

De Buenos Aires al American Museum of Natural History de New York

Por María del Valle Duhagon para *Cactus**

En esta presentación acercamos las primeras experiencias realizadas por nuestra empresa para el Museo Americano de Historia Natural de Nueva York. Mediante el uso de la “Realidad aumentada” y “Open zoom” los museos se sirven de esta herramienta para captar a los nuevos públicos consustanciados con las nuevas tecnologías. Estas aplicaciones permiten la interactividad y muestran una manera diferente de incorporar conocimientos.

1. Primera experiencia: Mamíferos Extremos

A principios de 2009, el AMNH planeaba la exhibición “**Mamíferos Extremos**” y nos propusieron crear una experiencia innovadora en el micrositio de la exposición.

La idea que propusimos fue la de dar vida en la pantalla de la computadora al mamífero más pequeño de todos los tiempos, el Batodonoides, una de las estrellas de la exhibición. Se permitía interactuar con el animalito, modelado en 3D, de una forma muy novedosa.

Para realizar esta experiencia, implementamos una tecnología o técnica llamada 'realidad aumentada' o *augmented reality*: mostrando una imagen/código a la webcam aparece el modelo 3D como si estuviera fuera de la pantalla. Moviendo el “marker”, movemos el animal que aparece en pantalla, pudiendo verlo en todas las posiciones.

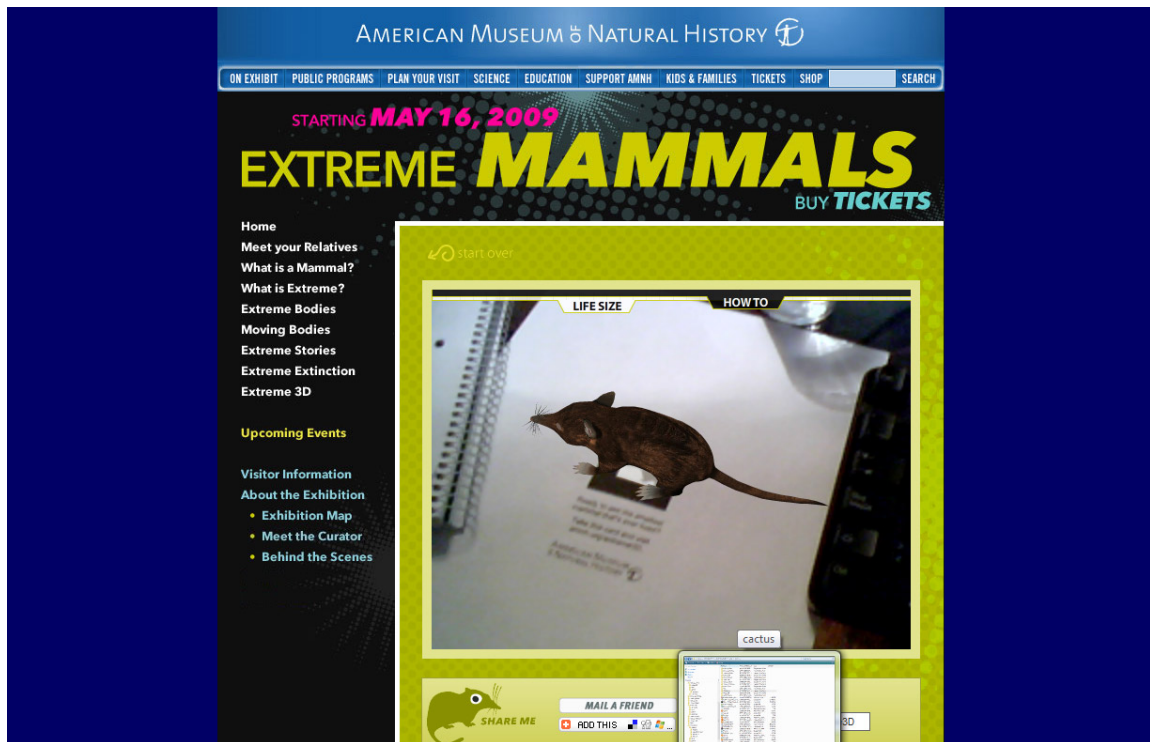
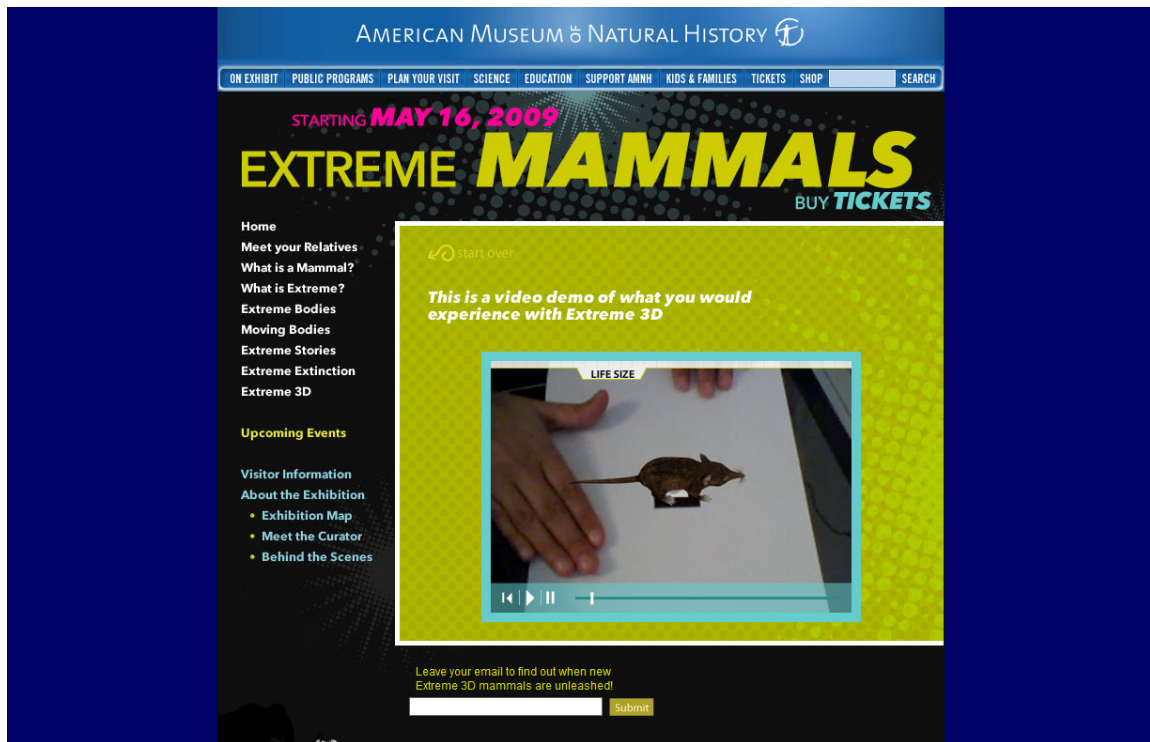
En los folletos de la exhibición estaba impreso el “marker”, invitando a los visitantes a vivir la experiencia en el sitio o en los stands dentro del museo.

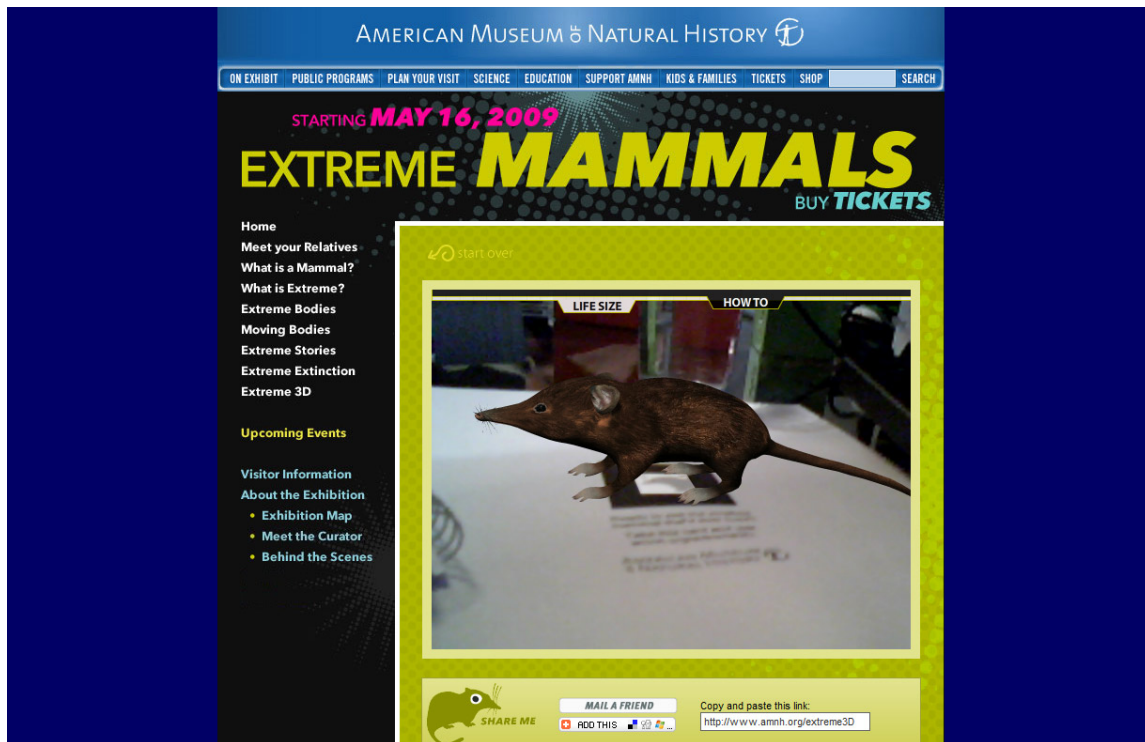
Tras el éxito de esta sección, se sumaron otros animales en movimiento, como el oso, la gacela, el murciélago, el delfín y el Indricotarium (el mamífero terrestre más grande de todos los tiempos).

Para realizar el modelado 3D de estos animales, trabajamos en conjunto con los curadores de la exposición, logrando una calidad gráfica y de movimientos muy cercana a la realidad.

La exhibición ya ha finalizado, pero el sitio todavía está online y se puede vivir esta experiencia, sólo imprimiendo el “marker” y conectando una webcam.

<http://www.amnh.org/extreme3d/>





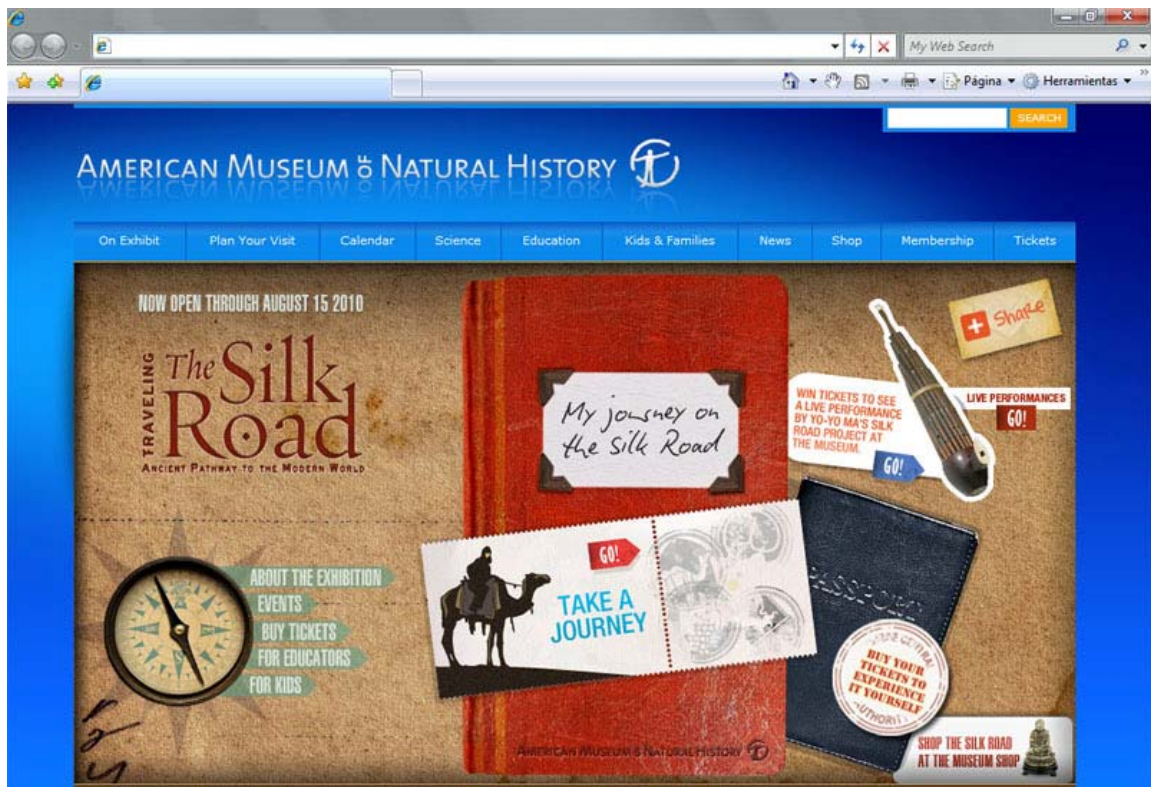
2. Segunda experiencia: La ruta de la seda

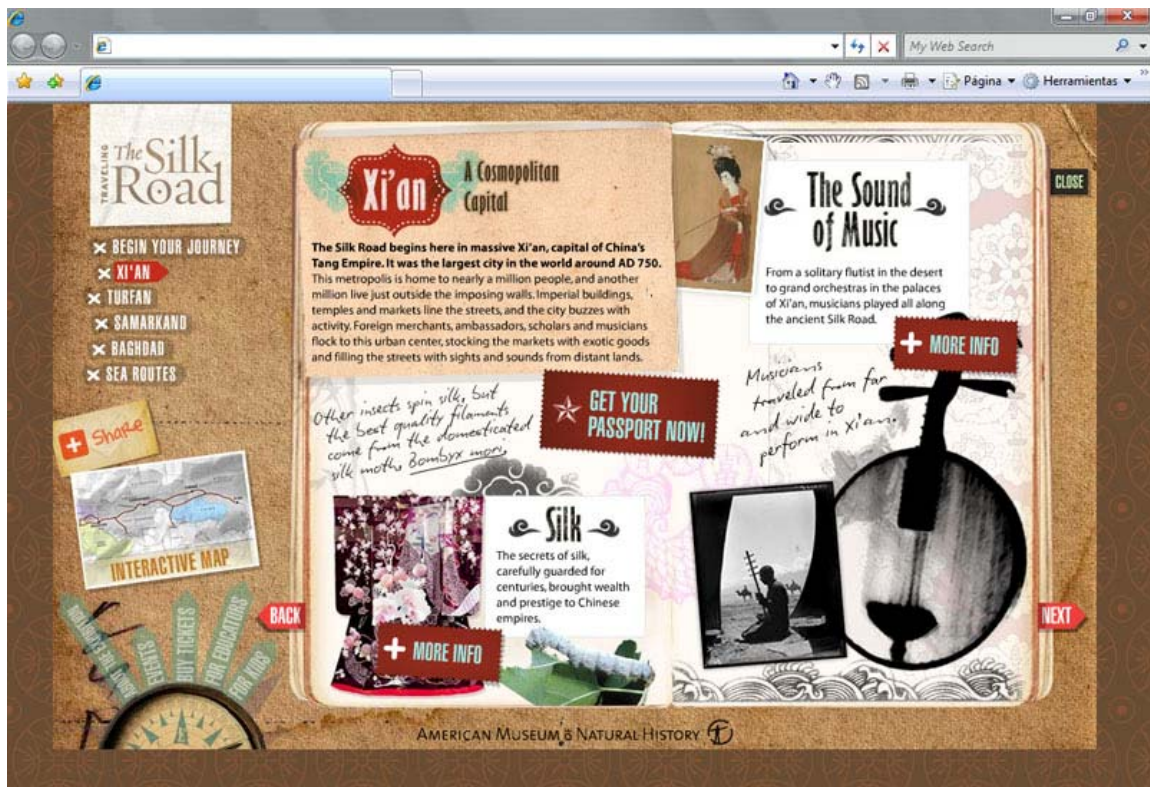
El museo realiza dos grandes exhibiciones cada año, y luego de la positiva experiencia con “Extreme Mammals” nos encargaron el micrositio completo de “Silk Road”: la exhibición sobre la ruta de la seda, camino que unía comercial y culturalmente a oriente con occidente. En este caso partimos desde cero y desarrollamos integralmente el micrositio, planteándolo como un diario de viajero con el objetivo de crear una experiencia que fomente el interés por conocer la exhibición “en vivo” y contando un poco de todo lo que va a pasar.

Es así que este diario nos lleva de paseo por las cuatro ciudades principales del antiguo trayecto por Asia, mostrándonos aspectos de su cultura y costumbres.

El micrositio cuenta también con una *trivia* que pone a prueba los conocimientos adquiridos en la navegación con posibilidad de participación en un concurso: ganar entradas a las presentaciones de Yo-yo Ma’s Silk Road Project en la exhibición.

<http://www.amnh.org/exhibitions/silkroad/>





3. Tercera experiencia: **La carrera al final de la tierra**

Con motivo de la conmemoración de los 100 años de las dos expediciones al Polo Sur, que fueran casi simultáneas, recientemente se abrió la exhibición **"Race to the end of the Earth"**.

Tuvimos a nuestro cargo el diseño del micrositio que nos cuenta cómo se prepararon y vivenciaron cada una de las expediciones a la Antártida y nos invita a visitar el Museo. Amundsen y Scott, los líderes de estas primeras expediciones, son los protagonistas de esta historia.

La estrella de este micrositio es una galería de fotos interactiva realizada con en Flash con la tecnología *"Open Zoom"*, que permite que las imágenes puedan *zoomearse* hasta el máximo detalle, conocer información adicional y filtrarlas por categorías.

<http://www.amnh.org/exhibitions/race/>





En la actualidad estamos trabajando junto con los paleontólogos la sección de “Dinosaurios” donde se busca presentar de una manera atractiva y educativa toda la información referente a estos intrigantes animales.

De nuestra experiencia en todos estos proyectos rescatamos la idea de que la web es un canal valioso, no sólo por su amplísima visibilidad, sino porque ofrece muchas posibilidades para comunicar las exhibiciones del museo en forma interactiva y didáctica.

De ahí que el desafío no es solamente aprovechar este medio para hacer accesible gran cantidad de información, que de otra forma sería muy difícil comunicar, sino buscar las formas de que esta información sea interesante, llamativa y fácil de comprender para quien ingresa a la web buscando enriquecer la experiencia del museo.

***María del Valle Duhagon: Cactus es una empresa de marketing digital, con base en Buenos Aires, apasionada por las nuevas tecnologías y la innovación en el medio online. Nuestro principal trabajo consiste en el armado de sitios webs para nuestros diversos clientes de Argentina y el mundo. Para este tipo de proyectos, trabajamos desde la concepción de la idea hasta su realización y la evaluación de los resultados aportando nuestra cuota de estrategia y creatividad.**