imagen de marca del museo Violeta Parra, que está presente permanentemente durante la navegación (en todas las páginas) como símbolo identificador del sitio y constante indicador del origen del contenido que se recorre.

Un texto animado surge desde la parte inferior y se posiciona dentro de un borde irregular fino color naranja, acompañado de un extracto de una versión instrumental de Intillimani de “run run se fue pa’ l Norte” composición musical de Violeta Parra, creando inmediatamente una ambientación folklórica que invita y atrae al visitante virtual a entrar y recorrer el sitio. Esta página es la que permite seleccionar el idioma con el cual se va a recorrer el sitio.

La selección de un idioma da paso a la página “bienvenido” en la que se puede apreciar la utilización de una franja de distintas imágenes aludiendo a Violeta Parra y a su obra y que se encuentran animadas con un cambio de opacidad, encendiéndose y apagándose a destiempo. Esta franja posee este mismo trazo irregular, que será utilizado como borde enmarcador de todas las imágenes presentes en el sitio logrando así establecer una coherencia en el sistema visual. En esta página se tiene acceso por primera vez al menú de navegación principal formado por los 6 botones, que se sitúan en el costado inferior derecho justo sobre la línea orgánica que delimita el borde de la animación con respecto al fondo violeta html, creando un quiebre en el espacio de la interfaz gráfica que dirige automáticamente la atención hacia el menú . Así, la mitad superior de los botones resalta sobre el fondo blanco de la animación y la otra mitad inferior se acopla al fondo violeta. Una sombra paralela aplicada a los botones permite que el borde blanco de los botones no se pierda y a la vez, permite generar un efecto de relieve que impulsa a apretar. Este efecto desaparece una vez que el botón es activado.

En la parte superior derecha, se encuentran ubicados los títulos de las páginas, a los que se suman subtítulos en caso de encontrarse en páginas interiores. Estos títulos y subtítulos utilizan tipografía “Doggy” en color naranja, que permite destacarlos con respecto al resto de los elementos y además al tratarse de una tipografía de código formal rústico, permite acercarse a los conceptos artesanal y folklore tan asociados a Violeta Parra.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

Las imágenes ubicadas en el extremo izquierdo, son alusivas al contenido de la página en la que se encuentran y algunas tienen un tratamiento gráfico de variación de color al naranja, que permite resaltar la imagen sobre el fondo blanco. Las imágenes que utilizan este recurso cumplen una función ilustrativa del contenido expuesto en el sitio, en cambio, aquellas que no utilizan este recurso, cumplen otra función, ya que son botones que conllevan a acciones. Este es el caso de las galerías de imágenes expuesta en la página “obra” y sus páginas interiores “arpilleras”, “óleos”, “otros” y en la página interior “objetos” de la página “vida”, donde las imágenes están dispuestas en formato pequeño, en opacidad baja y sin ningún tipo de borde, lo que deja entrever que se trata de imágenes que cumplen otro rol dentro de la interfaz.

Las imágenes o botones de imágenes situados en el costado izquierdo, siempre están acompañados de un texto explicativo, que puede tener barra de desplazamiento o no dependiendo de lo extenso de la información. Para este tipo de textos, se decidió utilizar la tipografía “Verdana” en color gris oscuro, ya que este alfabeto está presente en la mayoría de los navegadores y sistemas operativos, lo que protege y asegura la visualización correcta y fiel del diseño original.

Esta disposición de los componentes de la interfaz se repite en todas las páginas interiores del sitio, creando así un sistema visual coherente, limpio y ordenado. La presencia de espacios blancos dan al sitio un aspecto moderno y que a la vez resulta muy funcional, ya que permite una facilidad de lectura y una comprensión fácil de navegación por parte del usuario.

Para aquellos elementos que requieran un borde delimitador, como es el caso del visualizador de las panorámicas 3D del recorrido virtual de la página “museo”; el visualizador de videos en la página “multimedia”; la línea cronológica en la “página “vida”; y la información de la discografía en la página “discos”, se decidió utilizar un borde que simula una ventana con colores naranjos y amarillos que permiten destacar su contenido. A esta “ventana” se le aplicó un trazo fino de facturación orgánica del mismo color generando una irregularidad que rompe con la limpieza del fondo.

Este mismo borde orgánico se utilizó para delimitar la información de las letras de las canciones en la discografía y los datos del formulario de contacto, logrando así establecer un sistema visual coherente en todo el sitio.

Alfabetos utilizados:

Doggy

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890.,;(!?;!\$%)

Big Fish Ensemble

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890.,;(!?;!\$%)

Verdana normal

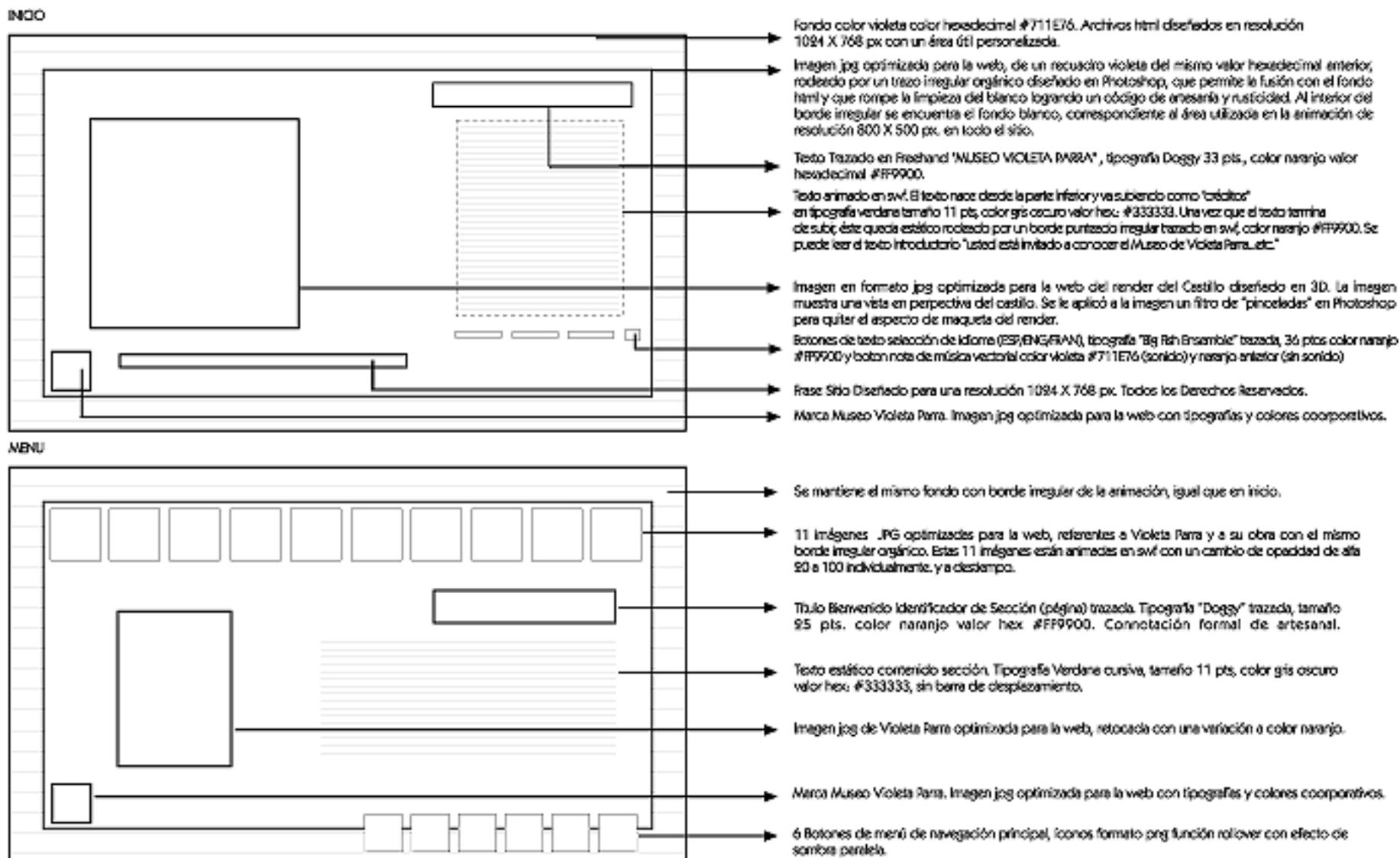
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890.,;(!?;!\$%)

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

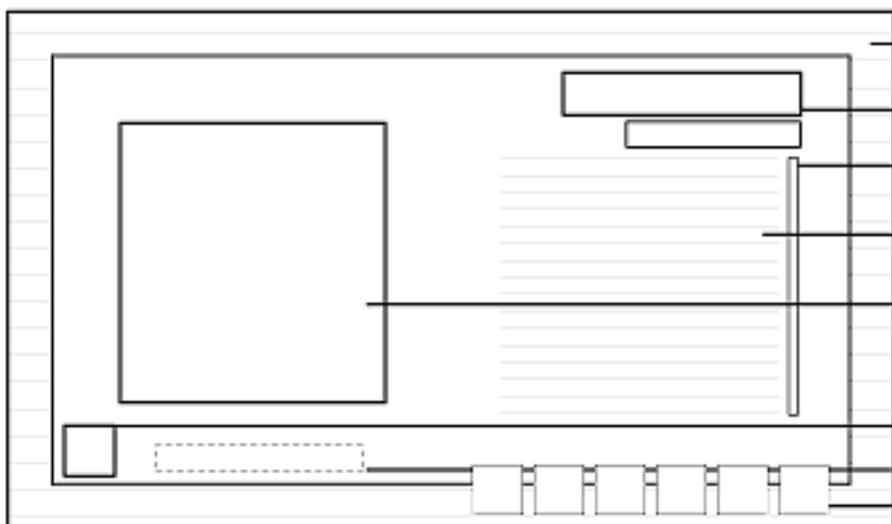
8.2.4. Guión Técnico



Capítulo 8: Propuesta de Diseño

8.2.4. Guión Técnico

PAGINA INTERIOR MUSEO



- Se mantiene el mismo fondo con borde irregular de la animación, igual que en inicio.
- Título Museo Identificador de Sección (página). Tipografía "Doggy" trazada, tamaño 25 pts. Color naranja valor hex: #FF9900. Connotación formal de artesanal.
- Barra de desplazamiento, diseñada vectorialmente para mantener la coherencia de los códigos gráficos y llevada a flash para aplicarle acciones.
- Texto dinámico del contenido de la sección, tipografía verdana normal, tamaño 11 pts, color gris oscuro valor hex: #333333, con barra de desplazamiento.
- Imagen renderizada del Museo en perspectiva, formato jpg optimizada, con zonas activas (botones invisibles) que permiten examinar cada sector o piso. En el costado superior, sale un texto (verdana, 11 pts, color morado #711E76) referente al piso seleccionado. Cada boton invisible permite abrir un "pop up" con una vista panorámica.
- Marca Museo Violeta Para. Imagen jpg optimizada para la web con tipografías y colores corporativos.
- Texto (Verdana, 11 pts, naranja #FF9900) rodeado por un borde irregular (igual que en inicio), que explica cómo navegar por el recorrido virtual.
- 6 Botones de menú de navegación principal, iconos formato png función rollover con efecto sombra paralela.

PAGINA INTERIOR MUSEO

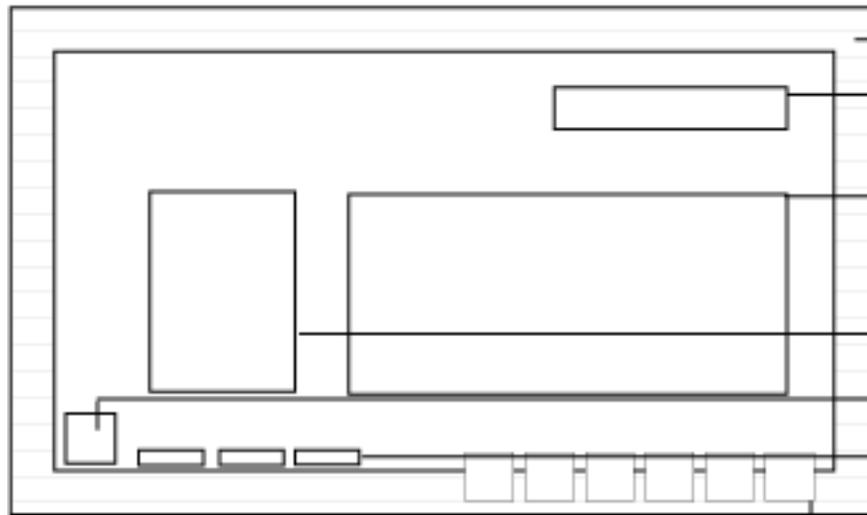


- Se mantiene el mismo fondo con borde irregular de la animación, igual que en inicio.
- Se mantiene el título Museo Identificador de Sección (página). Tipografía "Doggy" trazada, tamaño 25 pts. Color naranja valor hex: #FF9900. Connotación formal de artesanal.
- Una vez seleccionado un piso, aparece una "ventana visualizadora" vectorial llevada a flash, que en sus bordes tiene un trazo irregular como en todos los casos anteriores. Para resaltar la ventana del fondo blanco, se utilizaron dos colores que sobresalen: naranja #FF9900 y el amarillo #FFCC00. Dentro de este visualizador, se muestra una panorámica diseñada en 3D, que corresponde a una imagen horizontal en formato jpg optimizada para la web. La panorámica se recorre con sólo mover el cursor y en la parte superior, tiene un boton (diseñado vectorialmente y llevado a flash en formato png) que permite cerrar la ventana y volver a la imagen anterior del castillo en 3D. Es importante mencionar que dos de estas panorámicas, poseen botones invisibles en algunos objetos presentes, que permiten enlazar con otras páginas pertinentes.
- Marca Museo Violeta Para. Imagen jpg optimizada para la web con tipografías y colores corporativos.
- 6 Botones de menú de navegación principal, iconos formato png función rollover con efecto de sombra paralela.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

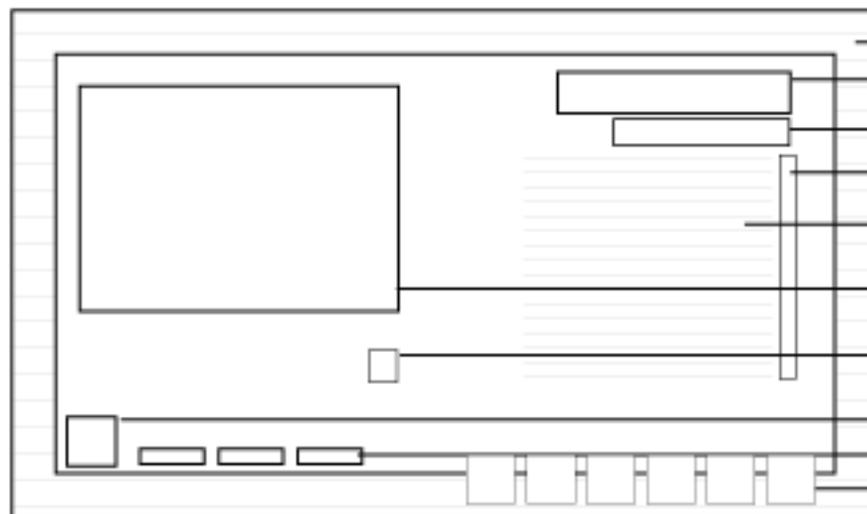
8.2.4. Guión Técnico

PAGINA INTERIOR VIDA VIOLETA PARRA



- Se mantiene el mismo fondo con borde irregular de la animación, igual que en inicio.
- Título VIDA VIOLETA PARRA Identificador de Sección (página) trazada. Tipografía "Doggy" trazada color naranja valor hex: #FF9900. Connotación formal artesanal.
- Ventana visualizadora (mismas características de las panorámicas) de línea de tiempo vectorial con títulos de hitos importantes de la vida de la artista, con una franja de fotografías de Violeta Parra, formato jpg optimizadas y trabajadas en tpo y negro con el mismo borde orgánico de Photoshop. Esta línea de tiempo se puede recorrer de izquierda a derecha con una barra de desplazamiento. Las fotografías están insertadas en un clip de película y corresponden a botones, ya que al pasar el cursor sobre ellos, éstos cambian a una variación de color enarrajado y al hacer click sobre la fotografía seleccionada, se carga en el costado izquierdo de la página la fotografía ampliada y aparece con una animación desde arriba hacia abajo, un texto explicativo (verdana normal, 11 pts, color gris oscuro #333333), correspondiente al hito seleccionado.
- Imagen seleccionada de Violeta Parra, formato JPG optimizada, que primero aparece en variación de tono naranja y luego se transforma a blanco y negro
- Marca Museo Violeta Parra. Imagen jpg optimizada para la web con tipografías y colores corporativos.
- Boton submenú de texto, que permiten acceder a otros contenidos "Cronología", "Perfil" y "Objetos de la artista". Tipografía "Big Fish Ensemble", 34 pts, seleccionada por su connotación lúdica y Naif. Estos botones tienen una animación que al pasar el cursor sobre ellas, giran, dejando ver los dos colores utilizados #711E76 y #FF9900.
- 6 Botones de menú de navegación principal, íconos formato png función rollover con efecto desombra paralela.

ENLACE PERFIL, PAGINA INTERIOR VIDA

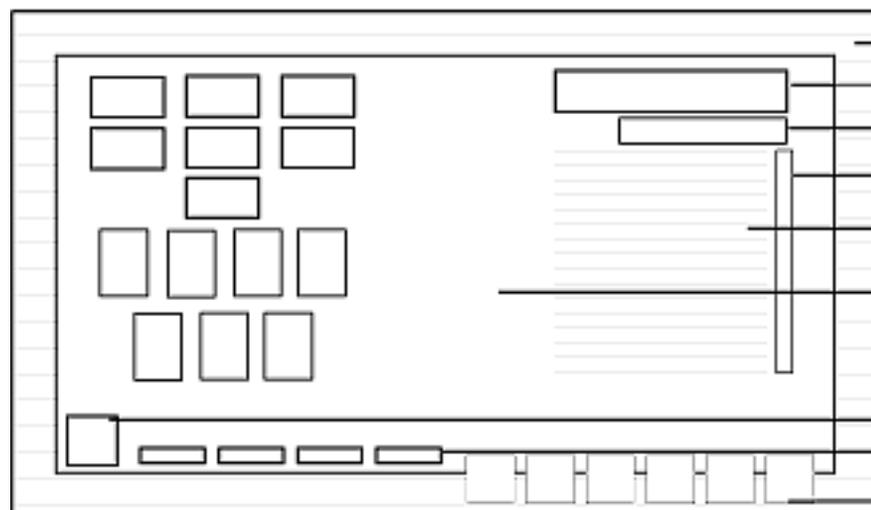


- Se mantiene el mismo fondo con borde irregular de la animación, igual que en inicio.
- Título VIDA VIOLETA PARRA Identificador de Sección (página) trazada. Tipografía "Doggy" trazada color naranja valor hex: #FF9900. Connotación formal artesanal.
- Subtítulo Perfil, de la sección Vida. Tipografía "Doggy" trazada, tamaño 18 pts. Color naranja valor hex: #FF9900.
- Barra de desplazamiento, diseñada vectorialmente para mantener la coherencia de los códigos gráficos y llevada a flash para aplicarle acciones.
- Texto dinámico del contenido de la Sección, tipografía Verdana normal, tamaño 11 pts, color gris oscuro valor hex: #333333, con barra de desplazamiento.
- Clip de película que contiene un set de 20 fotografías en formato jpg optimizadas y rodeadas por el mismo borde orgánico utilizado como marco para todas las imágenes. Este clip permite crear una animación con efecto de persiana, que cierra una imagen dando paso a la que sigue. Un boton formato png, permite activar la animación.
- Marca Museo Violeta Parra. Imagen jpg optimizada para la web con tipografías y colores corporativos.
- Botones submenú de texto, iguales a los de la página Vida.
- 6 Botones de menú de navegación principal, íconos formato png función rollover con efecto de sombra paralela.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

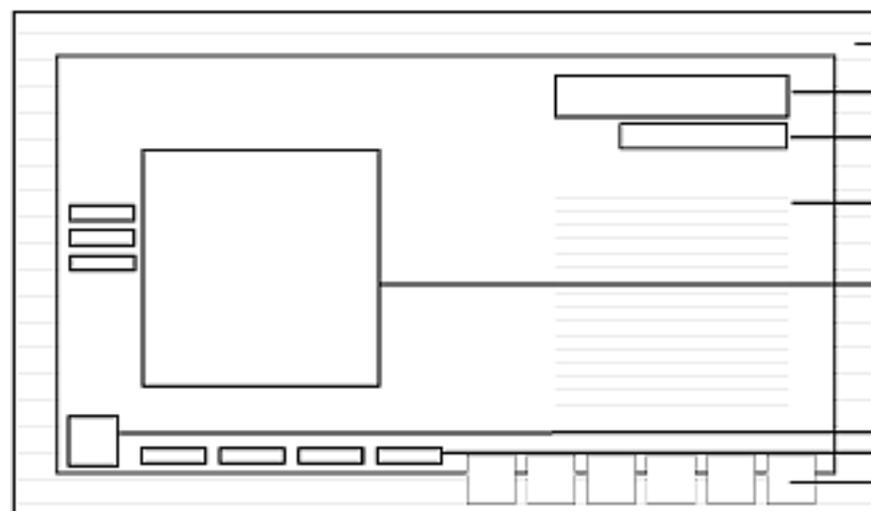
8.2.4. Guión Técnico

PAGINA INTERIOR OBRA enlace APILLERAS (o mismo tipo de interfaz gráfica y funcionamiento para CLEOS, OTROS y OBJETOS de página VDA)



- Se mantiene el mismo fondo con borde irregular de la animación, igual que en inicio.
- Título Obra VIOLETA PARRA Identificador de Sección (página) trazada. Tipografía "Doggy" trazada color naranja valor hex: #FF9900. Connotación formal artesana.
- Subtítulo Apilleras, de la sección Obra, tipografía Doggy trazada, tamaño 18 pts. Color naranja valor hex: #FF9900.
- Barra de desplazamiento, diseñada vectorialmente para mantener la coherencia de los códigos gráficos y llevada a flash para aplicar acciones.
- Texto dinámico del contenido de la Sección, tipografía Verdana normal, tamaño 11 pts, color gris oscuro valor hex: #333333, con barra de desplazamiento.
- 14 botones de imágenes .jpg optimizadas correspondientes a las apilleras. Los botones se encuentran en opacidad baja y cuando se pone el cursor sobre ellos, se activan al 100%. Animación swf que al hacer click sobre un boton, se recoge el menú de imágenes dejando aparecer la imagen en gran tamaño. Para cerrar la imagen y volver al menú, basta con hacer click con mouse sobre ella, como bien lo indica un texto que sigue al cursor (mouse trailer).
- Marca Museo Violeta Parra. Imagen .jpg optimizada para la web con tipografías y colores cooperativos.
- Botones de submenú de texto con el mismo funcionamiento anterior. Permiten el acceso a diferentes partes del contenido. Botones de Apilleras, Cleos y Otros.
- 6 Botones de menú de navegación principal, iconos formato png función rollover con efecto de sombra paralela.

ENLACE ESCRITOS, PAGINA INTERIOR OBRA

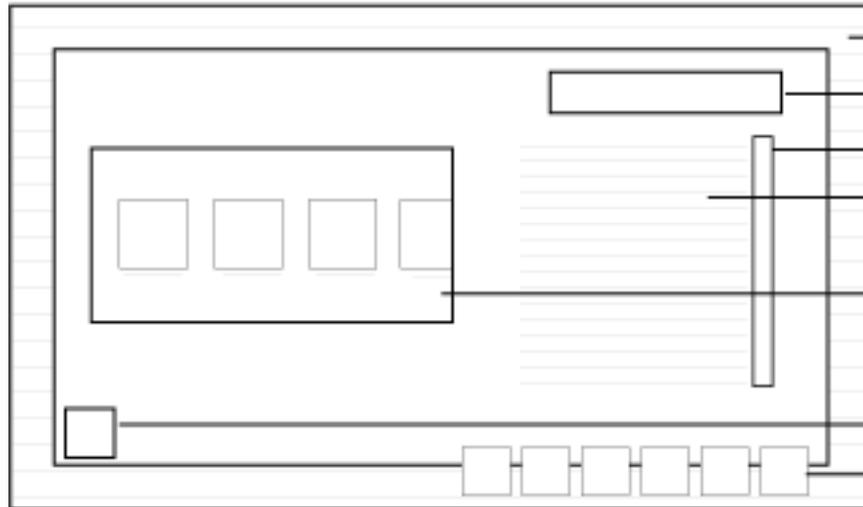


- Se mantiene el mismo fondo con borde irregular de la animación, igual que en inicio.
- Título Obra VIOLETA PARRA Identificador de Sección (página) trazada. Tipografía "Doggy" trazada color naranja valor hex: #FF9900. Connotación formal artesana.
- Subtítulo Escritos, de la sección Obra, tipografía Doggy trazada, tamaño 18 pts. Color naranja valor hex: #FF9900.
- Texto estático del contenido de la Sección, tipografía Verdana normal, tamaño 11 pts, color gris oscuro valor hex: #333333, con barra de desplazamiento.
- Imagen .JPG optimizada de uno de los cuadernos manuscritos originales de Violeta Parra. La imagen, al igual que la de la página bienvenida, está retocada con una variación de color al naranja. Al costado izquierdo de la imagen, aparecen 3 botones de texto (verdana 9 pts, color #711E76) con rollover de variación de opacidad al 50%. Estos botones permiten cargar una nueva película que contiene una animación que simula un libro, que se puede hojear y leer. Este libro contiene los textos correspondientes a Escritos, Décimas y Cartas.
- Marca Museo Violeta Parra. Imagen .jpg optimizada para la web con tipografías y colores cooperativos.
- Botones submenú de texto. Igual que en página "APILLERAS"
- 6 Botones de menú de navegación principal, iconos formato png función rollover con efecto de sombra paralela.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

8.2.4. Guión Técnico

PAGINA INTERIOR DISCOGRAFÍA



Se mantiene el mismo fondo con borde irregular de la animación, igual que en inicio.

Título Discografía VIOLETA FERRS Identificador de Sección (página) trazada. Tipografía "Doggy" trazada color naranja valor hex: #FF9900. Connotación formal artesanal.

Barra de desplazamiento; diseñada vectorialmente para mantener la coherencia de los códigos gráficos y llevada a flash para aplicarle acciones.

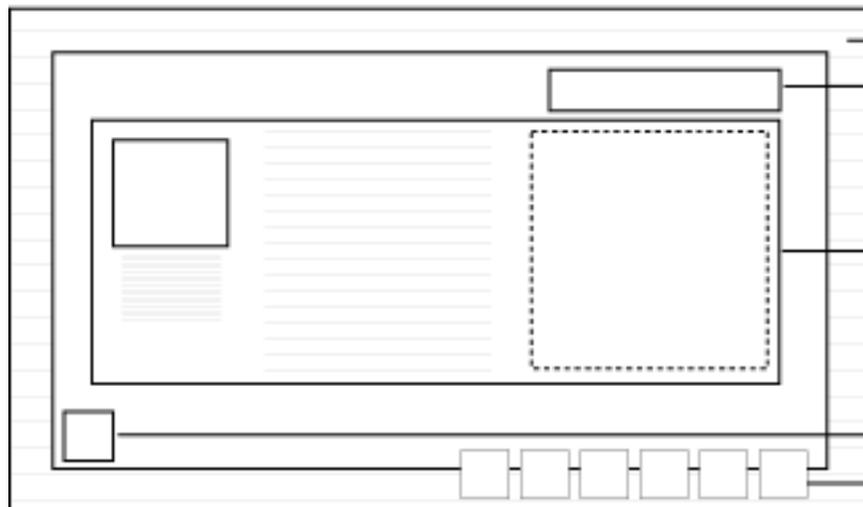
Texto dinámico del contenido de la Sección, tipografía Verdane normal, tamaño 11 pts, color grisoscuro valor hex: #333333, con barra de desplazamiento.

Cuadro animado semejando el movimiento de una banda cuando el mouse se posiciona sobre la animación, disminuye la velocidad y la banda sigue el movimiento del cursor. En este cuadro contiene imágenes en JPG optimizadas de los cartrils de los discos de Violeta Ferrs. Estos discos, son botones que se mueven a baja opacidad y que cuando el cursor pase sobre ellos, se activen al 100% y aparezca debajo de la imagen el título del disco. Al seleccionar y hacer clic sobre alguno de los botones, se despliega en toda la pantalla una "ventana" que contiene la ficha completa del disco, con una imagen ampliada de la carátula (que tiene borde orgánico utilizado en todas las imágenes), con los detalles técnicos de los discos y con las canciones del mismo.

Marca Museo Violeta Ferrs. Imagen jpg optimizada para la web con tipografías y colores cooperativos.

6 Botones de menú de navegación principal, iconos formato png función rollover con efecto de sombra paralela.

FICHA DISCOGRAFÍA



Se mantiene el mismo fondo con borde irregular de la animación, igual que en inicio.

Título Discografía VIOLETA FERRS Identificador de Sección (página) trazada. Tipografía "Doggy" trazada color naranja valor hex: #FF9900. Connotación formal artesanal.

Una vez seleccionado un disco, aparece una "ventana visualizador" vectorial llevada a flash, con las mismas características de los otros visualizadores para mantener la coherencia formal. Dentro de este visualizador se muestra una ficha técnica con datos específicos del disco seleccionado. En esta ficha, aparece una fotografía ampliada del disco en jpg optimizada, con el marco orgánico. A la vez, aparece una lista con todas las canciones del disco y cuando se selecciona una de ellas, ésta se marca con un fondo naranja #FF9900. Las canciones están enlazadas con su respectivo ejercicio en formato mp3, donde a través de un botón (rola musica) se pueden escuchar o descargar.

Al costado derecho, aparece un borde punteado irregular dentro del cual se despliega la letra de la canción elegida, texto que se puede scrollear automáticamente al situar el cursor sobre unos pequeños botones con forma de flechas.

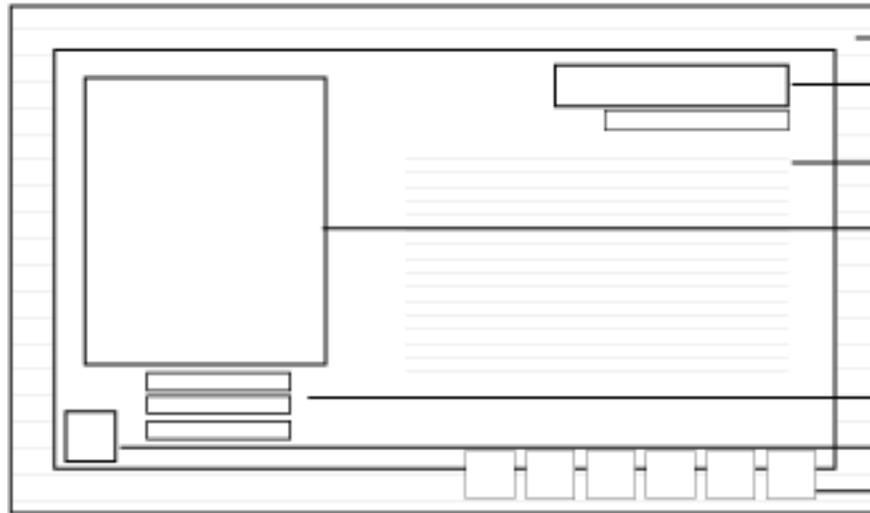
Marca Museo Violeta Ferrs. Imagen jpg optimizada para la web con tipografías y colores cooperativos.

6 Botones de menú de navegación principal, iconos formato png función rollover con efecto de sombra paralela.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

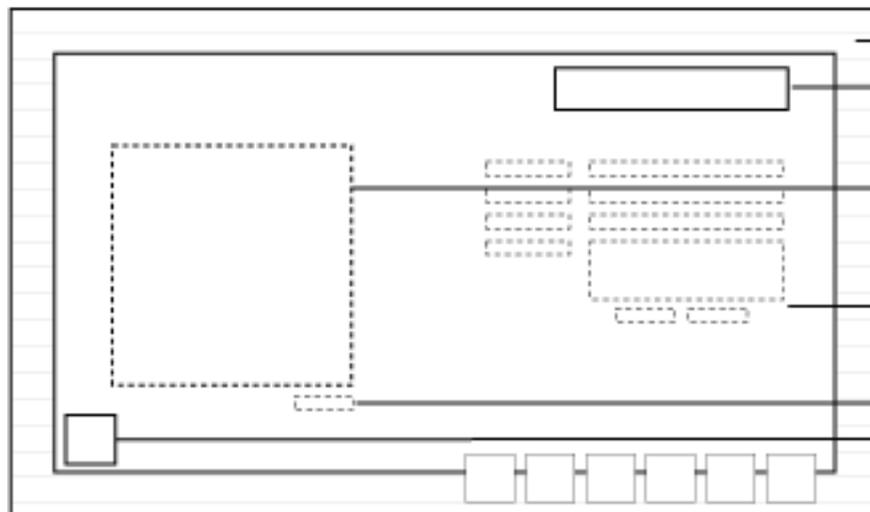
8.2.4. Guión Técnico

PAGINA INTERIOR MULTIMEDIA



- Se mantiene el mismo fondo con borde irregular de la animación, igual que en inicio.
- Título Discografía VIOLETA PARRA. Identificador de Sección (página) trazada. Tipografía "Doggy" trazada color naranja valor hex: #FF9900. Connotación formal artesanal.
- Texto estático del contenido de la Sección, tipografía Verdana normal, tamaño 11 pts, color gris oscuro valor hex: #333333, con barra de desplazamiento.
- Visualizador de Videos que al igual al resto de los visualizadores. La diferencia con respecto a los otros es que éste posee unos botones: reproducir, detener y pausa (diseñados vectorialmente con el mismo código gráfico de los otros y llevado a flash en formato png), que permiten controlar los videos. Dentro de éste visualizador se muestra en primera instancia una fotografía jpg optimizada de afiche del documental "Viola Chilensis". Al hacer click sobre el boton "reproducir", desaparece la imagen y se abre inmediatamente el primer extracto en formato mov del documental.
- 3 botones de texto (verdana 10 pts, color #711E76 con rollover de variación de opacidad alta 50%). Estos botones, permiten cargar a través de los títulos pertinentes, los tres diferentes extractos del documental.
- Marcas Museo Violeta Parra. Imagen jpg optimizada para la web con tipografías y colores corporativos.
- 6 Botones de menú de navegación principal, íconos formato png función rollover con efecto de sombra paralela.

PAGINA INTERIOR CONTACTO Y UBICACIÓN



- Se mantiene el mismo fondo con borde irregular de la animación, igual que en inicio.
- Título Contacto, Identificador de Sección (página) trazada. Tipografía "Doggy" trazada color naranja valor hex: #FF9900. Connotación formal artesanal.
- Mapa ubicación Museo Violeta Parra. Ilustración Vectorial trazada y guardada como jpg optimizada. El mapa puede visualizarse en mayor o menor tamaño dentro de un borde punteado irregular, ya que con un scroll situado al costado derecho de la imagen, se puede aplicar un zoom. Además, se puede mover el mapa manteniendo el boton del mouse presionado.
- Cuadro Formulario para datos de Contacto. Datos a rellenar en Nombre, e-mail, País y Mensaje. Los datos se encuentran delimitados por un borde irregular coherente con el sistema visual global del sitio. Más abajo se presentan dos botones: borrar y enviar en tipografía "Big Fish Ensemble", con los mismos colores de los botones del submenú de las otras páginas.
- Barra de Scroll para aplicar zoom al mapa
- Marcas Museo Violeta Parra. Imagen jpg optimizada para la web con tipografías y colores corporativos.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

8.2. 5. Análisis y Funcionamiento de la interfaz del Recorrido Virtual

Imagen Renderizada Interactiva del castillo rojo, estructura del Museo Violeta Parra, en formato JPG optimizada para la Web.

Esta imagen comprende un clip de película formado por cuatro botones invisibles correspondientes a los 4 pisos del Museo. Cada uno de estos pisos tiene asociada una acción en la cual, al situar el cursor sobre el botón, es posible examinar el interior de la sala, mediante un nuevo clip de película que incorpora un efecto alfa que hace desaparecer la parte frontal del castillo y las paredes exteriores de la zona.

Paralelamente, en la parte superior derecha de la imagen, aparece un texto explicativo acerca del piso seleccionado informando al usuario lo que ahí se exhibe.

Al visualizarse el interior de la sala seleccionada, el cursor cambia, indicando que hay un área con vínculo que lleva a una vista panorámica de la Sala.



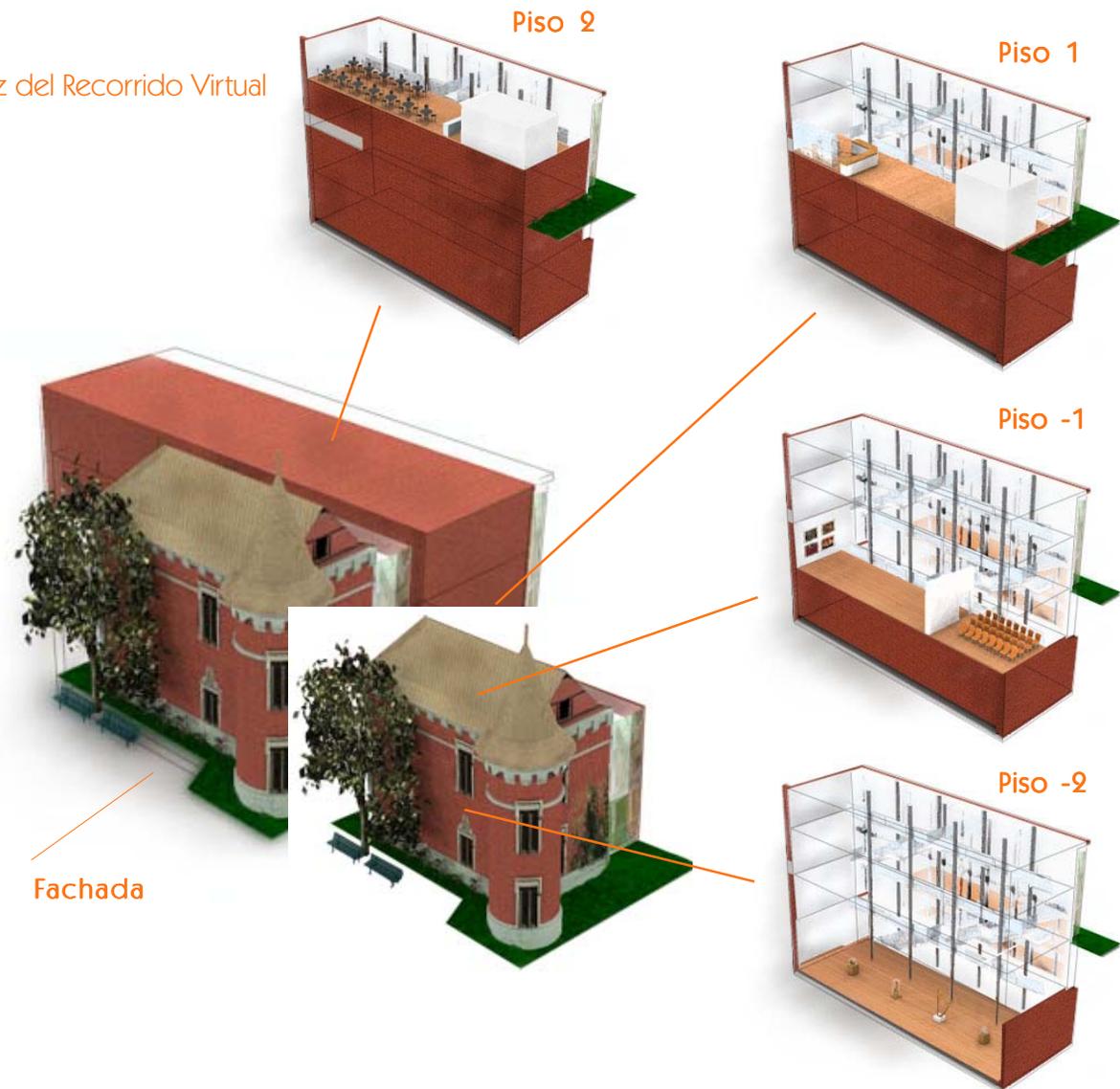
Capítulo 8: Propuesta de Diseño

8.2. 5. Análisis y Funcionamiento de la interfaz del Recorrido Virtual

En la siguiente serie de imágenes, se puede apreciar el desglose de los diversos fragmentos que permiten la interactividad de la imagen global del castillo modelado en 3D.

Todas las imágenes, correspondientes a los diferentes pisos, se encuentran renderizadas por separado y luego fueron guardadas en formato JPG optimizadas para la Web.

Para poder realizar cada render, fue necesario utilizar un encuadre de cámara común para todos los pisos modelados, que permitiera ensamblarlos perfectamente dentro de la estructura del castillo y así poder articular exitosamente la interfaz.



Capítulo 8: Propuesta de Diseño

8.2. 5. Análisis y Funcionamiento de la interfaz del Recorrido Virtual



Como bien se explicó anteriormente, cada uno de los 4 pisos, constituye un botón invisible que permite visualizar el interior del museo y a la vez indica la existencia de un vínculo . Al hacer clic sobre el piso seleccionado, se abre un visualizador que contiene una panorámica de la sala.

Al costado izquierdo, se pueden observar las 4 panorámicas a las cuales es posible acceder. En orden desde arriba hacia abajo:

Piso 2: Restaurante / Cafetería

Piso 1: Recepción / Tienda / Baños

Piso -1: Anfiteatro / Arpilleras

Piso -2: Oleos / Objetos Personales.

Cada una de las imágenes de las 4 panorámicas, mide 1924 X 330 px, a una resolución de 72 dpi, cuyos render fueron retocados para luego ser guardados en formato JPG optimizados para la web.

Para recorrer las panorámicas, se debe mover el cursor en forma horizontal, y si se desea volver a la página interior donde se encuentra el castillo, basta con sólo cerrar la ventana.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

8.2. 5. Análisis y Funcionamiento de la interfaz del Recorrido Virtual

Vista panorámica del piso -1, Anfiteatro y Oleos



Es importante mencionar que, tanto las salas propiamente tal como también todos los elementos que la constituyen, fueron modelados en 3D, a modo de simulación de lo que actualmente se está construyendo y será finalmente el Museo Violeta Parra.

Sin embargo esta simulación está basada en el estudio de los planos finales de las modificaciones de la estructura. El castillo rojo, al ser monumento Nacional no podía modificarse, por lo tanto se estipuló que este albergaría las oficinas administrativas del museo, y que estaría unido a través de una galería de «cristal» con el 1er piso de la nueva construcción. Asimismo, los elementos contenidos dentro de las salas, fueron determinados a partir de un estudio de la muestra museográfica.

Es importante mencionar, que las 2 panorámicas que exhiben la muestra, contienen objetos estratégicos (algunos con animaciones como es el caso de la proyección que se encuentra en el anfiteatro) que cumplen la función de botones invisibles que permiten enlazar directamente con el contenido expuesto, o bien enlazan con la página que los contienen.

En el costado izquierdo, se explica a modo de ejemplo, el funcionamiento con la panorámica del anfiteatro.

Sobre el telón, hay una animación, botón invisible que al hacer clic con el mouse sobre él, permite cargar uno de los videos de la sección multimedia.

Es importante señalar, que el recorrido virtual no inhabilita la posibilidad de recorrer individualmente cada una de las páginas, dando al usuario la oportunidad de ir recorriendo paralelamente el sitio si así lo desea.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

8.2. 6. Páginas que conforman el sitio

Página Inicio

Al abrir la dirección indicada (www.museovioletaparra.cl), se despliega en la pantalla una página de fondo blanco, con un borde irregular de trazo orgánico y artesanal que delimita el espacio útil de la animación sobre un fondo violeta. La página exhibe una imagen del castillo rojo modelado en 3D, instalación y estructura final del Museo Violeta Parra con un efecto de «pinceladas» para lograr coherencia con el resto del sistema visual. Al mismo tiempo, aparece un texto con una animación a modo de «créditos» desde abajo hacia arriba, centrada dentro de un borde irregular. Este texto informa al visitante virtual sobre el museo y lo invita a conocer y recorrer el nuevo Museo que se está construyendo en honor a Violeta Parra. Todo esto, acompañado de la canción «Run Run se fue pal Norte», compuesta por la artista e instrumentalizada por el grupo Intillimani, que permite ambientar y darle al sitio un carácter folklórico.

En esta misma página, al usuario se le da la opción de seleccionar el idioma con el cual desea recorrer el sitio. Existe la posibilidad de recorrerlo en Español (idioma nativo de Violeta Parra), Inglés (idioma universal) y Francés (por su reconocimiento en Europa, sobre todo en Francia).

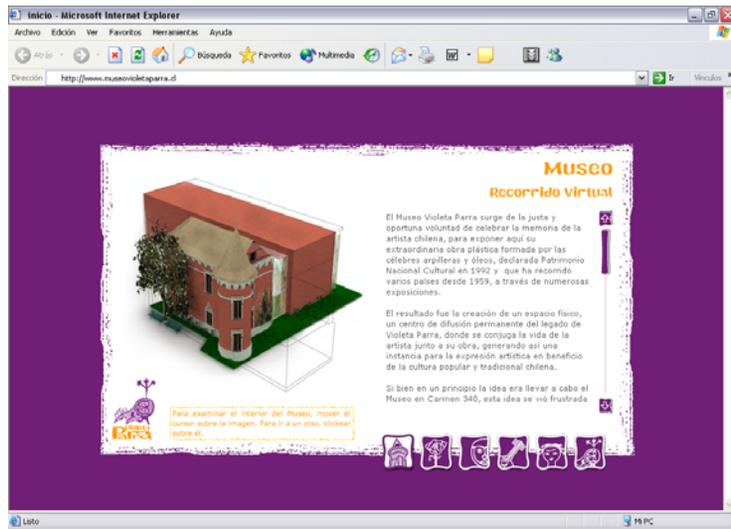
En el extremo inferior izquierdo, se presenta la imagen de marca del museo, que estará presente durante todo el recorrido del sitio para su identificación.

Página Bienvenido

Una vez seleccionado el idioma, se presenta la página «bienvenido» en la cual se presenta una franja animada de fotografías referentes a la vida y obra de Violeta Parra. Las imágenes se prenden y se apagan a destiempo (efecto alfa), rompiendo con la limpieza del fondo blanco. Bajo esta franja se presenta una fotografía de



Capítulo 8: Propuesta de Diseño

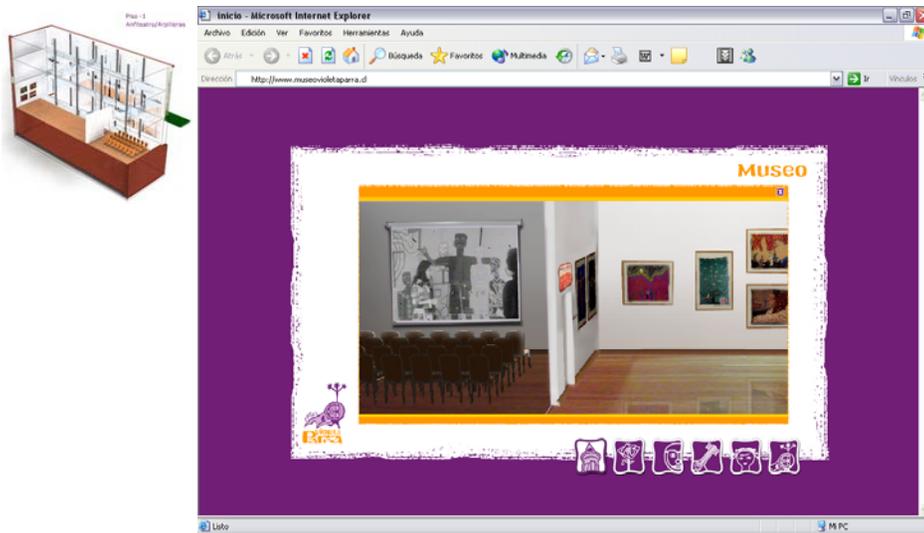


Violeta Parra trabajada en variación de color a un naranjo sepia, que permite connotar la tradición, lo antiguo, que contrasta con lo moderno de la interfaz.

A la derecha aparece un texto que manifiesta la misión y objetivos del museo y bajo, éste, aparece el menú de navegación principal del sitio, con los 6 botones de acceso a las diferentes páginas principales (museo, vida, obra, discos, multimedia y contacto).

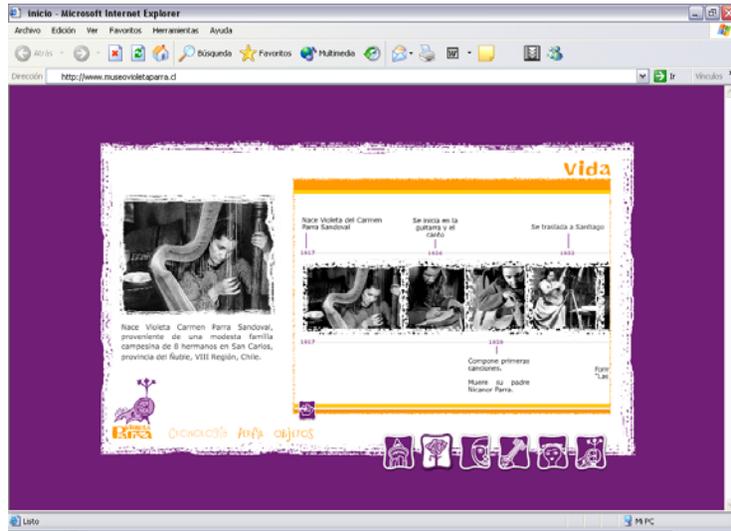
Página Museo

Esta página presenta una vista del castillo en 3D, pero esta vez la construcción mantiene su apariencia de maqueta, con bordes outline que muestran que existe construcción bajo tierra. Esta imagen, como se explicó anteriormente en «el funcionamiento de la interfaz del recorrido virtual», posee botones invisibles en cada piso, que permiten visualizar el interior de cada uno de ellos a través de un efecto alfa. Además, cada botón permite vincular con su panorámica correspondiente. La utilización de este tipo de medio interactivo, permite lograr la fusión entre lo antiguo y lo moderno, donde lo tradicional corresponde a la muestra del museo y lo moderno se refleja a través de la estructura del Museo propiamente tal y en la utilización de este medio para lograr difundirlo de una forma atractiva y creativa, explotando el potencial comunicacional que nos otorgan las nuevas tecnologías.



A la izquierda se presenta la página museo, con un detalle de como se visualiza cuando se pasa el cursor por sobre el piso seleccionado, y luego se muestra la panorámica correspondiente a esa sala: en este caso es el piso -1 anfiteatro / arpilleras. La panorámica aparece centrada en la animación, en una ventana visualizadora simulando un pop up con un tratamiento gráfico basado en bordes irregulares y contraste de colores. La utilización de este tipo de ventanas permite que, al cerrarla, se vuelva a la imagen anterior inmediatamente. la visualización se

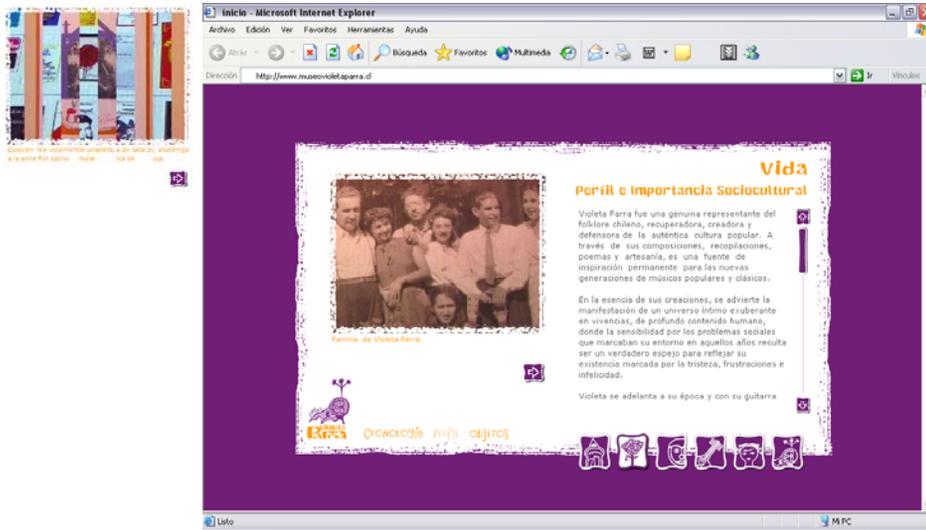
Capítulo 8: Propuesta de Diseño



realiza desplazando el cursor horizontalmente, donde existen algunos objetos activos (botones) que permiten vincular a otras páginas o frames pertinentes. En este caso, la sala audiovisual tiene una animación que simula la proyección de uno de los videos y al hacer clic sobre el, carga uno de los video de la página multimedia. Algunas arpilleras también están vinculadas con su respectiva imagen ampliada.

Página Vida

Esta página presenta una línea cronológica en la cual se mezclan imágenes con títulos referentes a información de hitos importantes en la vida de Violeta Parra. Esta línea de tiempo se puede recorrer con una barra de desplazamiento donde cada fotografía, constituye un botón que permite cargar, en el costado izquierdo del visualizador, la fotografía seleccionada ampliada con un texto explicativo correspondiente. La página presenta un submenú formado por botones de texto que permiten acceder a las páginas interiores Perfil, Objetos y además está presente el botón Cronología que deja volver a la página vida.

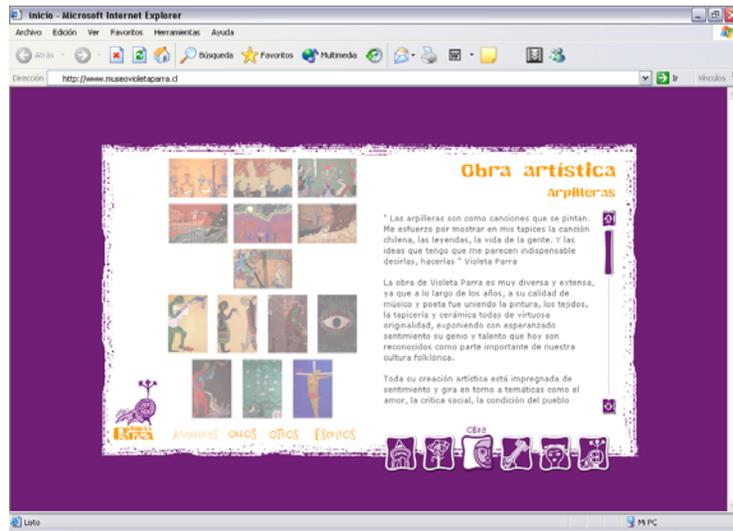


Página Perfil

La página muestra un texto explicativo referente a la importancia sociocultural de la artista, acompañado de algunas citas de gente que tiene que ver con el ámbito artístico o familiar. A la izquierda del texto, se presenta una animación que a través de un botón, activa un efecto de persiana, que cierra la fotografía actual dando paso a las siguientes como se muestra en detalle a la izquierda. Se trata de un compilado de imágenes que captan momentos importantes de Violeta y de su valor y legado sociocultural.

Para el enlace «Objetos» de la página vida, se utiliza el mismo tipo de interfaz y acciones que para la página obra y sus sub-páginas, interfaz de usuario que será explicada a continuación..

Capítulo 8: Propuesta de Diseño



Página Obra (mismo para objetos, óleos y otros)

Esta página permite acceder a la obra plástica de Violeta Parra. Se trata de una Galería de imágenes donde se pueden visualizar ya sea las arpilleras, los óleos, otros (que involucra sus máscaras, cuadros de papel maché y cerámicas) con sólo seleccionar el botón de texto correspondiente situado en el submenú ubicado en la parte inferior izquierda de la página.

El funcionamiento de la interfaz de esta galería de imágenes consiste en un conjunto de botones de fotografías pequeñas de cada una de las arpilleras en este caso, que se encuentran en opacidad baja y que al hacer click sobre ellos, desencadena una animación que simula una persiana y que recoge y hace desaparecer el menú de imágenes, desplegando sobre todo el costado izquierdo la imagen seleccionada ampliada. Abajo de la imagen, aparece un título o breve explicación sobre la obra u objeto expuesto.



Inmediatamente, aparece un texto que sigue el movimiento del cursor y que dice «click cerrar», informando al usuario cómo cerrar esta imagen ampliada y volver al menú de imágenes (con el mismo efecto de persiana anterior).

Al costado derecho del menú de imágenes, se presenta un texto informativo aludiendo a la obra en general de la artista, específicamente en esta página refiriéndose a las arpilleras, que comienza con una cita de Violeta explicando su obra.

Para las páginas Oleos, Otros y Objetos personales, se utiliza el mismo tipo de interfaz y la misma dinámica de visualización de imágenes. Se decidió abarcar en el sitio toda la muestra del museo, e incluso complementar con información anexa sobre la artista, lo que refleja la vitalidad e intensidad de Violeta a través de un sitio completo que permita difundir su prolífica obra.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño



Capítulo 8: Propuesta de Diseño



Página Escritos

Esta página contiene información relevante sobre los escritos de Violeta Parra. En una primera instancia, aparece una fotografía de uno de sus cuadernos manuscritos que forman parte de los objetos de la muestra que estarán exhibidos en el museo. La imagen se encuentra retocada utilizando el mismo código gráfico de virado del color a un sepia anaranjado, que permite connotar lo tradicional y antiguo del objeto.

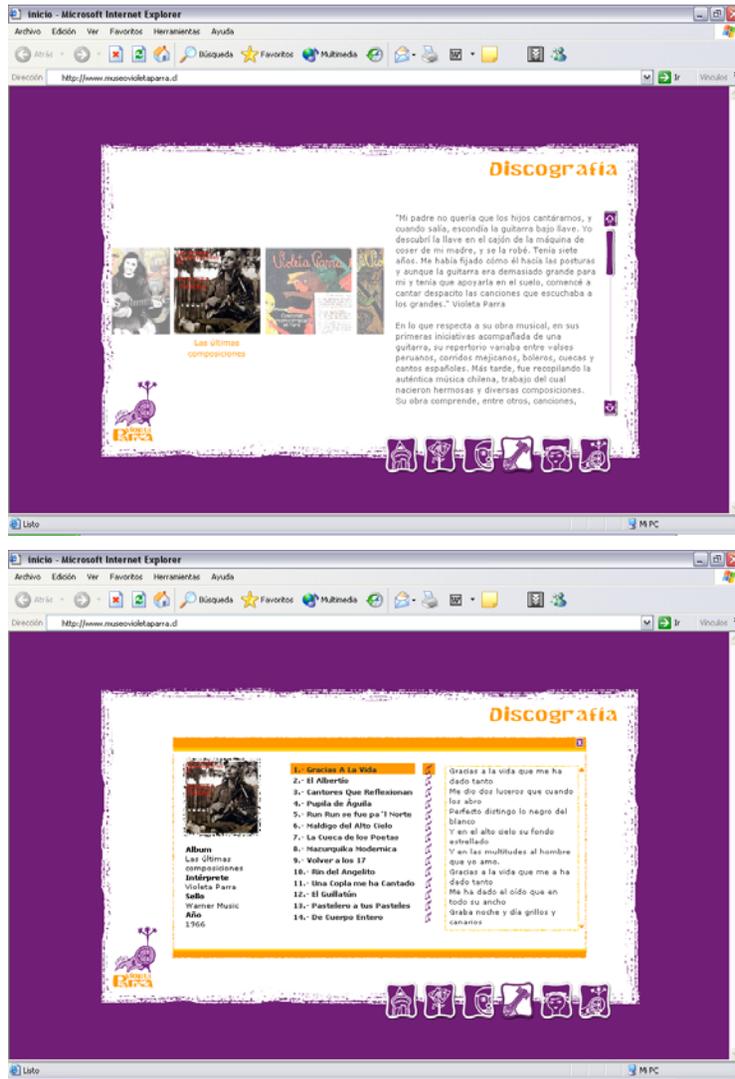
A la izquierda de la imagen, se aprecia un menú de texto que permite seleccionar entre escritos, décimas y cartas. Esto se obtuvo a partir de una recopilación de información que permite conocer los pensamientos, extractos de sus décimas y cartas personales de la artista hacia su gran amor Gilbert Favre.

Al la derecha se encuentra un texto informativo aludiendo al contenido de la página.

Al seleccionar uno de los botones de texto, se despliega sobre la página una animación que simula la estructura de un libro, que puede ser hojeado y cuya interfaz simula tal cual el proceso de dar vuelta las páginas, como se muestra en la pantalla izquierda. Este funcionamiento se repite para cada una de las 3 posibilidades de lectura: escritos, décimas y cartas. Cada libro, tiene una portada distinta, con un título correspondiente y una fotografía coherente con el contenido. Además se diferencian por el uso de distintos colores en las hojas de cada uno de ellos.

Para volver a la página escritos inicial, basta con clickear sobre el botón cerrar que aparece en el extremo derecho de la página.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño



Página Discografía

La página Discografía, permite conocer la obra musical de Violeta Parra. En una primera instancia, aparece una franja de imágenes en movimiento, correspondientes a las carátulas de todos los Discos de la artista acompañada de un texto aludiendo al contenido de la sección. Al pasar el cursor sobre la banda en movimiento, ésta disminuye la velocidad dejando examinar con más detalle las imágenes.

Cada uno de los discos son botones que se encuentran en opacidad baja, y que al pasar el cursor sobre ellos, se activa al 100% de nitidez y abajo de él aparece su título correspondiente. Al hacer clic sobre el disco activado, aparece en toda la página una ventana visualizadora con las mismas características de bordes irregulares y colores que contrastan con la limpieza del fondo blanco. Dentro de esta ventana, aparece una ficha técnica con una imagen de la carátula del disco trabajada con el y debajo de ella, se informa sobre el título, intérprete, fecha de lanzamiento y sello correspondientes.

A la derecha de esta información técnica, aparece una lista con todas las canciones que lo constituyen, activándose inmediatamente la primera canción. Al seleccionar una canción, ésta se enmarca dentro de un fondo naranja y al hacer clic sobre ella, se carga automáticamente el extracto del mp3 correspondiente y la letra de la canción. Al costado de cada canción aparece un botón con forma de nota musical, que permite detener el sonido.

Las letras de las canciones, están enmarcadas dentro de un borde punteado irregular situado a la derecha de la lista, y ya que el espacio de visualización es pequeño, se pueden scrollear automáticamente situando el cursor sobre unos pequeños botones con forma de flecha.

Para volver a la página Discografía y recorrer otros disco, sólo basta con hacer clic sobre el botón cerrar en la parte superior del visualizador.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño



Página Multimedia

Esta página contiene información y material audiovisual inédito de Violeta Parra. Los videos corresponden a extractos del Documental «Viola Chilensis» realizado por el Director Luis Vera que, después de conocer la iniciativa de llevar a cabo este proyecto, estuvo dispuesto a facilitar el derecho de utilizar el contenido audiovisual.

En el extremo izquierdo de la página, se presenta un visualizador de videos, diseñado bajo en mismo código gráfico del resto de los componentes de la interfaz gráfica de usuario, para mantener la coherencia del sistema visual.

A la derecha de éste, se presenta un texto explicativo e informativo referente a la temática expuesta.

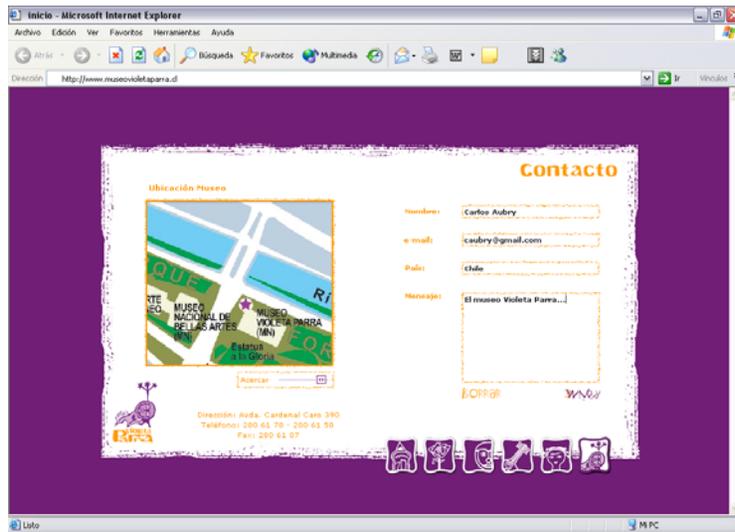
En una primera instancia, dentro del visualizador, se presenta una imagen del afiche promocional del documental que, a través del botón «reproducir» permite activar el primer extracto de video.

Debajo del visualizador, se muestran 3 botones de texto con los títulos de los extractos seleccionados para ser exhibidos en la Web.

Los extractos de video corresponden a : Violeta cantando «Qué he sacado con quererte»; Violeta explicando una de sus arpilleras durante una entrevista realizada por Marie Magdeleine durante la exposición en el Louvre y finalmente un extracto de Violeta explicando su arte mientras pintan sus óleos.

Los botones del visualizador permiten pausar, detener o reproducir cada video, cargado con la tecnología «video streaming» que permite que los usuarios visualicen la transmisión de los paquetes de datos (imagen-sonido) mientras éstos van llegando.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño



Página Contacto

Página que permite al usuario establecer comunicación con el Museo Violeta Parra por medio de un formulario de Contacto.

En este formulario se consultan los datos básicos del usuario que consisten:

Nombre, E-mail, País y Mensaje de la persona que desea establecer comunicación con el Museo, realizar consultas, solicitudes o sugerencias.

Lo anterior permite al Museo elaborar una base de datos sobre visitantes o potenciales visitantes, y así poder enviarles información sobre noticias o actividades a realizarse que puedan captar su interés.

Los datos están enmarcados dentro de bordes naranjos (color utilizado en todo el sitio) del mismo trazo punteado irregular utilizado en otros elementos, aludiendo a las «imperfecciones» típicas de la manufacturación artesanal.

Debajo del formulario se encuentran dos botones Enviar y Borrar, animados lúdicamente con un giro sobre ellos mismos en dos colores (violeta y naranja) como se explicó en el guión técnico. Una vez enviado el mensaje, la pantalla muestra un texto en el cual se señala que el mensaje fue enviado exitosamente.

La página además muestra un mapa delimitado por este mismo borde irregular, que permite indicar la ubicación exacta del Museo. Este mapa tiene un scroll que otorga la posibilidad de aumentar el tamaño de visualización, y a la vez, al mantener apretado el botón del mouse, se puede mover al antojo del usuario para acomodarlo a sus necesidades de información.

Finalmente en la parte inferior de la página, se informa acerca de la dirección exacta del museo, teléfonos y fax para contactarse.

8.3. Diseño Presentación Multimedia

Como se mencionó en la presentación del proyecto, el diseño del sistema interactivo multimedial para el Museo Violeta Parra involucra la creación de una presentación multimedia para ser ejecutada en el espacio expositivo del museo como soporte complementario que apoye las funciones de la sala audiovisual o anfiteatro.

En la actualidad, la utilización de un medio audiovisual en el espacio expositivo de un museo puede resultar fundamental, sobre todo en el caso específico del Museo Violeta Parra, ya que permitirá rememorar a la artista a través de la mezcla de elementos multimedia.

Las presentaciones Multimedia ofrecen las ventajas de permitir combinar en una sola aplicación imágenes, sonido (música y locución para realzar momentos especiales de la presentación o para ambientar), video digital (obtenidos mediante cámaras digitales, videocámaras, VHS o DVD), animación (donde los elementos se muestran en función de las necesidades de la presentación) e interactividad (dada por un menú que permite al usuario elegir la información que desea ver en aquel momento).

Por otra parte, los atributos más notables de este tipo de soportes, consiste en la facilidad de uso que poseen por medio de un computador y un proyector multimedia, la no necesidad de mantenimiento (a diferencia de otros medios mecánicos como las diapositivas, que pueden estropearse fácilmente) y además tienen un sistema de almacenamiento más cómodo que los soportes habituales.

Todo lo anterior, logra compenetrar al espectador con la temática expuesta de una manera atractiva y eficaz, generando en él una predisposición favorable con respecto al resto de los contenidos.

A través de una presentación multimedia, en pocos minutos, una organización puede presentar una temática de manera más atractiva y funcional que los soportes tradicionales, como estímulo a la imaginación y creatividad, generando en el espectador una imagen moderna de la institución. Y lo mejor de todo, a un costo alcanzable para la mayoría de las organizaciones constituyéndose más que nada en una inversión.

Con respecto al caso específico del Museo Violeta Parra, la presentación multimedia cumple una función totalmente distinta a la del sitio Web. La presentación audiovisual-multimedial, constituye el medio ideal para ofrecer información contextual sobre la artista Violeta Parra, que dejó de existir físicamente hace muchos años, pero cuya imagen se mantendrá latente en el recuerdo de la gente gracias al rescate de su obra mediante el uso de este tipo de soportes.

Esta presentación multimedia es la encargada de agregar y crear el aspecto etéreo al Museo, comunicando y suscitando emociones en el visitante a través de un cúmulo de sensaciones audiovisuales. Se trata de una experiencia sensorial, de un espectáculo durante el cual, mediante el impacto y de la puesta en juego de los sentidos, el visitante se empapará de la vida y obra de Violeta Parra lo que permite que el resto de la visita se transforme en toda una experiencia.

8.3.1. Análisis y funcionamiento de la Presentación Multimedia

De acuerdo a lo investigado en el capítulo 3 del marco teórico, en lo referente al uso de los medios audiovisuales como medio de comunicación complementario en los museos, se determinó que esta presentación cumpliría dos funciones para el Museo:

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

Primero, se estableció que la presentación multimedia para el espacio expositivo del museo debe cumplir la función de apoyar, reforzar, ampliar e interpretar la muestra de la obra de Violeta Parra, permitiendo dar vida a gente (sobre todo a la artista propiamente tal) y a objetos que en otro caso estarían inanimados.

En este primer caso, la importancia recae en que, para el diseño y producción de esta presentación, se debió tener especial cuidado en que ésta no se adueñara de la exposición, opacando los objetos reales y convirtiéndola en un simple entretenimiento.

Por lo tanto, se determinó el diseño de una aplicación lineal, no interactiva, con una duración de un máximo de 20 minutos, que se proyectará infinitamente en la sala audiovisual del museo. Así, la interactividad del contenido con respecto al visitante será una función exclusiva que deberá cumplir el guía del museo. El anfiteatro, al estar ubicado en el extremo del piso -1, permite lograr un ambiente idóneo, en el cual los visitantes podrán sentarse tranquilamente a disfrutar de la presentación.

Por otra parte, con la intención de proporcionarle a aquéllos visitantes que lo deseen, la oportunidad de poder llevarse esta presentación como recuerdo, se planteó una segunda utilización de esta presentación audiovisual, convirtiendo la aplicación en un propio objeto de exposición que podrá ser adquirido en la tienda de souvenir. Así, esta presentación traspasará el espacio expositivo, pero responderá igualmente a las necesidades del museo ya que esta documentación visual se establecería como una auténtica referencia de las actividades que se desarrollan dentro de éste.

Para preservar la calidad de los elementos gráficos de la presentación (utilización de diversos videos de alta calidad) se decidió guardar la aplicación en formato DVD, debido a la elevada capacidad de almacenamiento que permite (4,7 Gb).

Para el desarrollo de la presentación multimedia, se decidió utilizar algunos de los componentes desarrollados para el sitio web, pero adaptados al formato y resolución de la presentación.

La resolución establecida para la película de Director fue de 800 X 600 px, ya que el proyector de la película se puede adaptar más fácilmente a un tamaño de pantalla o resolución superior a la utilizada en el diseño, definiendo la visualización de la aplicación en pantalla completa, con un fondo de color coherente con el diseño de la interfaz.

Se utilizó un fondo blanco, con el mismo borde de trazo orgánico utilizado en la interfaz gráfica del sitio web, que separa el fondo violeta del espacio útil donde se conjugan todos los elementos que conforman la aplicación.

La utilización del sonido corresponde a extractos de canciones cantadas por Violeta Parra y algunas décimas recitadas por la artista. El sonido constituye uno de los elementos fundamentales para esta presentación, debido a la importancia y reconocimiento que tiene la obra musical de la artista.

Las imágenes utilizadas corresponden a fotografías de Violeta Parra o capturas de hitos importantes de su vida que permiten complementar las transiciones de un extracto de video a otro.

Se utilizan muy pocos textos, que sólo cumplen una función informativa como es el caso de títulos, una pequeña introducción, el corolario y créditos, con el fin de priorizar en otros elementos más seductores.

El uso de la animación está restringido sólo para mostrar continuidad en las transiciones de imágenes y videos o para la mezcla de ambos, dejando recaer toda la atención del espectador en el contenido de los videos que a su vez serán sincronizados con el uso de sonido y texto.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño

Finalmente, se utilizan extractos de video del Documental «Viola Chilensis» rescatando, a través de entrevistas realizadas a familiares y amigos, momentos importantes que van desde la infancia, sus inicios en el desarrollo de su obra musical, sus innovaciones en la plástica, su paso por países europeos, su trágico final en Chile y finalmente el rescate y reconocimiento del legado patrimonial cultural.

Los extractos seleccionados para la presentación, tienen un tratamiento diferente a los utilizados en el sitio Web. Como se mencionó anteriormente, el documental completo fue codificado a MPEG2 (súper Video CD).

Sin embargo, por una razón de compatibilidad del Programa Director (en el cual fue creada la aplicación) con la Plataforma Windows, se editaron y seleccionaron los extractos en Adobe Premier 6.5, para finalmente guardarlos en formato AVI codificados con el codec Intel Indeo Video R.3.2, que resguarda la calidad de la imagen.

Una vez llevados a Director, los extractos de video fueron acomodados en el centro de la animación, con un formato 640 X 480 px, enmarcados en un borde irregular color naranja que permite resaltarlo sobre el fondo.

Finalmente, es importante señalar, que se decidió que el diseño del contenedor del DVD, que involucra la carátula de la caja y la etiqueta interior del disco, formara parte del diseño de piezas de apoyo impresas generadas por mi compañera Javiera Aranda.



8.3.2. Guión de la Presentación Multimedia

La presentación comienza con una animación de la marca que aparece en tamaño grande sobre el centro de la pantalla y que luego se comienza a empequeñecer mientras se ubica en el costado izquierdo de la página.

Paralelamente, aparece la imagen del castillo modelado en 3D, con el mismo efecto utilizado en la marca, que se presenta en un principio en el centro de la animación para después reducir su tamaño mientras se localiza en el costado derecho de la pantalla.

Finalmente, aparece el afiche promocional del Documental «Viola Chilensis» que se despliega sobre el centro de la imagen y luego se empequeñece ubicándose en el extremo inferior de la animación, entre la marca del Museo y la imagen del Castillo Modelado.

De fondo se escucha la voz de Violeta Parra recitando una de sus décimas, que luego da inicio a una interpretación de una de sus composiciones. El sonido se mantiene de fondo durante toda la introducción de la presentación.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño



8.3.2. Guión de la Presentación Multimedia

Una vez ejecutada la animación que presenta las marcas de las entidades involucradas en el desarrollo de la presentación, aparece una nueva vista que revela el título de la presentación audiovisual «Descubriendo a Violeta Parra: Vida y obra de nuestra artista popular» a modo de anclar en contenido que se va a exhibir.

Luego, con un efecto de transición, que desvanece la opacidad de la imagen anterior, aparece un recuadro negro rodeado por un borde irregular que será el que delimitará la zona de visualización de los videos.

Dentro de este recuadro, empieza a surgir paulatinamente un texto introductorio, que narra en forma resumida, detalles básicos de la vida de Violeta Parra, como por ejemplo la fecha y lugar natal de la artista, su vida amorosa y descendencia para finalmente contar su historia.



8.3.2. Guión de la Presentación Multimedia

En una primera Instancia, aparece Lautaro Parra, hermano de Violeta y Folklorista, contando que Violeta era la hija predilecta en la casa, Le decían la «Pizpireta». Cuenta además el hambre que pasaban y que Violeta ayudaba a su madre en la costuras que hacía para poder subsistir ya que había quedado sola con 10 hijos.



Luego, se entrevista a Rosa Martínez, compañera de escuela de Violeta, que cuenta que Violeta salía todos los días con los hermanos a cantar y tocar la guitarra, porque eran muy pobres.



Lalo Parra, cuenta que actuaban en algunos bares, para poder obtener algún dinero. Violeta, Hilda, Roberto y él formaban el cuarteto de los hermanos Parra.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño



8.3.2. Guión de la Presentación Multimedia

Luego de la entrevista de Lalo Parra, la imagen se fusiona con una nueva imagen donde sale Violeta cantando su canción «Qué he sacado con quererte»

Lautaro Parra narra que Violeta se hizo famosa en el circo, con el cual recorrió pueblos, lo que le permitió recibir mucha ayuda cuando decidió dedicarse a la recopilación.. La imagen final de este extracto de video, se mezcla con una imágenes fotográficas en las cuales aparece Violeta en su proceso de Recopilación.

Extracto de Video Musicalizado, que muestra imágenes de paisajes chilenos que evocan el recorrido que hizo Violeta durante su trabajo de recopilación. Aparecen imágenes de la mina «El Chiflón del Diablo» mientras se escucha de fondo la canción «Arriba quemando el sol» que Violeta dedicó a los mineros. Luego, la imagen se fusiona dando inicio a otra selección de imágenes que muestran a un grupo de Mapuches mientras se escucha de fondo la canción «el Guillatún».



8.3.2. Guión de la Presentación Multimedia

Una vez finalizado el compendio de imágenes y sonido, se muestra extracto de una entrevista realizada al Profesor Fidel Sepúlveda, Director del Departamento de Estética de La Universidad Católica. Durante la entrevista el profesor analiza que Violeta encarna lo mejor de la tradición Chilena, tanto en la música como en la plástica. El video está fusionado con imágenes de detalles de algunas de sus obras que permiten ejemplificar lo que él habla.



Isabel Parra, comenta que Violeta nunca fue reconocida en Chile como lo fue afuera, siendo que ella es la poeta natural de nuestro país.

Luego se presenta una filmación casera de Violeta bailando cueca en Ginebra, mientras se escucha de fondo una de sus tonadas.



Capítulo 8: Propuesta de Diseño



8.3.2. Guión de la Presentación Multimedia

Tita Parra, nieta de Violeta parra, cuenta cómo era la vida cerca de Violeta, narrando que para ella, el trabajo cotidiano era un trabajo artístico, ya que se preocupaba de rescatar la cultura tradicional chilena que luego plasmaba en su arte.

La entrevista realizada a Tita parra, se fusiona con Imágenes que muestran el entorno y la pieza de Violeta Parra en Ginebra., para luego pasar a un nuevo extracto de una conversación que mantiene Marie Magdeleine Brumagne (crítica de Arte y realizadora del Documental Suizo sobre Violeta) con la artista en Ginebra. Durante la entrevista realizada en Francés, Violeta le explica cómo construye sus máscaras de papel Maché.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño



8.3.2. Guión de la Presentación Multimedia

Luego, la conversación anterior, filmada en 1964, se fusiona con una entrevista realizada en la actualidad a la crítica Marie Magdeleine, que cuenta que para ella Violeta era un personaje fascinante, por la fuerza interior que mostraba. La entrevista se mezcla con imágenes de recortes de diarios Europeos de la época, en los cuales salía información y artículos dedicados a Violeta Parra.

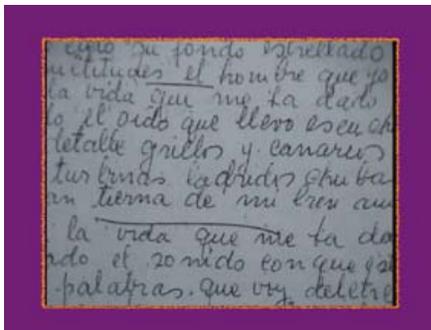
Inmediatamente, se produce una transición de este extracto con otro, donde aparece Angel Parra, hijo de Violeta que hoy en día reside en Francia, que describe la anécdota de cómo llegó Violeta Parra a exponer en el Palacio de Artes decorativas del Museo de Louvre.

La historia mezcla imágenes de recortes de diarios y fotografías tomadas durante la exposición, mientras se escucha de fondo la canción «Una chilena en París». Luego, se retoma la entrevista realizada por Marie Magdeleine en el Louvre, durante la cual Violeta Explica una de sus Arpilleras nombrada «Contra la guerra». Este extracto es uno de los momentos más emotivos de la presentación, ya que Violeta, con su intensidad de vivir, explica y plasma la realidad Chilena.

Por otra parte, Milena Rojas, nieta de Violeta, cuenta como se recuperó la obra de Violeta Parra, mientras se muestran imágenes de fondo de una exposición contemporánea de la obra de Violeta Parra.

La imagen anterior se editó con un nuevo fragmento de una entrevista realizada al Profesor Wamken, que analiza la temática expuesta por Violeta Parra en sus escritos desde un punto de vista filosófico.

Capítulo 8: Propuesta de Diseño



8.3.2. Guión de la Presentación Multimedia

Video correspondiente a un extracto de la «defensa de Violeta Parra, recitada por su hermano Nicanor Parra acompañado del sonido de una guitarra de fondo. Mientras Nicanor Parra recita, se exhibe una sucesión de imágenes en blanco y negro del recitador, acompañado de una imagen de una arpillera bordada por Violeta y dedicada a su hermano.

El extracto termina con una imagen de la carpa que instaló Violeta Parra una vez que regresó a Chile.

Esta imagen se fusiona con un nuevo fragmento de video, donde Tita Parra cuenta como se inició el proyecto del centro cultural que formó Violeta Parra en la carpa de La Reina. El tema es abarcado nuevamente por Lalo Parra, que relata la frustración que sintió Violeta con respecto a al fracaso de su iniciativa y deja entrever el motivo de su muerte. El relato da paso a una grabación de Violeta recitando algunos pensamientos y acompañado de imágenes fotográficas de la artista.

Imagen de el manuscrito de la canción «gracias a la vida».

Capítulo 8: Propuesta de Diseño



8.3.2. Guión de la Presentación Multimedia

Finalmente, los últimos extractos editados, muestran a Violeta pintando sus óleos, explicándole a Marie Magdeleine que es la gente la que la motiva a realizar su arte.

Esta imagen blanco y negro, se fusiona con un extracto en el cual, uno de los integrantes explica la importancia de Violeta parra para la nueva canción Chilena.

De fondo, se escucha la canción «Run Run se fue pal Norte, interpretada por intillimani, que luego se mezcla con la continuación de la canción tocada por un grupo de escolares para finalmente terminar en una imagen donde se muestra a Violeta Parra y se escucha su voz cantando la misma canción.



«Conocer el financiamiento y el presupuesto
permite conocer la viabilidad del proyecto»

Capítulo 9: Financiamiento y Presupuesto



Capítulo 9: Financiamiento y Presupuesto

Financiamiento

En la realización del proyecto “Museo Violeta Parra”, participan cuatro entidades, entre las cuales se encuentra la “Fundación Violeta Parra”, “Municipalidad de Santiago”, “Fundación Cardoen” y “Fundación Tiempos Nuevos”.

Con el objetivo principal de rescatar y difundir el patrimonio cultural y legado de Violeta Parra, Los “Parra” recibieron el año pasado el apoyo del empresario Carlos Cardoen y firmaron un acuerdo en el cual su fundación ofrece el capital y entrega el financiamiento para la restauración de las obras y para llevar a cabo el Proyecto del Museo, recibiendo a cambio por un período de 99 años, la entrega en comodato del patrimonio de Violeta Parra y asumiendo la ejecución y administración del proyecto.

Lo anterior conlleva todo lo que respecta a la inversión en infraestructura, equipos, intangibles y publicidad. Por lo tanto será esta entidad la encargada de financiar el desarrollo y ejecución del proyecto de “Diseño de un Sistema Interactivo Multimedial como herramienta estratégica de comunicación del Museo Violeta Parra”.

Resulta fundamental mencionar que para la realización del proyecto se deberán usar diversos temas musicales de la interprete Violeta Parra, lo que normalmente exigiría el pago de los derechos de autor correspondientes. Sin embargo, al ser la Fundación Violeta Parra (constituida por familiares y herederos) la que posee los derechos de la obra de la artista, se cuenta con el total apoyo y autorización para utilizar los temas musicales libremente para la realización de este proyecto en beneficio del Museo.

Finalmente, el uso de los extractos de videos del documental “viola Chilensis” serán considerados una donación por parte del realizador Luis Vera en pro del desarrollo del Museo Violeta Parra.

Presupuesto

A continuación se detalla el presupuesto estimado a presentar a la Fundación Cardoen para la realización e implementación del Sitio Web y Presentación Multimedia. Buscando acercarse lo más posible a la realidad, los costos están calculados en UF (mantener valor del dinero en el tiempo). En general, los costos involucrados en el proyecto constan en su mayoría de honorarios, ya que no es necesaria la inversión en equipamiento ni tampoco en impresiones, exceptuando el caso de los 4.000 DVD que se estima vender en la tienda de souvenirs del Museo. (dato extraído a partir de un cálculo estimativo anual de 100.000 visitantes al año, donde 1 de cada 25 visitantes adquiriría el DVD).

Dentro de los honorarios para el diseñador gráfico, se considerarán horas de diseño (que incluye gestión) y horas producción. Los honorarios consideran el trabajo durante 4 meses, 8 horas diarias de Lunes a Viernes, totalizando 640 horas trabajadas. se determinó un valor de 0,8 UF por hora trabajada. Los honorarios establecidos corresponden a la realización de ambos soportes.

Se requerirá para la realización del proyecto, servicios especializados de otros profesionales que permitan obtener un resultado óptimo en el tiempo estipulado para la finalización del sistema interactivo multimedial.

El valor de la mantención del sitio no involucra actualizaciones ni cambios en la interfaz. En caso de necesitar estos cambios, se generaría un presupuesto correspondiente.

Capítulo 9: Financiamiento y Presupuesto

Honorarios

Diseño (2 meses de Diseño y Gestión)	\$ 4.352.000
Diseño (2 meses Producción)	\$ 4.352.000
Sonidista (7 días de edición de sonido)	\$ 761.600
Programador (5 días programación)	\$ 544.000
Diseñador 3D (10 días de Diseño 3D)	\$ 952.000
Productor Audiovisual (10 días edición de Video)	\$ 952.000
TOTAL	\$ 11.913.600

Sitio Web

Webhosting anual	\$ 60.000
Dominio .CL	\$ 20.000
Mantenimiento Sitio	\$ 150.000
TOTAL	\$ 230.000

DVD Presentación Multimedia

DVD presentación Multimedia (4.000 unidades)	\$ 4.000.000
TOTAL	\$ 4.000.000

Presupuesto Total

Honorarios	\$ 11.913.600
Sitio Web	\$ 230.000
DVD presentación Multimedia (4.000 unidades)	\$ 4.000.000
TOTAL	\$ 16.143.600

Valor determinado UF: \$17.000



CONCLUSIONES

Conclusiones

El nacimiento y realización de este proyecto, responde en primer lugar a la necesidad inminente que se detecta en los museos de Chile de comenzar a incorporar dentro de sus guiones museográficos, nuevas disciplinas que permitan explotar y potenciar las muestras presentes en ellos, integrándose a los tiempos modernos. Lo anterior desencadenará que las exposiciones dejen de ser actos meramente contemplativos y pasivos, transformándose en experiencias atractivas y sensoriales que fomenten la participación de los visitantes, incitándolos a conocer y valorar nuestro patrimonio cultural.

Hoy en día, si algo mediatiza la actividad de nuestra sociedad es sin duda la presencia absoluta de las nuevas tecnologías multimediales, ya que permiten conocer e interpretar de una forma llamativa la realidad, aumentando sobre todo la eficacia comunicacional, a través de la motivación y participación.

Por lo tanto, la utilización de las tecnologías multimedia juega un rol fundamental como medio capaz de apoyar y mejorar la experiencia expositiva del visitante, ya sea fuera del museo o dentro de él,

Sin duda, uno de los atractivos más interesantes que puede generar la aplicación de la multimedia al museo, consiste en otorgarle a una persona, la posibilidad de visitar y recorrer, a través de una aplicación virtual, todo aquello que sus ojos verían si estuviera presente físicamente en un lugar determinado.

El nuevo Museo creado en honor a Violeta Parra participa de esta nueva propuesta, y quiere ser partícipe de este nuevo y moderno enfoque, estableciendo dentro de una de sus prioridades comunicacionales, la incorporación de estos medios interactivos multimediales.

Violeta parra, fue una genuina representante del folklore chileno, recuperadora, creadora y defensora de la auténtica cultura popular. Sin embargo, el reconocimiento de su enorme legado, en nuestro país aún es incipiente.

La generación de un sistema interactivo multimedial para el Museo Violeta Parra, permite por una parte generar una instancia que ayude a detonar este cambio necesario en los museos y, en el caso específico del Museo de Violeta Parra, permite difundir el legado de la artista de manera más atractiva, transformando la exposición de su muestra en una experiencia interactiva que captará el interés del público, lo que lo diferenciará del museo del resto y dejará una huella distinta en el visitante “real” y “virtual”, que se llevará consigo lo mejor de la artista, compenetrándose con ella, lo que lógicamente permitirá establecer una mejor identidad de Violeta Parra.

A modo personal, sólo me queda concluir que la realización de este proyecto genera una nueva instancia para manifestar la importancia del diseñador gráfico como comunicador visual, y por lo tanto, como contribuyente activo y significativo al rescate de nuestro patrimonio y cultura en beneficio de nuestra sociedad.



BIBLIOGRAFÍA

Capítulo 1: Patrimonio e Identidad Cultural

- **Turismo Patrimonial: Entre la oportunidad y el peligro**
Jorge Razeto M.
Cuarto Congreso Chileno Antropología
19 al 23 de noviembre 2001
Campus Juan Gómez Millas de la Universidad de Chile
- **Patrimonio Nacional: Preservando la memoria, construyendo identidad.**
Ricardo Hevia, UNESCO; Cecilia Kaluf, PIIE; Felipe Martínez, MAV.
Proyecto “Enlaces”
Ministerio de Educación
Junio de 2000
- <http://www2.redenlaces.cl/webeducativos/patrimonio/index.htm> http://www2.redenlaces.cl/webeducativos/patrimonio/home/frame_patrimonio.htm
- http://www2.redenlaces.cl/webeducativos/patrimonio/home/frame_patrimonio.htm
- **PNUD/UNESCO: Salvemos lo Nuestro**, Imprenta Siglo XXI, Santiago de Chile, 1986.
- **Consejo de Monumentos Nacionales:** Monumentos Nacionales de Chile Imprenta Biblioteca Nacional, 225 Fichas, 1999
- **Consejo de Monumentos Nacionales, DIBAM:** Seminario de Patrimonio Cultural. Ed. Consejo de Monumentos Nacionales, Santiago de Chile, 2ª Edición, 1998
- **Sindicato de Folkloristas de Chile**, www.folkloristasdechile.cl/

- **Portal memoria chilena de DIBAM**, www.memoriachilena.cl
- **Portal del folklore chileno**, www.folklore.cl/folklore/
- **Corporación patrimonial cultural de Chile**, www.nuestro.cl

Capítulo 2: Violeta Parra

- **Fundación Violeta Parra**
<http://www.violetaparra.scd.cl>
<http://www.violetaparra.scd.cl/biografia.htm>
<http://www.violetaparra.scd.cl/fundacion.htm>
- **Rostros y Rastros de un canto**
Antonio Larrea; Jorge Monte Alegre
Editorial Munatar
Santiago de Chile, 1997.
- **El libro mayor de Violeta Parra**
Isabel Parra
Editorial Michay
Madrid, España, 1985.
- **Décimas de Violeta Parra**
Violeta Parra
Editorial Pomaire
Barcelona, España, 1976.
- **La vida intranquila, Violeta Parra. Biografía esencial**
Fernando Sáez
Editorial Sudamericana
Santiago, Chile, 1999.

Capítulo 3: Museos

- **Organización y diseño de exposiciones: Su relación con el museo**
Michael Belcher
Ediciones TREA,S.L
1era edición, agosto 1994
- **Los conocimientos técnicos: Museo, Arquitectura y Arte**
Juan Carlos Rico
Sílex ediciones
1999

Capítulo 4: Multimedia y Diseño

- **Diseño Interactivo**
Ray Kristof
Editorial Anaya Multimedia
- **Multimedia: Manual de referencia**
Tay Vaughan
Editorial Mc Graw-Hill, Osborne Media
5ta edición, 2002
- **De la multimedia a la hipermedia**
Paloma Díaz Pérez, Nadia Catenazzi, Ignacio Aedo Cuevas
Editorial Alfaomega Grupo Editor
1997
- **Del objeto a la interfase: Mutaciones del diseño**
Gui Bonsiepe
Ediciones Infinito
1999, 190 Págs.

- **El guión Multimedia**
Guillem Bou Bauzá
Ediciones Anaya Multimedia
2003, 575 Págs.
- **Arte y Ciencia del diseño Web**
Jeffrey Veen
Pearson educación S.A.
2001, 280 Págs.
- **WWW.Tipografía**
Roger Pring
Editorial Gustavo Gili S.A.
2000, 192 Págs.
- **WWW.Color**
Roger Pring
Editorial Gustavo Gili S.A.
2001, 192 Págs.
- **Principios del diseño en color**
Wucius Wong
Editorial Gustavo Gili S.A.
1988, 100 Págs.

Referencias Flash y Director.

- <http://www.faq-mac.com/mt/archives/005246.php>
- http://www.ciberaula.com/curso/flash/que_es/
- <http://www.macromedia.com/es/software/flash/productinfo/overview/>
- <http://www.macromedia.com/es/software/director/>

Referencias MPEG

- **«From MPEG-1 to MPEG-21: Creating an Interoperable Multimedia Infrastructure»**
Rob Koenen
http://www.chiariglione.org/mpeg/from_mpeg-1_to_mpeg-21.htm

Capítulo 5: Internet y la Web

- **Multimedia: Manual de referencia**
Tay Vaughan
Editorial Mc Graw-Hill, Osborne Media
5ta edición, 2002
- **De la multimedia a la hipermedia**
Paloma Díaz Pérez, Nadia Catenazzi, Ignacio Aedo Cuevas
Editorial Alfaomega Grupo Editor
1997
- **Usabilidad. Diseño de sitios Web**
Jakob Nielsen
Editorial Pearson Educación S.A.
1era edición en español, 2000, 416 Págs.
- **El guión Multimedia**
Guillem Bou Bauzá
Ediciones Anaya Multimedia
2003, 575 Págs.

Referencias Internet y La Web

- **Red de Información Tecnológica y Comercial.**
Esteban Valenti, Director Regional para América Latina del TIPS y autor del libro «Internet al Sur».
http://www.cumbresiberoamericanas.com/Libros/libro_IX/capitulo_5/capicinco04.htm
 - **www.dcc.uchile.cl**
 - **www.conectu.cl**
 - **Temas en Educación, segundo Seminario Virtual**
<http://www.pucp.edu.pe/~temas/globalizacion.html>
 - **Memoria digital sobre “Modelo para el Desarrollo de Bibliotecas Digitales Especializadas”**
Clara López Guzmán
Marzo del 2000
<http://www.bibliodgsca.unam.mx/tesis/tes7cllg/tes7cllg.htm>
- ## Referencias Usabilidad
- **«Usabilidad: la gran desconocida»**
Armando fidalgo
Emergia.net
Mayo del 2000
<http://www.emergia.net/investigacion/articulos/000601.htm>
- ## Referencias video streaming
- **Video Streaming Technology**
Alejandría, Educación y cultura en Internet
<http://www.alejandria.cl>
- ## Referencias Internet 2
- **Ciberhabitat, Ciudad de la Informática**
<http://ciberhabitat.com/universidad/internet2/>



ANEXO

Glosario de términos más utilizados en Internet

WWW

El World Wide Web o WWW como se le denomina habitualmente, es un protocolo que permite vincular múltiples documentos ubicados en computadores repartidos por todo Internet. Es sin duda el servicio más atractivo de Internet, pues da una mayor facilidad y flexibilidad para el trabajo de la red.

HTTP

Las reglas que especifican cómo debe ser el acceso de transferencia de archivos por la Web están dadas por el HTTP, que es un protocolo de transferencia de hipertexto. Las páginas Web son diseñadas bajo este esquema, lo que permite establecer enlaces con cualquier otra página o documento en distintos sitios Web en el mundo. Técnicamente, las direcciones de sitios Web empiezan con http://.

HTML

El lenguaje que da forma a Internet es el HTML (Hypertext Markup Language). La mayoría de las páginas que vemos en Internet están escritas en este lenguaje. Estas páginas no son más que documentos de textos, a los que se le ha añadido una serie de etiquetas o tags, que dicen cómo mostrar los elementos de una página en un navegador o browser.

Toda página HTML comienza con una etiqueta <HTML> y termina con otra igual, además, toda página HTML tiene una cabecera (head) y un cuerpo (body), que también vienen delimitados por etiquetas.

Ejemplo de texto escrito en html:

```
<html>
<head>
<title> taller de proyecto</title>
</head>
<body> ¿Cómo funciona Internet?
</body>
</html>
```

JavaScript

JavaScript es el lenguaje que permite interactuar con el navegador de manera activa y eficaz, proporcionando a las páginas Web dinamismo y vida. Es el lenguaje Scripting, que permite hacer que documentos html sean más dinámicos y atractivos.

Sitio Web

Son documentos escritos en lenguaje html que están entrelazados juntos y que existen en la Web en un servidor específico.

Protocolo de comunicaciones TCP/IP

El protocolo TCP/IP es la pila que permite que el computador hable el lenguaje de Internet. TCP, o protocolo de control de transporte, se encarga que la transmisión de información se haga en forma correcta, la información debe llegar ordenada y sin duplicados. IP, o protocolo de Internet, localiza en la red el computador con el que se desea realizar la conexión.

URL

El Localizador uniforme de recursos (Uniform Resource Locator), indica la forma de acceder a un determinado recurso, como una imagen, un documento HTML, un archivo, etc. dentro de Internet.

Un URL tiene la siguiente estructura:

protocolo://servidor.dominio.pais/dir/subdir/archivo.ext

Ej: <http://www.uchile.cl/facultades/index.html>

Tipos de conexión

-LAN: red de área local, la utilizan pequeñas y medianas empresas.

-Conexión por línea telefónica: Para este tipo de conexión se necesita un módem, que es un dispositivo que permite enviar y recibir señales digitales.

-RTC (red telefónica conmutada): Las velocidades de esta conexión van desde 14,4 kbps hasta 56,6 kbps.

-RDSI (red de servicios integrados) o ISDN: Es más rápido que una conexión RTC y permite además hablar mientras se está utilizando Internet. Requiere un módem RDSI de tecnología digital.

-ADSL (línea de abonado digital asimétrica): Transforma la línea convencional en dos líneas digitales de alta velocidad y una línea analógica de voz. El canal de envío es mucho más lento que el canal de recepción, en teoría permite velocidades de hasta 6Mbps, pero en la práctica es de 320 kbps al recibir y 128 kbps al enviar.

-Cable Módem: Utiliza fibra óptica. Las compañías ofrecen TV cable, telefonía e Internet simultáneamente.

-Vía Satélite: Conexión mediante una antena parabólica.

-Cortafuegos (Firewall): Es un programa que filtra todos los accesos desde y hacia Internet. Tiene dos funciones: Evitar la entrada de intrusos al dominio interno y limitar la comunicación entre computadores.

Servicios de Internet

Servicios para usuario común

-E-mail (correo electrónico): Sistema de mensajería análogo al correo convencional, en que cada usuario tiene un buzón de entrada y salida.

-Chat o IRC: Charla o conversación en directo a través de un software de mensajería.

-Newsgroup: Grupo de noticias, colección de información de un tipo determinado, compilado automáticamente para ser enviado en forma de mensaje.

-Listas de distribución: Listas de correo. Los mensajes no se archivan en la red, son enviados a los usuarios registrados.

-Navegador: Software que permite navegar por los distintos sitios en la Web. Por lo general se utiliza Internet Explorer y/o Netscape Navigator

-Buscador: Existen tres tipos básicos: Motores de búsqueda o buscadores (por ejemplo <http://www.google.cl>, <http://www.yahoo.com>, <http://www.altavista.com>); Agentes de búsqueda; Índices creados manualmente.

Servicios para usuarios especializados

-**Ftp:** Protocolo de transferencia de archivos, es un método para enviar y recibir archivos por Internet que generalmente se utiliza para la subida y modificación de sitios web.

-**Gopher:** Protocolo usado para crear menús de material disponible en Internet.

-**Telnet:** Protocolo que permite usar desde un computador programas que están almacenados en otro computador.

-**Wais:** Protocolo usado para crear índices de páginas de texto.

-**WWW o World Wide Web:** Soporta páginas multimedia conectadas entre sí por hipertexto.

- **Dominio:** Identifica y localiza un servidor de Internet.

