

Museos virtuales: nuevos balcones digitales

Laura Regil Vargas*

Universidad Pedagógica Nacional, Ajusco, México.

* Docente investigadora de la Universidad Pedagógica Nacional-Ajusco, México.

Resumen

Las tecnologías están provocando cambios en los museos. Por una parte, se transforma el espacio museístico; por otra, la tecnología —como herramienta— genera nuevas formas de creación artística y, en consecuencia, estas dos modificaciones repercuten en la formación de sus públicos.

El vertiginoso desarrollo de las tecnologías digitales ha generado posturas extremas. Por un lado, desde el ágora donde se reúnen los apocalípticos, se habla ya del final de los museos; por el otro, entre los integrados, se especula con su evolución. Sabemos que la única conjura frente a posturas absolutas es la reflexión crítica. De ahí, mi invitación a analizar la transformación que las tecnologías han provocado en el *continente* y en el *contenido*.

Palabras clave:

Museos
Tecnologías digitales

Abstract

Technology is changing museums in various ways. It transforms the museum environment, and, as a tool, stimulates new methods of artistic creation. Together these two factors have an effect on the museum-going public.

The rapid progress of digital technology has led to extreme positions. On one hand, doomsayers predict the end of museums, while on the other, museum people speculate on the evolution of the museum. We know that critical reflection is the only way to forestall absolute opinions. This motivates my analysis of the transformations which technology has worked on the *container* and the *contents*.

Keywords:

Museums
Digital technology
Music Education and Learning Cultural Diversity



Fotografía: José Ventura

Introducción

Los invito a comenzar un juego de imaginación. Sabemos que el desarrollo tecnológico actual trastoca, modifica y facilita la creación de nuevos entornos, obras e inclusive las formas en que ahora nos relacionamos. Partiendo de este reconocimiento, hagamos el ejercicio de imaginar un escenario futuro: la combinación de realidad virtual y museos; un espacio de inmersión total.

Diseñemos en nuestras mentes, escenarios donde podremos realizar visitas virtuales, de inmersión total, en ambientes tridimensionales; entornos donde se interactúe con obras u objetos artísticos y, por qué no, con sus creadores. A esas alturas del futuro, seguramente, la tecnología nos permitirá compartir la experiencia en tiempo real con otros visitantes.

¿Se han dado cuenta de que, cada vez que navegamos por un sitio en Internet, los contenidos parecen estar inmóviles? La pantalla nos da acceso a un entorno donde todo parece estar dispuesto para ser visto, nada está ocupado o fuera de su lugar, todo se ve como si nadie más haya pasado por ahí.

¿Cómo sería un entorno digital donde nos “encontremos” con más personas? ¿Los museos virtuales se podrán convertir en nuevos espacios de convivencia, sitios de encuentros para compartir la experiencia estética y cultural?

En el diseño de nuestro propio museo imaginario, podemos incluir, por supuesto, la creación del *contenedor* y la conformación del *contenido*. Es decir, el entorno y las obras.

Habrà quien imagine un lugar donde navegar dentro de obras inmatrimales; algunos decidirán encontrarse en un entorno etéreo, donde se reúnan reproducciones digitales de las obras plásticas de sus artistas favoritos; otros, probablemente diseñen en sus mentes el *museo de lo intangible*: por ejemplo, el museo de las *emociones*, de las *sensaciones*, de los *recuerdos de la piel*, de los *sonidos*, o de los *olores*, o bien, el museo virtual del genoma humano o del ADN.

Las tecnologías están provocando cambios en los museos. Por una parte, se transforma el espacio museístico; por otra, la tecnología —como herramienta— genera nuevas

formas de creación artística y, en consecuencia, estas dos modificaciones repercuten en la formación de sus públicos.

El vertiginoso desarrollo de las tecnologías digitales ha generado posturas extremas. Por un lado, desde el ágora donde se reúnen los apocalípticos, se habla ya del final de los museos; por el otro, entre los integrados, se especula con su evolución. Sabemos que la única conjura frente a posturas absolutas es la reflexión crítica. De ahí, mi invitación a analizar la transformación que las tecnologías han provocado en el *continente* y en el *contenido*.

Transformación de continente y contenido

Para esto, comencemos por preguntarnos si ha habido reciprocidad en la transformación entre ambos: *continente* y *contenido*. Tras un rápido vistazo al entorno urbano mundial, podemos afirmar que desde el templo de las musas hasta los museos de arte contemporáneo, el espacio museístico —es decir, el *continente*— sigue teniendo referencia a lo físico, a lo tangible, es decir, a los espacios arquitectónicos.

En los últimos cien años, la humanidad ha visto desde el arte clásico hasta las vanguardias, de ahí al contemporáneo y luego al arte digital. Estas transformaciones del *contenido* apenas comienzan a tener resonancia en el *continente*.

Haré aquí un brevísimo paréntesis para reconocer las aportaciones, en cuanto a concepto, del Centro George Pompidu, en París y, en cuanto a diseño, del Museo Guggenheim de Bilbao; sin duda, dos pilares para el análisis de la evolución del *continente* y el *contenido*.

Reconozcamos que el cambio más radical en el espacio museístico está en plena gestación. Hoy estamos viendo que el espacio museístico ya no se limita al espacio físico. El espacio arquitectónico y el virtual comienzan a complementarse. Como decía, algunos apocalípticos hablan del fin de uno para el arribo del otro. No creo que el espacio virtual necesite del final de la arquitectura para asegurar su existencia. Por otra parte, la brecha digital nos da cotidianamente suficientes evidencias para asegurar que uno no puede sustituir al otro, ni creo que estemos dispuestos a renunciar a los históricos espacios arquitectónicos para sólo conformarse con lo virtual.

El paso a los nuevos entornos virtuales significa, sin duda, una transformación radical en la concepción del espacio museístico. La transformación en el *continente* da cabida a los nuevos géneros artísticos y comienza entonces a generar nuevos *contenidos*.

Para iniciar nuestro paseo por estos balcones digitales, considero indispensable tener como punto de partida, el conocimiento básico de algunas de sus características.

Museos virtuales

¿Qué son los museos virtuales? En Google, actualmente el buscador más popular, bajo los rubros “museos virtuales”, “museos digitales” o “museos *on line*”, encontramos desde el portal de cualquier pintor desconocido, que monta su galería con reproducciones de sus obras, hasta museos o galerías en el ciberespacio que exhiben obras digitales pasando, obviamente, por sitios de emblemáticos museos, así como portales en los que se reúnen obras de prestigiosos artistas.

Los museos virtuales son producto de la suma de, por lo menos, dos circunstancias:

- El desarrollo de las tecnologías digitales, especialmente multimedia y, en consecuencia, el crecimiento exponencial de Internet.
- El deseo de concebir nuevos espacios para la difusión, la creación de arte y la formación de públicos.

Al parecer, los museos virtuales existen también gracias a un par de ideas provocadoras lanzadas en el siglo pasado por dos franceses. Por una parte, la idea de Marcel Duchamp respecto a la creación de un *museo transportable* —un maletín con reproducciones de sus obras en miniatura—. Y, por otra, la idea de *museo imaginario* de André Malraux. *Museo transportable* y *museo imaginario* tienen una fuerte relación con lo que hoy conocemos como museo virtual.

El museo virtual es transportable, en el sentido itinerante, e imaginario en tanto incorpóreo. El museo virtual combina la característica de *movilidad*, dada por el acceso remoto que tenemos a los contenidos de la red digital, con la de *inmaterialidad*, por su virtualidad física.

Si bien durante siglos el concepto *museo* ha evocado un espacio arquitectónico, hoy, a esa idea podemos sumar la de los museos virtuales. Estos entornos digitales de acceso remoto a través de Internet o bien recopilados en soportes ópticos, como el disco compac-

to, que tienen como principal característica la interactividad.

Recordemos que la interactividad es una acción que va más allá del simple “dar clic” para ir de un lugar a otro. La interactividad propone un diálogo entre usuario y contenidos; que permita realizar exploraciones asociativas. Nos da la opción de manipular objetos virtuales y nos permite recorrer los contenidos a nuestro ritmo. La interactividad es pues una estrategia tecnológica para conseguir que el público se involucre y se relacione con los contenidos.

Portales de museos

Para analizar los museos virtuales es conveniente recurrir a una clasificación. Para seguir con la idea de *continente* y *contenido*, los analizaremos con base en su contenido. En este sentido, podemos agruparlos en dos tipos:

- a) Los que exponen obras de *arte no digital*. Aquí encontramos museos-instituciones como el Louvre, el Museo del Vaticano, el Británico, el Hermitage, el Museo de Arte Moderno y el Tamayo en México, etcétera.
- b) Los que exponen obras de *arte digital* (netart, ciberarte, webart). Esta clasificación nos remite a entornos inmateriales, ubicados en el no lugar llamado ciberespacio y con características específicas, en cuanto a tecnología y estética.

Demos un rápido paseo por los museos de la primera clasificación.

Con la expansión de la red digital, ahora la mayoría de los grandes museos tienen portales en Internet. Para ellos, la red digital es un medio fundamental para la difusión de sus colecciones, así como para ofrecer información sobre exposiciones temporales, actividades educativas y datos como ubicación, horarios, tarifas, etcétera.

El crecimiento del rubro “museos en Internet” ha sido exponencial. Hasta hace algunos años, este tipo de portales

no eran más que la versión digital de un simple folleto del museo. Hoy, en cambio, algunos de ellos cuentan con la infraestructura tecnológica para hacer recorridos virtuales por sus salas o entrar a las bases de datos multimedia.

Entre los múltiples ejemplos que existen en esta clasificación, seleccioné, por su calidad, el portal del Museo Hermitage,¹ en San Petesburgo. Observemos lo que un museo, creado hace más de 150 años, puede hacer con los recursos digitales. Este portal es una singular fuente documental orientada al disfrute estético. En la sección “paseo virtual”, se pueden recorrer las veinte salas del museo, inclusive, da acceso a vistas panorámicas del centro de la legendaria ciudad.

Sabemos que este tipo de portales son extensiones o espacios alternos, representaciones de un museo físico. Y, por tanto, en sus sitios en Internet, exhiben reproducciones digitales de sus colecciones, es decir, fotografías de obras de arte que tienen presencia física fuera del ciberespacio.

Sin embargo, reconozcamos que, en estos casos, uno de los mayores beneficios es la posibilidad que nos brinda de poder ver, de manera casi instantánea, réplicas de obras ubicadas en lugares remotos. Otra ventaja es el acceso a imágenes de obras almacenadas, debido generalmente a políticas de conservación. En contraparte, algunos ortodoxos sostienen la tesis del valor de mirar una obra original y no sólo una reproducción.²

Frente a esta postura y, en términos de formación de públicos, conviene recurrir al axioma del potencial cultural

¹ <http://www.hermitage.ru/>

² Respecto al valor de las imágenes reproducidas ya se ha discutido y teorizado suficiente; baste aquí señalar que las reflexiones de Walter Benjamín y Enzensberger fueron hechas en la era analógica de la imagen, en donde la copia o reproducción implicaba una pérdida considerable de resolución. Con las tecnologías actuales es posible la reproducción infinita, sin degradación. Me interesa, en todo caso, invitar a reflexionar sobre el potencial de la imagen digital como una nueva forma de creación continua y abierta, así como una nueva forma de percepción.

y didáctico del acercamiento a obras de arte, aunque sea su reproducción. Sinceramente, pensemos sobre las posibilidades reales que tenemos de visitar estos grandes museos del mundo y, en consecuencia, poder estar frente a los originales de obras clásicas.

Arte digital en museos virtuales

Pasemos ahora a la otra clasificación, la de los museos virtuales que exponen obras de arte digital. (Debo subrayar que en esa categoría existen todavía muy pocos museos). Horas de navegación por la red digital me permiten afirmar que artistas, curadores y museógrafos, entre otros profesionales, estamos desaprovechando un espacio emergente de creación.

Internet no sólo es un medio de divulgación y distribución de arte. Concebirlo sólo como espacio de difusión es reducirlo a los dos últimos eslabones del proceso: producción, distribución y consumo. Internet es un entorno, tecnológicamente insólito, para la creación, cooperación e intercambio. No podemos quedarnos con la idea de que el ciberespacio es sólo un escenario, un escaparate para lo que ya existe.

La red digital es, además de eso, un medio para la creación. Lo es en la medida en que podemos convertirlo en un laboratorio-taller de construcción permanente, de modificación constante de obras; es —a fin de cuentas— el entorno ideal para la obra abierta, de la que hablaba Eco.

Sé que el uso que se le da hoy a Internet ya ha revolucionado considerablemente nuestra manera de concebir el binomio espacio-tiempo. Sin embargo, considero que aún no terminamos de valorar el uso sumamente reducido que hacemos de Internet; un uso dominado todavía por una concepción arcaica del tiempo, de los espacios y de los recursos.

Para ilustrar esta aseveración, permítanme mostrar el tradicional diseño de interfaces con que se siguen presentando algunos de los llamados “museos virtuales”.

Veamos, por ejemplo, la reproducción de la concepción arquitectónica del espacio museístico. En tanto museo virtual, se trata de un lugar inexistente, sin embargo, se recurre a la reproducción de las salas de exhibición y paredes, como clásico *contenedor* de obras de arte. Recurrir a referencias del mundo material para diseñar entornos virtuales es muestra del uso limitado de la imaginación. La única justificación que encuentro para entender esta especie de esclerosis creativa de algunos diseñadores de interfaces es el evidente peso de cinco siglos de museos reales y el incipiente desarrollo de las tecnologías digitales.

Aun así, la razón para clasificar a estos *continentes* virtuales por su *contenido* se basa en la necesidad de diferenciar las obras físicas y tangibles de las inmateriales, es decir, las obras de arte digital. Si bien este rubro todavía representa un sendero poco transitado, vale adelantarse a delinear algunos desafíos por venir y otros cuantos que comenzarán próximamente a gestarse.

Hagamos una aproximación a estas parcelas estéticas emergentes. Las obras de arte digital, en su inmaterialidad, no tienen una estructura lineal; son interactivas y en ellas se fusionan diferentes medios y lenguajes.

En años recientes, hemos visto cómo los museos comienzan a abrir sus puertas al arte digital. Lo han hecho de manera cautelosa, pues ese acceso le otorga a la obra digital el aval de “obra museable”, es decir, su entrada le da garantía institucional de “obra de arte”. Así, museos de arte contemporáneo, como el Guggenheim, en Nueva York, y el Museo Tamayo, en la ciudad de México, de manera algo reservada han comenzado a exhibir arte digital.

Sin embargo, reconozcamos que el arte digital no ha conseguido aún visa permanente para franquear las fronteras de los museos de arte contemporáneo. Quizá se deba a su naturaleza de “no coleccionable”, a su difícil catalogación, al reto museográfico que supone, o a sus requerimientos tecnológicos específicos para su exhibición. Hasta ahora, el lugar por excelencia para las obras digitales es el Centro Cultural Multimedia, el ZMK, por sus siglas en alemán.³

Hay muy pocos museos con una oferta tan grande de videos y medios modernos como el Centro de Arte y Tecnologías Mediáticas. El centro fue creado como respuesta a la sociedad de la información. Conectando las ciencias y el arte en teoría y práctica, y combinándolos con las tecnologías modernas de información y comunicación, el museo es a la vez centro de investigación y museo de arte. El ZMK posee la colección más grande del mundo de obras interactivas. En muchas de las instalaciones de video del ZMK, los visitantes pueden «jugar» con el «joystick» o actuar en filmes sin darse cuenta. Desde su inauguración, en 1997, lo han visitado millones de personas. Está situado en una antigua nave industrial y, desde fines de 2004, se incorporó como anexo el museo de arte contemporáneo.

El arte digital está encontrando, en su propia naturaleza tecnológica, su mejor medio de producción, distribución y consumo: Internet. Un ejemplo de ello y, sobre todo del papel de las universidades en este sentido, es la Galería Virtual,⁴ desarrollada por el Instituto Universitario Audiovisual de la Universidad Pompeu Fabra, en Barcelona.

Conclusión

Quiero finalizar esta participación en dos vías. Por una parte, refrendar la invitación a imaginar nuevos entornos para el arte; por la otra, señalar algunos criterios de evaluación para estos espacios emergentes.

Mi propuesta para la evaluación de museos virtuales se basa fundamentalmente en la interrelación de cuatro dimensiones:

³ www.zkm.de

⁴ <http://www.iua.upf.es/-gvirtual/>

- Acceso y funcionamiento.
- Contenido.
- Uso y combinación de lenguajes multimediáticos.
- Diseño de interfaz y grado de interactividad.

Subrayo el concepto *interrelación*, pues una evaluación integral requiere del análisis de cada una de las dimensiones, así como el estudio de las dependencias de cada una de ellas.

Bibliografía

- Burdea, Grigore y Philippe Coiffet, *Tecnologías de la realidad virtual*, Paidós, Barcelona, 1996.
- Castells, Manuel, *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*, Areté, Barcelona, 2001.
- Catalá, Josep M., “La rebelión de la mirada. Introducción a una fenomenología de la interfaz”, en *Formats*, Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, 2001. http://www.iaa.upf.es/formats/formats3/cat_e.htm
- Costa, Mario, “Estética, técnica, tecnologías”, en Claudia Giannetti, (ed.), *Arte en la era electrónica: Perspectivas de una nueva estética*, ACC L’Angelot y Goethe-Institut, Barcelona, 1997, pp.9-13.
- Dorfles, Gillo, *Imágenes interpuestas; de las costumbres al arte*, Espasa-Calpe, Madrid, 1989.
- Gombrich, E. H., *Arte e ilusión*, Gustavo Gili, Barcelona, 1982.
- Gubern, Román, “En el umbral del tecnomuseo”, en AAVV, *Cultura y nuevas tecnologías*, Ministerio de Cultura, Madrid, 1986, pp. 70-85.
- Gubern, Román, *El simio informatizado*, FUNDESCO, Madrid, 1987.
- , *Del bisonte a la realidad virtual; la escena y el laberinto*, Anagrama, Barcelona, 1996.
- Hudson, Kenneth, *Museums of influence*, Cambridge University Press, Cambridge, 1987.
- Kruger, Myron W., “The art in artificial reality: vidioplace and other new forms of human experience”, en Linda Jacobson, (ed.), *Cyberarts: exploring art and technology*, Miller Freeman Inc., San Francisco, California, 1992, pp. 245-254.
- Kruger, Myron W., “An easy entry artificial reality”, en Alan, Wexelblat, (ed.), *Virtual reality applications and explorations*, Academic Press Professional, Cambridge, Massachussets, 1993, pp. 147-157.
- Laurel, Brenda, “Interface as mimesis”, en Norman, Donald y S. W. Draper, *User-centered system design*, Laurence Erlbaum Associates, Hillsdale, Nueva Jersey, 1986.
- , *The art of human computer interface design*, Addison-Wesley, EUA, 1990.
- Malraux, André, “Museums without walls”, en *The voices of silence*, Princenton University Press, Nueva Jersey, 1978, pp. 12-116.
- Nielsen, Jakob, *Multimedia and Hypertext: the Internet and beyond*, AP Professional, EUA, 1995.
- Novak, Marcos, “Arquitecturas líquidas en el ciberespacio”, en Michael, Benedikt, (ed.), *Ciberespacio; los primeros pasos*, CONACYT, México, 1993, pp. 207-234.
- Pimentel, Ken y Kevin Teixeira, *Virtual reality: through the looking glass*, Winderest/McGraw Hill, Nueva York, 1993.
- Quéau, Philippe, *Lo virtual; virtudes y vértigos*, Paidós, Barcelona, 1996.
- Regil, Laura, *Análisis preliminar de los diferentes usos de los sistemas interactivos multimedia en los museos de arte*, Universidad Autónoma de Barcelona (Traball de Recerca TR/97), 1997.
- , “Hipermedia: una herramienta para la función educativa de los museos de arte”, en *Revista Reencuentro*, no. 27, UAM-Xochimilco, 2000, pp. 43-54.
- , *La caverna digital. Hipermedia: orígenes y características*, Universidad Pedagógica Nacional, México, 2001.
- , “Interactividad en la construcción de la mirada”, en *Infonomía*, Barcelona, 2001. <http://www.infonomia.com/tematicas/index.asp?idm=1&idrev=44&num=11>
- , *De la idea a la creación: desarrollo de software educativo*, Universidad Pedagógica Nacional, México, 2002.
- Rheingold, Howard, *Realidad virtual*, Gedisa, Barcelona, 1994.
- Sánchez, Antulio, *Territorios virtuales; de Internet hacia un nuevo concepto de simulación*, Taurus, México, 1997.

