

Análisis de catálogos digitales en España: una visión cualitativa a través de ocho colecciones artísticas en línea

Analysis of Digital Catalogues in Spain: A Qualitative Vision Through Eight Online Art Collections

María Luisa BELLIDO GANT

Universidad de Granada
mbellido@ugr.es

Anabel FERNÁNDEZ MORENO

Universidad de Granada
anabelkleine@yahoo.es
orcid.org/0000-0002-8410-9729

David RUIZ TORRES

Universidade Federal do Espírito Santo
druiztorres@ugr.es
<https://orcid.org/0000-0003-2458-2992>

ABSTRACT

In this qualitative research we explore different aspects of Spanish digital art catalogues, since these constitute a key element in the dissemination and research of our cultural heritage. The considerable variety of art collections and managing bodies has resulted in a complex panorama which has made it necessary to pre-select a sample. Although none of the digital models examined fully promotes universal access to heritage, some ideas and practices have emerged which are suitable to meet the needs of a plural and diversified society. Apart from identifying the positive aspects and some areas for improvement, the results aim to show the dynamic potential of a tool that can cater for the needs of all types of audience.

KEYWORDS

Databases, Digital Resources, Art History, Art Catalogs.

RESUMEN

En esta investigación cualitativa exploramos diferentes aspectos de los catálogos artísticos digitales españoles, ya que estos constituyen un elemento clave para la difusión y la investigación del patrimonio cultural. La considerable heterogeneidad de los fondos artísticos y órganos gestores ha dado como resultado un panorama complejo por lo que se ha hecho necesaria la selección previa de una muestra. A pesar de que ningún modelo digital examinado favorezca completamente el acceso universal al patrimonio, de ellos emergen ideas y prácticas capaces de dar respuesta a las necesidades de una sociedad plural y diversificada. La presentación de los aspectos positivos y de aquellos que son mejorables intenta mostrar el potencial dinamizador de una herramienta que responda a las necesidades de todos los públicos.

PALABRAS CLAVE

Base de datos, recurso digital, Historia del arte, catálogos artísticos.

Dirección

Clara Martínez
Cantón
Gimena del Río
Riande
Ernesto Priani

Secretaría

Romina De León

RHD 3 (2019)

ISSN

2531-1786



1. ANTECEDENTES Y OBJETIVOS¹

Partiendo de un estudio anterior que analizaba de forma general la realidad de los catálogos artísticos digitales en España (Bellido et al., 2016), para este trabajo se planteó un análisis cualitativo que permitiera tomar en consideración tanto sus características positivas como aquellos elementos a mejorar.

Previamente se estableció que los catálogos digitales en línea suponen una minoría en contraste al número de colecciones de bienes muebles existentes, un total de 2.458 según los directorios ofrecidos por varias instituciones del sector cultural. Con relación a la institución gestora se observan algunas diferencias, por lo que se ha utilizado ésta como criterio para seleccionar los ocho catálogos analizados, cada uno de los cuales se corresponde con una de las titularidades contempladas: Museo de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando², Museo de Bellas Artes de Valencia³, Museo de Escultura al Aire libre de la Castellana⁴, Patio Herreriano-Museo de arte Contemporáneo Español⁵, Colección histórico-artística de la Universidad de Zaragoza⁶, Museo Convento de las Carmelitas Descalzas de Bracamonte⁷, Fundación MAPFRE-Colecciones Arte⁸, y Galería Viki Blanco-El Arte de lo imposible⁹.

Estas estarían conformadas por las colecciones públicas –estatales y autonómicas– con mayor presencia de catálogos en línea gracias al uso de herramientas como el sistema de gestión DOMUS y al catálogo colectivo CER.ES. Sin embargo, y para establecer una panorámica más amplia, ha sido necesario atender también a otras realidades. Se trata de colecciones de diferentes adscripciones administrativas que, aunque representen cuantitativamente la mayoría de conjuntos de bienes existentes, tienen menor presencia en la red. Son aquellas de titularidad local, eclesiástica y universitaria, sin dejar de lado las que pertenecen a fundaciones, cuya titularidad varía dependiendo del órgano gestor. También se han considerado aquellos catálogos digitalizados procedentes de las galerías de arte y las casas de subastas, pues, dado

¹ Este texto forma parte del proyecto I+D+i *Catálogos artísticos: gnoseología, epistemologías y redes de conocimiento. Análisis crítico y computacional* financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad dentro del Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia (HAR2014-51915-P).

² Real Academia de Bellas Artes de San Fernando. RABASF Museo. Accesible desde: <https://bit.ly/2RRtnmZ>.

³ Museo de Bellas Artes de Valencia. Catálogo. Accesible desde: <https://bit.ly/2tDkTWS>.

⁴ Ayuntamiento de Madrid. Museo de Escultura al Aire libre de la Castellana. Accesible desde: <https://goo.gl/zzy2j2>.

⁵ Fundación Patio Herreriano. Patio Herreriano. Museo de arte Contemporáneo Español. 2002. Accesible desde: <http://www.museopatioherreriano.org/MuseoPatioHerreriano>.

⁶ Universidad de Zaragoza. Patrimonio Histórico Artístico. Accesible desde: <https://bit.ly/2RUKjcf>.

⁷ Convento Madre Carmelitas Descalzas de Peñaranda de Bracamonte. Convento Carmelitas. Accesible desde: <http://carmelitas.bracamonte.org/php/mcc/galerias.php>.

⁸ Fundación MAPFRE. Colecciones Arte. Accesible desde: <http://www.coleccionesfundacionMAPFRE.org>.

⁹ Galería Viki Blanco. El Arte de lo imposible. Accesible desde: <http://www.elartedeloimposible.com>.

su interés comercial, representan la mayoría de los catálogos digitalizados de fácil accesibilidad.

El objetivo general de esta fase de investigación era dilucidar aquellos aspectos que nos permitieran realizar una descripción de los catálogos artísticos digitales en nuestro país. Específicamente se analizaron:

- a) Presentación de contenidos y accesibilidad: diseño y navegabilidad, PDF descargables, aplicaciones, multiplataforma, actualizaciones periódicas, información disponible en varios idiomas.
- b) Métodos de recuperación de información: buscadores internos y externos, búsqueda avanzada mediante filtros o enlaces internos y externos para ampliación de fuentes.
- c) Información textual de las piezas: técnica, descriptiva, contextualizada, bibliografía, acceso a documentación interna o externa, vinculación de la pieza con otros ítems.
- d) Información gráfica: calidad técnica de la imagen, existencia o no de marca de agua, visor de imagen-zoom, etc.

2. MATERIAL Y MÉTODOS

Para el análisis propusimos como metodología la realización de un análisis DAFO de cada uno de los catálogos seleccionados con el fin de evaluar los parámetros concernientes a debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

Como instrumento de recolección de datos se empleó un cuestionario organizado en los 4 parámetros mencionados. Las afirmaciones resultantes para su evaluación se corresponden con la figura 1 y han sido elaboradas a partir de la observación de los propios sitios web, ayudándonos para redactarlos de algunos análisis DAFO tipo o del ejemplo adaptado a museos presentado por Martínez-Vilanova (2017, pp. 67-71). Seguidamente, se ponderó cada uno de los ítems con los criterios de importancia, relevancia e impacto, todos ellos valorados del 0 a 5, aunque teniendo en cuenta que, desde una perspectiva de representación gráfica, tanto las debilidades como las amenazas se medían negativamente.

Es preciso aclarar que ni todas las fortalezas y debilidades tienen la misma relevancia, ni todas las amenazas u oportunidades son susceptibles de materializarse. Veamos el ejemplo de la fortaleza (ver figura 1) “La ficha del catálogo incluye la identificación de la pieza, una descripción y una imagen ampliable”. Si el catálogo analizado presenta esta descripción en importancia/magnitud obtendría la máxima puntuación, o sea, un 5. En relevancia/probabilidad también obtendría la máxima puntuación puesto que esta afirmación tiene una relevancia crucial

para el objeto de estudio. Finalmente, el impacto que se tiene sobre el objeto de estudio también sería el máximo.

Sin embargo, si al catálogo analizado le faltase alguno de los elementos de la descripción, en importancia no alcanzaría la máxima puntuación. El evaluador podría otorgar cualquier otra entre el 1 y el 4, dependiendo de la carencia. También repercutiría sobre el impacto que sería significativamente diferente. En cambio, no cambiaría en nada el apartado de relevancia/probabilidad ya que este ítem sigue teniendo una importancia crucial para el catálogo. Pero no todas las afirmaciones planteadas tienen por qué tener una relevancia crucial. Si nos fijamos en la debilidad “Velocidad de carga muy baja”, el valor que le otorguemos dependerá de nuestra percepción, pero tendremos que considerar que, si bien el hecho de que el sitio web tarde en cargarse puede ser una molestia, lo cierto es que eso no repercute directamente en la calidad del catálogo, por lo que su relevancia nunca sería crucial.

DEBILIDADES		FORTALEZAS	
D1	Diseño web anticuado o ineficaz	F1	Diseño web enfocado en el usuario
D2	Arquitectura de sitio y sistema de navegación confusa	F2	Buen posicionamiento en buscadores
D3	Proceso de consulta difícil de manejar	F3	El sitio web está en varios idiomas
D4	Velocidad de carga muy baja	F4	El contenido es relevante y está bien estructurado
D5	El visor de imágenes muestra parcialmente la pieza	F5	El catálogo aparece en el menú principal
D6	El buscador del sitio es genérico	F6	Funciones de búsqueda y navegación intuitivas
D7	Escasez de recursos humanos	F7	Buscador interno con filtros
D8	El catálogo es consultado sólo por especialistas	F8	Proceso de consulta rápido y sencillo
D9	Las fichas del catálogo contienen solo la información identificativa y, en ocasiones, falta alguno de los datos	F9	Legibilidad.
D10	La imagen es muy pequeña y aparece pixelada.	F10	La ficha del catálogo incluye la identificación de la pieza, una descripción y una imagen ampliable.
D11	La imagen tiene una marca de agua	F11	El catálogo incluye información extra accesible
D12	El catálogo digital está compuesto por una selección de piezas singulares	F12	Calidad de las imágenes y posibilidad de ampliación
D13	Niveles de consulta del catálogo poco diversificados	F13	Se puede exportar/ descargar la información
D14	No utiliza una estrategia para dar a conocer la colección en la red	F14	El catálogo incluye todas las piezas de la colección
D15	Escasez de recursos financieros	F15	El catálogo permite consultas simultáneas
D16	La ficha de consulta está en un sitio externo (por ejemplo, cer.es)	F16	El catálogo está actualizado
		F17	El catálogo está adaptado a diferentes tipos de usuarios
		F18	Prestigio de la institución en su entorno digital
		F19	Actividad en redes sociales para divulgar el catálogo
		F20	El sitio web tiene dominio propio
		F21	La institución dispone de trabajadores cualificados
		F22	El efecto de la experiencia repercute en la calidad del catálogo
		F23	Existe relación entre la calidad del catálogo y la importancia de la colección
		F24	Existe relación entre calidad del catálogo y la calidad del sitio web
		F25	Colección de catálogos consultables en línea (históricas, exposiciones temporales, etc)

AMENAZAS		OPORTUNIDADES	
A1	Posibilidad de que los contenidos externos desaparezcan	01	Aplicaciones informáticas externas para consulta del catálogo
A2	Posibilidad de que los links dejen de funcionar	02	Tecnologías que pueden mejorar la experiencia del usuario
A3	Catálogos de colecciones similares on line	03	Las nuevas tendencias sociales demandan acceso a la información y su reutilización
A4	Cambio en las necesidades del usuario	04	Usuarios de cualquier parte del mundo
A5	Nuevas legislaciones de propiedad intelectual	05	Etiquetado social en el catálogo
A6	SPAM o publicidad no solicitada	06	Incorporación de un visor de imágenes
A7	Uso de un dominio gratuito	07	Incorporación de nuevas licencias de uso de información e imágenes
A8	Actualización del software de los navegadores	08	Nuevas tendencias de diseño web responsivo o adaptable
A9	Ciberataques	09	Participación en catálogos colectivos interinstitucionales
A10	Desconocimiento del usuario.	010	Enlaza con piezas de otros catálogos afines
A11	Usuarios exigentes	011	Uso de tecnología gigapixel en la imágenes
A12	Copyright en catálogos públicos u obras en dominio público	012	Posibilidad de crear tu propio catálogo personalizado
A13	Elevado coste de mantenimiento tecnológico	013	Incremento de la demanda social de temas culturales
		014	Posibilidades de crecimiento y mejora del catálogo
		015	Posibilidad de ayudas públicas

Figura 1. Lista de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades utilizada en el estudio. Cada uno de los parámetros está identificado con una letra y un número que ha facilitado su representación en las gráficas. Por tanto, este cuadro también cumple las funciones de leyenda de gráficas posteriores.

Por otra parte, como recurso de representación de datos optamos por una representación visual de burbujas porque nos permite mostrar las tres dimensiones de datos planteadas (ver figuras 2 y 3). Las burbujas se grafican de acuerdo con los valores de las variables de importancia/magnitud de la afirmación propuesta (Eje X) y la relevancia/probabilidad que otorgamos a las diferentes afirmaciones (Eje Y) en relación con el objeto valorado. El cuadrante más deseable estaría en la parte superior derecha, puesto que se correspondería con las fortalezas del catálogo, que dependen de factores internos; y el menos deseable se ubicaría en la parte inferior izquierda, pues son amenazas probables que dependen de factores externos capaces de hacer desaparecer el catálogo y que escapan al control de su gestor. El tamaño de la burbuja lo proporciona el impacto, enfatizando adecuadamente los diferentes criterios.

Estas gráficas muestran que la relación entre la importancia/magnitud y la probabilidad/relevancia de los ítems analizados no es simple ya que muestran una aglomeración de afirmaciones en las mismas áreas. Esto formaba parte del resultado esperado, puesto que los 69 parámetros han sido redactados teniendo en cuenta nuestras observaciones del primer estudio.

Para determinar la interpretación de datos referente a las mediciones generales derivadas de las tres variables, optamos por buscar aquellos ítems que, en el eje correspondiente a importancia, tenían una puntuación igual o superior a 3 por considerar que es a partir de ahí donde las afirmaciones empiezan a ser determinantes para el objeto de estudio.

Lo que resaltamos, por consiguiente, son las variables afectadas por el eje X y no las variables de probabilidad/relevancia. Lo que se observa es que los valores, además de estar concentrados en esta zona (de los 69 ítems planteados, hasta un total de 52 obtienen puntuación <3), se mantienen sorprendentemente uniformes en todos los cuadrantes y para todos los catálogos (ver figuras 2, 3 y 4).

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

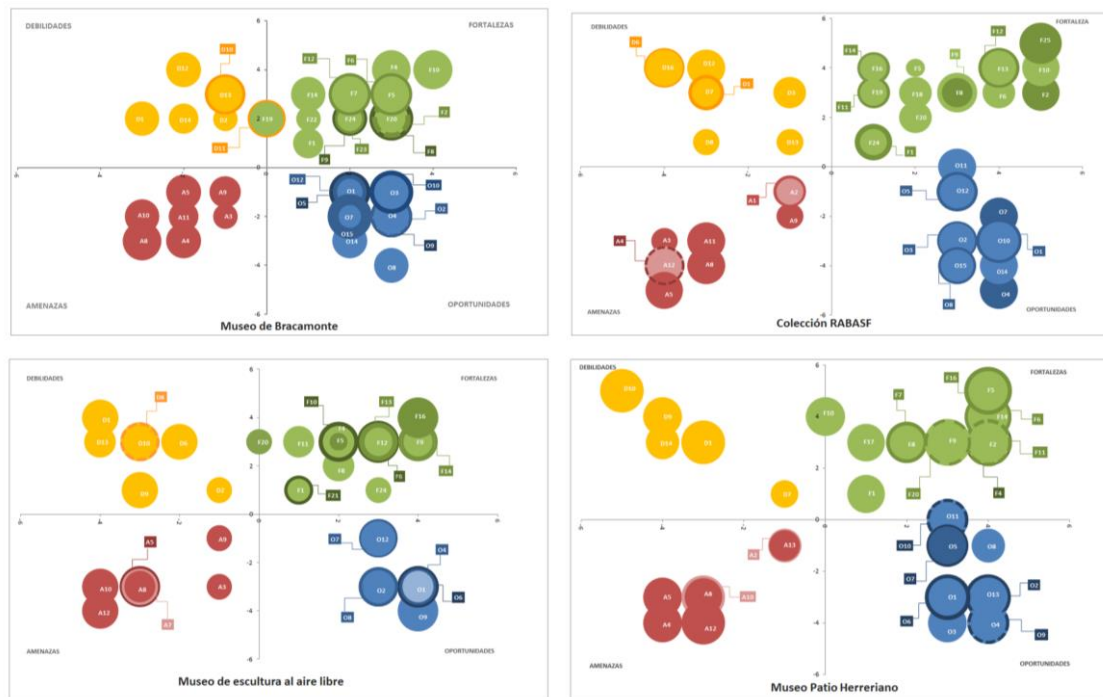


Figura 2. Gráficas de burbujas con los parámetros DAFO por institución.

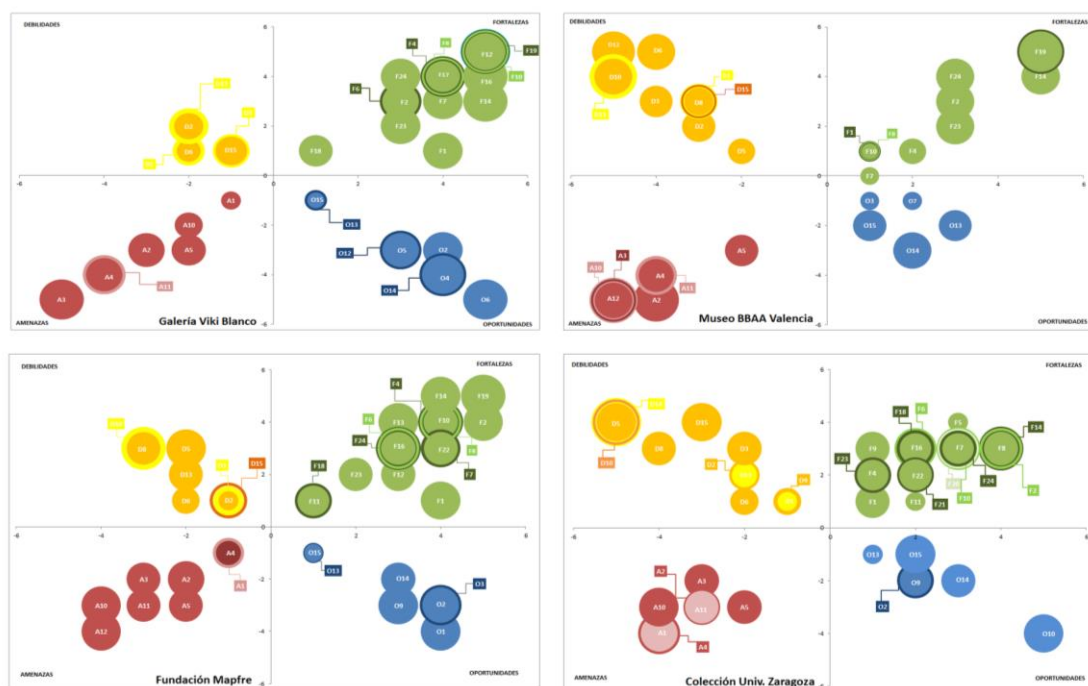


Figura 3. Gráficas de burbujas con los parámetros DAFO por institución.

Atendiendo a la presentación de los contenidos y a su accesibilidad, se evidencia que la mayoría de los catálogos consultados no dan la opción de otros idiomas (F3) ni en la web, ni en la información de las piezas, lo que significativamente merma la difusión del catálogo, desaprovechando la oportunidad de llegar a usuarios de distintas nacionalidades. Tan solo el catálogo razonado del Patio Herreriano o la Galería Viki Blanco proporcionan la opción de consulta en inglés, aunque parcialmente.

Otra debilidad mayoritaria es su diseño anticuado (D1), lo que repercute en la experiencia del usuario, que espera poder hacer la consulta de manera intuitiva y desde cualquier tipo de dispositivo. De ocho catálogos, tan solo tres tienen un diseño adaptable: Museo de Escultura al Aire Libre, la Galería Viki Blanco y, de forma destacada, la Colección MAPFRE. Un diseño obsoleto supone una posible amenaza periódica debido a la actualización del código de los navegadores, generando problemas de incompatibilidad y la consiguiente suspensión del catálogo.

Además, se evidencia una carencia de estrategias de difusión del catálogo a través de Internet (F19) mediante el uso de redes sociales o similares en tres de las instituciones analizadas: Bracamonte, Museo de Escultura al Aire Libre y Colección Museográfica de la Universidad de Zaragoza. Representaría una de sus debilidades, ya que adaptarse a las demandas sociales de acceso a la información y su reutilización supone una oportunidad en funciones de difusión (O3)¹⁰.

Prácticamente todos poseen un buen posicionamiento web (F2), y siete de los catálogos tienen un dominio propio, con la excepción del Museo de Escultura que se encuentra alojado en el sitio web del Ayuntamiento de Madrid. Sin embargo, no creemos que esté amenazado con su desaparición digital debido a la solvencia del alojamiento.

Una de las fortalezas más consistentes en casi todos los casos es la estructuración de contenidos (F4). Tan solo la Galería Viki Blanco evidencia una arquitectura del sitio algo confusa, lo que dificulta una navegación intuitiva.

En general, ninguno de los casos se adapta a las necesidades de diferentes colectivos (F17), por lo que calificaríamos este apartado como una debilidad importante. Probablemente, esto se deba al desconocimiento del usuario. Salvar esa amenaza facilitando el acceso universal a sus contenidos digitales potenciaría tanto el prestigio de la institución (F18) como su dimensión social.

Finalmente, destacaremos las oportunidades que ofrecen las tecnologías para mejorar la experiencia del usuario (O2), enfatizando la Fundación MAPFRE, ya que tiene parte de su catálogo dentro de Google Art Project. Además, creemos que el Museo de Escultura al Aire

¹⁰ En su artículo 19, el Reglamento de Museos establece que la difusión “tendrá por finalidad el acercamiento del Museo a la sociedad mediante métodos didácticos de exposición, la aplicación de técnicas de comunicación y la organización de actividades complementarias tendentes a estos fines”.

libre de la Castellana debería aprovechar la oportunidad de usar una aplicación de geolocalización con acceso al catálogo.

Otro de los elementos considerados importantes son los métodos para la recuperación de información. En este caso, los resultados muestran que la mayoría presenta buscadores internos con filtros (F7): Bracamonte, el Patio Herreriano, el catálogo universitario de Zaragoza, el Museo de Bellas Artes de Valencia y la Fundación MAPFRE. A estos podría sumarse el buscador con filtros que incorpora Cer.es para uno de los catálogos de la RABASF, aunque hemos preferido no considerarlo puesto que dicho catálogo se encuentra alojado en un sitio externo a la web de esa institución.

La mayoría de estos sitios poseen funciones de búsqueda y navegación intuitivas (F6), lo que facilita enormemente el proceso de consulta. El hecho de que el catálogo aparezca en el menú principal (F5) es una fortaleza que poseen seis de los ocho casos estudiados. Esta vez constituyen la excepción el Museo de Escultura al Aire libre de la Castellana o la Fundación MAPFRE.

El poder exportar/descargar la información de los catálogos (F13) es una rareza. Tan solo la RABASF o el Museo de Escultura al Aire Libre poseen esa opción. Además, se da la circunstancia de que ambos permiten descargar publicaciones en línea relacionadas con los catálogos, siendo especialmente interesante para el investigador la opción que ofrece RABASF, ya que permite la consulta y descarga de catálogos e inventarios históricos, una fortaleza nada despreciable. En este punto, destacaríamos el Museo del Patio Herreriano que incorpora una herramienta denominada *explorador de arte*, un conjunto integrado de servicios en internet destinado a usuarios interesados en el arte contemporáneo español (cursos en línea, descarga de recursos, etc.).

En ningún caso se incorpora la opción del etiquetado social (O5), lo que podría suponer una interesante oportunidad para todos ellos, una forma de responder a la demanda social de temas culturales, y de mejorar las búsquedas en los catálogos proporcionando más opciones.

En cuanto a la información que ofrecen los catálogos, encontramos múltiples situaciones sin un criterio homogeneizador aunque podemos concretar algunos datos. La mayoría muestran la información básica mínima (F10), es decir, existe un predominio de fichas descriptivas con imagen, lo que indudablemente lo convierte en una fortaleza crucial. No obstante, existen catálogos a los que les falta alguna imagen, como es el caso del catálogo razonado del Patio Herreriano debido a la negativa de la entidad gestora de propiedad intelectual. También se aprecia esto en el Museo de Bellas Artes de Valencia, aunque se debe a que el catálogo se encuentra en plena migración de datos.

Existen catálogos que presentan información adicional (F11) como es el caso de la Real Academia de San Fernando o la Fundación MAPFRE, que poseen bibliografía; en otras ocasiones, se incluye información biográfica de los artistas: Museo de Escultura al Aire Libre, el

Patio Herreriano o la Galería Viki Blanco. Tampoco son frecuentes en estos catálogos el uso de enlaces internos o externos para ampliar información. La existencia de vínculos con esta función ha podido ser contrastada en el Patio Herreriano y en el Museo de Bellas Artes de Valencia. Entre las amenazas que afectan a estos contenidos debemos mencionar la posibilidad de que los enlaces dejen de funcionar (A2).

Por otra parte, mayoritariamente los catálogos digitales aparecen completos (F14), tan solo los catálogos del Bellas Artes de Valencia, el museo de Bracamonte y el de RABASF ofertan una selección de piezas, lo que supone una visión sesgada, pero también los convierte en buenos candidatos para aprovechar la oportunidad que supone la ampliación y mejora del catálogo (O14) subsanando esa carencia.

Excepcionalmente, el catálogo de la Colección Universitaria de Zaragoza destaca por una oportunidad importante que no apreciamos en el resto: enlaza con piezas contenidas en otros catálogos en línea (O10), hecho que ayuda a establecer una red mucho más sólida para los usuarios que requieran la mayor información posible en su búsqueda.

Si consideramos como amenaza la existencia de colecciones similares (A3), todos los casos considerados estarían sometidos a ella y esto afectaría significativamente al número de visitas en un momento dado.

La propia naturaleza de los catálogos artísticos hace fundamental el uso de una imagen que ilustre la información textual; esto aportará un valor más o menos relevante dependiendo de su calidad. En los casos evaluados, el tratamiento de las imágenes resulta poco efectivo debido a su baja resolución e imposibilidad de ampliación (F12), exceptuando la RABASF que cuenta con las herramientas facilitadas por Cer.es. Destaca la galería de arte que, debido al carácter venal de las obras, presenta un visor de imagen que facilita la consulta por parte del usuario. En el resto de los casos, si bien la imagen no aparece pixelada, su ampliación resulta deficiente aun contando con visor.

Por otro lado, existe una ausencia de visores 3D –salvo en el caso del RABASF–. Estos posibilitarían una visualización completa de las obras no bidimensionales, por lo que podemos afirmar que el acercamiento a este tipo de piezas es parcial (D5).

Con respecto a la amenaza de las legislaciones de Propiedad Intelectual (A5), podemos señalar que en todos los casos o aparecen protegidas por *copyright* –RABASF, Bellas Artes de Valencia, MAPFRE o Patio Herreriano–, o no especifican el tipo de protección legal (A12). Ambas opciones son negativas, pues las dos prohíben explícitamente el uso y reutilización de esta información, ya que la legislación reconoce la protección desde el momento de creación de la obra y el no aplicarla no significa que esta no la tenga. La situación es más grave cuando se trata de piezas pertenecientes a colecciones públicas o en dominio público –las estampas de *Los Caprichos* de Goya de la colección MAPFRE ostentan derechos de explotación–. Alternativamente, podemos considerarlo una oportunidad para aplicar otro tipo de protección

(O6) con la finalidad de responder a las demandas sociales de consumo cultural ofertando, por ejemplo, la posibilidad de crear tu propia selección de objetos digitales, una actividad que registran instituciones como el Prado¹¹.

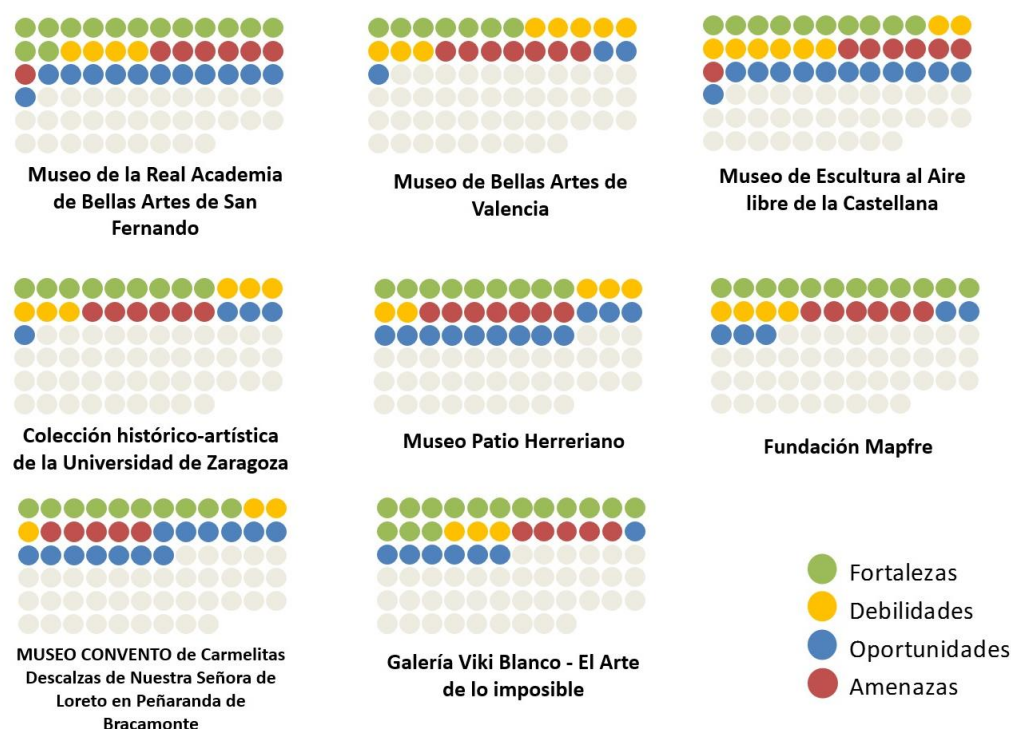


Figura 4. Matriz de puntos representativa de los valores < 3 que poseen los diferentes catálogos analizados.

Por otra parte, y como parte del análisis de los catálogos digitales, se estimó oportuno confrontar los resultados de los ocho catálogos escogidos y buscar aquellos parámetros que aparecen constantes en, al menos, cinco de los objetos analizados. El objetivo de confrontarlos fue dilucidar aspectos que nos permitan obtener una descripción general de los catálogos digitales en función de los cuatro aspectos principales señalados en el análisis DAFO.

Para representar los datos de confrontación de los mencionados catálogos se empleó una gráfica de burbujas (ver figura 5) que resultó particularmente relevante porque muestra todos los valores iguales o superiores a 3 que aparecen en los catálogos, y estos resultan muy heterogéneos. Podemos aventurar un motivo que justifique esta observación: esta concentración tan alta podría deberse a que la propia redacción de los parámetros se ha hecho observando solamente los catálogos nacionales.

¹¹ Museo del Prado. Mi Prado. Accesible desde: <https://www.museodelprado.es/mi-prado>.

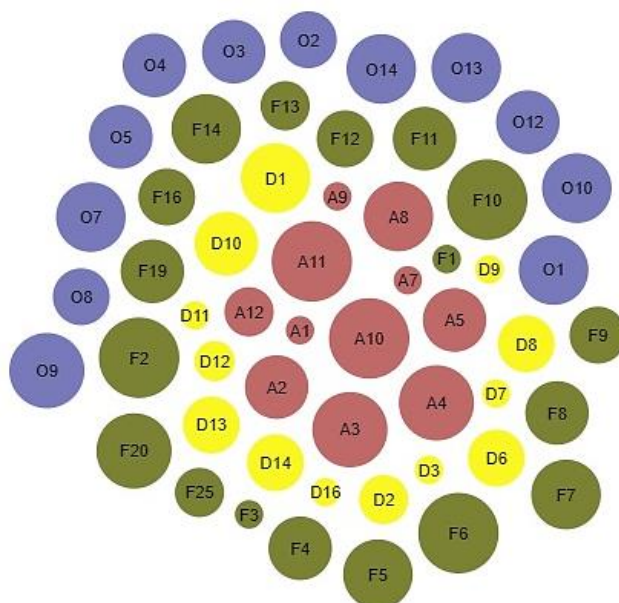


Figura 5. Este gráfico muestra los parámetros mejor valorados globalmente en las tablas (Gráfico generado con RAWGraphs¹²).

El tamaño de las burbujas nos da una idea de cuáles son los parámetros más populares. Si observamos por separado los catálogos (ver figura 5), puede dar la impresión de que están tan diversificados como sus titularidades. Sin embargo, los valores que se repiten en más de cinco catálogos son superiores a la media de los valores mostrados anteriormente (52/28) por lo que se hizo necesaria la representación de una segunda gráfica de burbujas (ver figura 6). Gracias a estos valores destacados, emergen unos parámetros capaces de definir el estado del catálogo digital en España y algunas de sus características principales, aunque con las limitaciones mencionadas anteriormente.

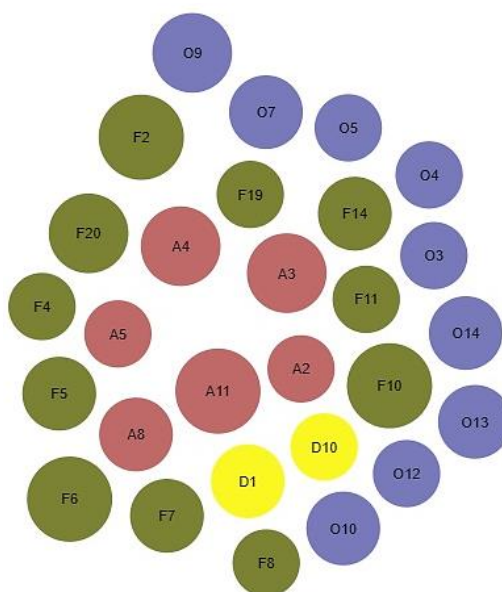


Figura 6. Este gráfico muestra aquellas características mejor valoradas que aparecen en 5 o más catálogos.

¹² Accesible desde <http://app.rawgraphs.io>.

De acuerdo con esa gráfica (ver figura 6), y si obviamos el hecho de que el número de catálogos digitalizados es bastante pequeño en comparación con el número de colecciones, podemos decir que, en general, el catálogo digital español es aceptable en cuanto a contenidos, técnicamente está anticuado y carece de sensibilidad en cuanto a las necesidades del usuario.

En relación a la presentación de contenidos y su accesibilidad destaca por tener un buen posicionamiento en buscadores y porque la institución posee dominio web propio. Además, el acceso al catálogo suele producirse desde el menú principal.

Otro de los aspectos que destacábamos era la recuperación de información. En ese sentido, se confirma que la mayoría de nuestros catálogos hacen uso de un buscador interno con filtros para el catálogo. Algunos, proporcionan enlaces internos dentro de la propia web, para ampliar la información. Son menos numerosos los que proporcionan información descargable y vínculos, aunque hay notables excepciones. Con referencia a esta cuestión, el contar con vínculos externos también es una amenaza pues estos podrían desaparecer.

Por lo que corresponde al catálogo propiamente dicho, hemos dividido su análisis en dos partes. Por un lado, nos centramos en el tipo de información textual que proporcionan. La mayoría de los catálogos consultados contienen algo más que la información básica. Además, suelen estar disponibles en su totalidad para su consulta. Algunos –son minoría– aparecen en catálogos colectivos como *Cer.es* y *Google Art Project*.

Por otra parte, hemos considerado la imagen como parte destacada. En general, la calidad técnica de la imagen no es espectacular, aunque tampoco hemos detectado imágenes pixeladas. En la mayoría de los casos, muestran una imagen correcta pero sin posibilidad de ampliación.

Algunos puntos débiles se encuentran en el idioma de la información, mayoritariamente castellano sin opción a otras lenguas, y en un diseño web que no es multiplataforma. En general, hemos podido detectar que no se renuevan con regularidad, lo cual puede suponer un problema cada vez que se actualicen los navegadores.

Tampoco sorprende el hecho de que la mayoría de los catálogos consultados hagan uso de las redes sociales para difundir sus contenidos, aunque se echa en falta su adaptación a diferentes colectivos y sensibilidades.

Especial atención merece el tratamiento de la propiedad intelectual en las colecciones y bases de datos analizadas. La ley protege únicamente “la estructura en cuanto forma de expresión de la selección o disposición de sus contenidos, no siendo extensiva a estos” (RD 1/1996, art. 12). Bases de datos, catálogos, compilaciones, enciclopedias, diccionarios o reproducciones fotográficas son trabajos útiles a los que no se les atribuye suficiente mérito creativo como para dotarlas de derechos de autor, aunque eso no significa que no se les

reconozcan derechos conexos¹³. En los casos estudiados, las reproducciones de obras en dominio público, o bien aparecen directamente protegidas por *copyright* con su correspondiente marca de agua, o no especifican licencia de uso. No indicar ningún tipo de protección intelectual, más allá de significar un uso ilimitado de los contenidos, evidencia lo contrario, puesto que los derechos conexos se adquieren desde el momento de la creación de la base de datos o catálogo. Creemos que en una época en la que museos como el Rijksmuseum o el Metropolitan Museum de Nueva York permiten a sus usuarios compartir contenidos y crear los suyos propios a partir de esa información, este tipo de políticas que limitan la participación activa resultan nefastas para la supervivencia del catálogo.

El diseño anticuado, la legislación de propiedad intelectual y el desconocimiento de las demandas del usuario han supuesto que en la gráfica final aparezca una concentración inusual de amenazas y oportunidades.

No se ha hecho ninguna referencia al tipo de usuario porque, de momento, carecemos de esa información. Podemos aventurar que, en su mayoría, son especialistas y estudiantes debido a que el diseño poco amigable no promueve la accesibilidad integral a sus contenidos. Consideramos, por tanto, que para poder confirmar esta intuición, sería interesante profundizar en su naturaleza haciendo uso de las herramientas adecuadas.

4. LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE ESTUDIO

Nuestro planteamiento inicial, y dado el carácter exploratorio de la investigación realizada, se centró en una conceptualización de la calidad de los catálogos digitales en España. Así, prevenimos sobre las generalizaciones amplias de estos hallazgos a todos los catálogos digitales probando el funcionamiento del DAFO en la evaluación de ocho catálogos digitales.

En cuanto a las limitaciones, por una parte se encuentra el tipo de análisis empleado, que no está respaldado por un riguroso marco analítico en el que basar las gráficas DAFO aunque, como veremos a continuación, los resultados se presentan de una manera lógica y significativa. Por otro lado, estaría el tiempo transcurrido entre la primera ronda de recogida de datos y la segunda. Estos diez meses han supuesto notables cambios en algunos catálogos seleccionados inicialmente.

¹³ Los derechos conexos son aquellos que otorgan protección a quienes, sin ser autores, contribuyen con creatividad, técnica u organización, en el proceso de poner a disposición del público una obra. Se introdujeron con la *Convención Internacional sobre la Protección de los Artistas, Intérpretes o Ejecutantes, los productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión* (Roma, 1961) y en el ordenamiento español se encuentra actualmente recogida en el *Libro II. De los otros derechos de propiedad intelectual y de protección sui generis de las bases de datos* de la vigente Ley de Propiedad Intelectual.

Además, hay ciertos ítems que no fueron contrastados adecuadamente, debido a que requerían algo más que la simple observación del investigador, por lo que han sido eliminados de nuestro análisis, aunque se mantienen en la tabla para líneas futuras de investigación.

Finalmente, en el estudio aparece una muestra muy pequeña y creemos necesario aplicar el mismo tipo de análisis a un número mayor de catálogos antes de sacar conclusiones generales que puedan servir de ayuda a futuros investigadores y a los mismos catálogos a la hora de mejorar su funcionalidad.

5. CONSIDERACIONES FINALES

Con este trabajo, y como conclusión de este análisis de catálogos artísticos, se destacan los puntos positivos y se evidencian aquellos que son mejorables, así como también se establecen criterios de buenas prácticas en cuanto a la publicación de catálogos artísticos digitales en la red.

En cualquier caso, estas mediciones tienen dos limitaciones importantes mencionadas con anterioridad: se trata de una muestra demasiado pequeña como para poder sacar conclusiones generales que afecten a la totalidad de los catálogos artísticos digitales en España; se ha usado una matriz DAFO, que no está respaldada por un riguroso marco analítico. Esto quiere decir que, si bien la existencia de los distintos parámetros es objetiva (existen o no existen), las mediciones de relevancia/probabilidad e impacto realizadas para las gráficas son cualitativas, dependen de nuestras expectativas y experiencias como investigadores, por lo que hay que tener en cuenta que este sesgo existe.

Con todo, los resultados nos permiten acercarnos un poco más a los catálogos artísticos digitales en España y establecer una serie de parámetros con los que verdaderamente analizar el contenido y calidad de cualquier catálogo artístico. Además, se consideran otros factores que directamente influyen o podrían influir en el objeto de estudio.

El estudio confirma la complejidad de un panorama que va más allá de nuestras primeras impresiones subjetivas, pues hemos podido constatar que incluso las instituciones más humildes tienen fortalezas destacables y aquellas que cuentan con la experiencia y el respaldo institucional poseen carencias inesperadas.

En el fondo, emerge una notable homogeneidad en lo analizado, lo que probablemente sea atribuible a la naturaleza digital del propio catálogo, por lo que, aunque pueda parecer una conclusión lógica, no podemos asegurar que esta observación sea extrapolable al conjunto de los catálogos digitales en general. Consideramos, por tanto, que para confirmar estos primeros resultados, sería interesante profundizar analizando una muestra aleatoria de catálogos lo suficientemente significativa que confirme o desmienta esta observación.

En última instancia, se pretende señalar el potencial de los catálogos artísticos digitales como una herramienta de gran utilidad, no solo para investigadores y otros profesionales, sino

para todo tipo de usuarios, ya que actúa como interlocutor entre sociedad y patrimonio cultural. Esto lo convierte en un elemento singular para superar las asimetrías informacionales que impiden alcanzar sociedades más inclusivas, sostenibles y robustas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AA.VV. (2017). *Museum Catalogues In The Digital Age. A Final Report on the Getty Foundation's Online Scholarly Catalogue Initiative (OSCI). The Getty Foundation*. Recuperado de <http://www.getty.edu/publications/osci-report/> el 21/01/2019.
- Bellido Gant, M. L., Fernández-Moreno, A. y Ruíz Torres, D. (2016). Aproximación al catálogo artístico digital en España: concepto, contextos y análisis preliminar. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 5(2), 168-194.
- BOE. (1987). *Real Decreto 620/1987, de 10 de abril, por el que se aprueba el Reglamento de Museos de Titularidad Estatal y del Sistema Español de Museos*. Vol. 114, 13960-13964.
- _____. (1996). *Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia*. Núm. 97, 14369-14396.
- Colman, D. (2014). The Metropolitan Museum of Art Puts 400,000 High-Res Images Online & Makes Them Free to Use. *Open Culture*. 19 de Mayo de 2014. Recuperado de <https://bit.ly/1IC9LMu> el 21/01/2019.
- Fernández Luco, A., y Nuñez Rodríguez, G. P. (2008). Automatización de datos. En L. Nagel Vega (Dir.), *Manual de registro y documentación de bienes culturales* (pp. 104-117). Santiago de Chile: Getty-DIBAM.
- Marshall, C. (2015). Rijksmuseum Digitizes & Makes Free Online 309,000 Works of Art, Masterpieces Included!. *Open Culture*. 7 de Abril de 2015. Recuperado de <https://bit.ly/1IrD9oV> el 21/01/2019.
- Martínez-Vilanova Martínez, R. (2017). *Realidad y posibilidades del marketing en los museos de España*. Gijón: Trea.
- Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (s.f.). *Herramienta DAFO de la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa*. Recuperado de <http://dafo.ipyme.org/Paginas/Home.aspx> el 21/01/2019.