



# EL MUSEO VIRTUAL: UNA REFLEXIÓN DESDE LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

Fotografía: Banco de imágenes

## EL CASO DEL MUSEO VIRTUAL

Cuando hablamos de museos virtuales no nos estamos refiriendo en primera instancia al museo que se encuentra dentro del espacio virtual, en este caso referente a Internet, sino a toda una configuración socio-cultural y sobre todo a una concepción filosófica que se basa fundamentalmente en la noción de extramuros, es decir, a una transformación de los procesos tradicionales en cuanto al espacio, tiempo, sujeto, objeto y representación (cuando nos referimos a las transformaciones de los procesos tradicionales, hacemos énfasis al concepto Institucional del museo como un espacio rígido, sacramentado que contiene objetos dentro de su paredes)<sup>1</sup>.

1

Al parecer, la idea de los museos virtuales existe 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, utilizando así un maletín de reproducciones de sus obras en miniatura. Y, por otra, la idea de un museo imaginario de Andrés Malraux transportable, este último tiene una relación más fuerte con lo que hoy conocemos como museo virtual, ya que la idea de un museo imaginario da como referencia la construcción de un museo extramuros. El verdadero museo probablemente sea sólo virtual, es decir, enteramente imaginativo, en el sentido que Malraux le dio a esta expresión, no irreal sino extramuros y sin otro soporte que la tenue realidad de la imagen de la que extrae su propia realidad. El museo virtual no es, pues, una nueva figura de museo, modernizado y técnicamente regenerado, sino que es un punto de vista o una integración de puntos de vista. El museo virtual no está por construir, existe de hecho, pero sin duda en otra parte y distinto al que pensamos, ya que se confunde con el problemático campo de lo museal.

En este sentido, el museo virtual extramuros comprende una perspectiva distinta a la expresada con anterioridad (museo clásico), se convierte en una nueva posibilidad de imaginar nuevos procesos de construcción social; el museo se sale de su dinámica y encuentra nuevas posibilidades que lo renuevan de manera interna (como institución cultural) y externa (ante su compromiso social de difundir el conocimiento). La modificación de algunos de sus componentes produjo, por ende, nuevos ordenamientos en cuanto las estructuras del museo, expresando así la enorme capacidad que el museo tiene a evolucionar o bien a adaptarse a los distintos cambios que se van suscitando dentro de sus propios contextos culturales. Lo que provoca un giro significativo a la rigidez establecida, ya sea por la estructura física o de gestión, dando lugar a formas más flexibles y adaptativas que pueden dar cabida a la mutación o trasfiguración del museo.

En el contexto postmoderno, el museo se ha tenido que trasfigurar en un espacio comunicativo en donde el concepto de contenedor se desplaza de una manera muy concreta a la formación de espacios de re-significación, a través de nuevas estrategias de comunicación que buscan hacer (sentir, pensar, saber, querer) al público usuario del museo para educarle, instruirle y emocionarlo. Las posibilidades de reinención de los museos son en este caso múltiples y variadas, el museo ha tenido durante su larga historia una serie de categorías que

lo definen o bien lo redefinen, en nuestro caso en particular, dan cabida a una asociación e interacción muy reciente que el museo está teniendo dentro de las nuevas redes sociales y que se dan pie en una nueva museología que se constituye en abolir el edificio y llevar al museo al ámbito de un nuevo territorio que se podría definir de la siguiente manera: el territorio primero y el no-territorio (o el supra-territorio) después, moldean y delimitan la configuración estructural de los museos-red adaptándolas a sus formas.

En este caso, el funcionamiento de este nuevo paradigma museográfico presenta en sí una nueva forma de auto organización, así como la emergente necesidad de asimetría entre sus componentes. Ejemplo de esto se encuentra al abordar las cuestiones de sus colecciones de objetos digitales, de sus puntos de accesos y de la construcción de su mismo espacio, así como de las interacciones de los usuarios y por supuesto la formación de exposiciones (es decir, la dinámica que se encuentra en este espacio conocida como museografía, mismo que se integra por el guión, el diseño de cada una de las salas, la puesta en escena o la historia a contar, así como los elementos con los que cuenta cada una de las exposiciones, en nuestro caso a los referentes a los medios virtuales). Para ello nos gustaría citar a tres diferentes autores que definen de una manera más concreta la organización que tienen los museos con los medios virtuales:

- El museo virtual es «una colección de objetos digitales lógicamente relacionados y compuestos de una variedad de medios y puntos de acceso y en el que la interacción con el usuario es flexible en relación con sus necesidades e intereses» (Schweibenz).

- El museo virtual, es el nexo entre muchas colecciones digitalizadas y puede ser

utilizado como un recurso para organizar exposiciones individuales a la medida de las expectativas e intereses del usuario (Arturo Colorado).

- El museo virtual «a través de las imágenes digitalizadas acerca las obras al internauta y las hace presentes en cualquier lugar del mundo de forma individualizada» (Francisca Hernández).

En este sentido, el museo virtual tiene su propio espacio museístico en el que busca de manera constante su propia razón de ser, esto claro está al re-significar al objeto digital a través de sus propias formas, espacios y sentidos que se aterrizan en la formación de sus propias experiencias, sensaciones y afectos. El museo virtual debe plantear en su propio sentido una nueva puesta de escena, en donde el usuario pueda llevarse una nueva idea provocadora del espacio museográfico virtual y por supuesto de la exposición en cuestión; deben en este sentido conectarse a través de un nuevo diálogo que renueve su interacción de manera constante .

El museo virtual se presenta como una superficie discursiva, como un espacio físico organizado en el que se expresa la acción enunciativa de un sujeto colectivo sintagmático implícito... Espacio que se vuelve significativo a través de su propia competencia estratégica global expresada en la construcción de uno o varios recorridos pertinentes, diseñando (inscribiendo) uno o varios usuarios modelo. Por su parte, el visitante de un museo es convocado a ejercitar un recorrido narrativo en el que, como consecuencia del encadenamiento lógico de una serie de programas narrativos, se le propone la conjunción con el objeto de valor cultural, de forma que el museo es un texto, un enunciado, un discurso, y como tal, expresa la intención y la voluntad del enunciador, del hacedor, del

emisor a modo de demiurgo del arte y de la ciencia humanas con el fin de interpelar a un destinatario, a un enunciante y a un receptor.

El museo virtual es así, capaz de realizar dos papeles: el primero es evidentemente educativo y concientizado (el cual estaría del lado del discurso y del significado); el segundo estaría en función de lo estético y poético (es decir, del lado de las formas y de los afectos), esto con la capacidad de sumergir al usuario en una experiencia más didáctica, cultural, interactiva y, por supuesto, artística.

Se está produciendo así una revolución del espíritu artístico, ya que el arte o bien el artista está viendo con nuevos ojos este espacio como un lugar para nuevas producciones artísticas, siendo el espacio virtual y el museo virtual un sitio donde las posibilidades se agrandan dentro del mercado cultural del arte (esto claro está en un sentido de distribución de bienes culturales de manera democrática y no mercantil). La interacción con los medios y objetos virtuales permite en gran medida al usuario sentirse inmerso en estas nuevas realidades. Los dispositivos de manejo permiten en este sentido al espectador una nueva experiencia sensorial a través de los sentidos y de las herramientas que estos espacios pueden ofrecer y pueden ser manipulados por el mismo usuario. Ejemplo de ello se encuentra en la proyección de las imágenes, el diseño del mismo sitio, la música de ambientación que se presenta en cada una de las salas, los colores y texturas manejadas dentro de cada espacio, entre otros.

De aquí que el espacio virtual nos presente tres finalidades para su correcta función e interacción:

- La primera se encuentra a través del simulacro: que es el replicar aspectos suficientes de la realidad para que el usuario experimente una situación extraída de la realidad.

- La segunda se entiende a través de la interacción: misma que consiste en el control del sistema virtual creado, es decir del manejo que el usuario le puede dar a este espacio por las herramientas que integran el mismo.

- La tercera característica se encuentra en la percepción: este como el elemento más importante por el cual el usuario puede creer que realmente está viviendo situaciones artificiales, alcanzando así una sensación de inmersión en un ambiente virtual (Ortiz y Cipaguata, 2006: 81).

Ante estas tres herramientas, el museo virtual ofrece el poder de navegar en cada una de las salas de manera libre e independiente, examinando y analizando así cada uno de los objetos expuestos, propiciando una herramienta dedicada a la generación de conocimiento, a la estética (contemplación), a la investigación, entre otros. Es importante mencionar en esta parte de nuestra investigación que el museo virtual tiende hasta el momento a presentar dos clases de objetos; la primera hace referencia a la presentación de objetos artísticos que tienen que ver con la realidad, es decir, la obra es digitalizada con la finalidad de realizar una copia que pueda ser presentada o bien expuesta dentro del espacio virtual; la segunda se encuentra en el campo de la formación de productos artísticos digitales. Hoy estamos observando que el espacio museístico ya no se limita al espacio físico, el espacio arquitectónico y virtual se están empezando a complementar con un mismo fin, el de seguir difundien-

**“Los dispositivos de manejo permiten en este sentido al espectador una nueva experiencia sensorial a través de los sentidos y de las herramientas que estos espacios pueden ofrecer y pueden ser manipulados por el mismo usuario”.**

do y preservando los bienes culturales.

Para ello 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 del Internet.
- El deseo de concebir nuevos espacios para la difusión, la creación de arte y la formación de públicos (Ortiz y Cipaguata, 2006: 80).

Hoy, en nuestra sociedad, se entiende que el arte no puede ser fijado e inmovilizado para ser objeto de procesos. Hoy en día el arte y la vida se codeterminan y se copertenecen, siendo precisamente la digitalización de las imágenes, su tránsito e incluso su constante y aleatoria modificación por parte de usuarios que comparten en la red sus licencias creativas, lo que configura formas de transferencia de conocimiento y circulación de imágenes en una nueva comunidad virtual sin centro y sin periferia (Vázquez, 2008:123).

En este caso, el museo como institución epocal no puede ser ajeno a las transformaciones tecnológicas-comunicativas, así

como a los modos de producción artística y cultural derivadas de dichas transformaciones. De aquí que presentemos dos ventajas que nos traen estos nuevos espacios museográficos.

En años recientes se ha visto cómo los museos clásicos o bien institucionales han comenzado a abrir sus puertas al arte digital. Lo han hecho de manera cautelosa, ya que este acceso le otorga a la obra digital el aval de obra museable, es decir, su entrada le da garantía institucional de obra de arte.

#### REFERENCIAS

*Lipovetsky, Gilles(2011). El Occidente Globalizado. Barcelona: Anagrama.*

*Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Encuesta a públicos de museos Informe de resultados.*

*Deloche, Bernard (2008). El museo virtual. Barcelona: TREA.*

*Castells, Manuel (2006). La sociedad red. Madrid: Alianza.*

*Puedes encontrar el artículo completo en: <http://www.gestioncultural.org.mx/revista/05/A2-N5-PazyAlcaraz.pdf> ■*

