

Museología y Museos Virtuales



Patricia E. Ceci

pceci@exhibirweb.com.ar

2007

O de cómo la cultura dejó de enviarse por correspondencia
pero tampoco llega por internet...

Museología y Museos Virtuales

Existe una tendencia cada vez más frecuente en los gestores culturales de presentar a los “Museos virtuales” como la solución a todos los males de la cultura.

Mientras tanto los museos más grandes del mundo permanecen aún abiertos al público, y sólo presentan parcialmente sus obras en Internet, en atractivas visitas en 360° con imágenes realistas, de la más alta definición, algunas en 3D, que permiten visualizar las colecciones del museo mediante lo mejor de la tecnología disponible. Algunas de estas visitas son singularmente atractivas, y debe reconocérseles su valor intrínseco, como lo es -por ejemplo- la visita virtual del Museo del Hermitage en San Petersburgo, Rusia.

Pero, sin despreciar el visible aporte que Internet y las tecnologías tienen para la educación y la cultura, surge una reflexión sobre el destino de esta irrupción en el mundo de la cultura como es el “Museo virtual”.

Si bien el uso de estas tecnologías se presenta como una verdadera posibilidad de dar acceso irrestricto al patrimonio cultural a todas las personas, esto no es tan así, ya que se olvidan de aclarar que es sólo: “...a todas las personas que pueden acceder a Internet, que poseen o tienen acceso a una computadora con alta resolución gráfica, y que cuenten con la edad e instrucción y capacidad suficiente para operarla...”, o sea, todo un recorte de público...

Así presentado el acceso al museo virtual puede ser más restrictivo que lo que es hoy en día el museo real.

Por otro lado el acceso a los objetos reales para ciertas regiones inmersas en crisis económicas es dificultoso, hay que movilizarse al museo, y eso no siempre se puede lograr, pero este inconveniente no siempre es subsanado por un museo virtual.

Por otra parte, a los museólogos les puede caber una duda: un Museo Virtual es una mejora, una resignificación, una nueva tendencia, dentro del mundo de los museos y el patrimonio?, o las economías encontraron un nuevo sistema para facturar ?

Otra duda museológica: es igual un mundo de objetos tangibles, reales, con historia, olor, color, que penetren nuestros sentidos, que el mundo de la cultura en una pantalla de computadora?. En lo personal entiendo que no es lo mismo, si fuera lo mismo hoy acariciaríamos a nuestros hijos, y besaríamos a nuestras parejas “vía Internet”, ya que las muestras de afecto antes descritas, al igual que lo sensible del patrimonio real forman parte también del mundo de los sentidos...

Así los procesos virtuales han empezado a querer sustituir para las personas la investigación en bibliotecas, hemerotecas, museos, (y a veces con el chat, también reemplazaron el placer de tomar un café en buena compañía). Sin darnos cuenta estamos construyendo nuevas formas de interacción, no solo entre los hombres sino también entre los hombres y la cultura.

Ahora bien... es esto malo o bueno?, desde mi punto de vista creo que en un cierto punto estamos dotando a la cultura de características propias de la economía...

Con esto quiero decir que quizá poblando el ciberespacio de museos virtuales, estaremos dotando al patrimonio contenido en el museo de una ausencia de pretensión estética similar a la de los objetos industrializados que se venden en un shopping.

Así el patrimonio estará “listo para ser consumido” una y otra vez, como si fuera un elemento más de una serie interminable... Una serie de imágenes reproducidas infinitamente en una pantalla.

Cualquiera podría decir a estas alturas que con este criterio como viajar es muy caro, mucha gente que nunca accederá a un pasaje de avión debería privarse de conocer los tesoros artísticos de la humanidad, o mirar fotografías de esos tesoros, pero en definitiva, la existencia de un museo virtual, no evitará que si tenemos la posibilidad de elegir, todos cambiaríamos felices una visita a internet, por una verdadera visita al museo del Prado -por ejemplo-.

El problema surge cuando se quiere institucionalizar al Museo Virtual como el reemplazante futuro del museo real.

La proliferación de voces que señalan al museo virtual como el reemplazante del museo real, nos hace sospechar que no es solamente un desarrollo al servicio de la masificación y acceso irrestricto a la cultura, y nos hace preguntarnos si no se estará usando a la tecnología simplemente como un nuevo medio de “transporte” (ahora ya no vamos al museo en auto, colectivo, tren o avión... sino vía internet), en lugar de usar a la tecnología como un nuevo medio de “comunicación” de esa cultura...

Esta virtualización de la cultura quizá esté más apoyada por un cambio de relaciones entre las estructuras sociales y económicas, que apoyada por un cambio en la forma de brindar acceso a ella.

El Museo es el lugar desde el que las naciones construyen y componen no sólo su mundo, sino también la visión del mundo que quieren presentar.

La incorporación material real de objetos, pone en relación al museo con los bienes históricos de la cultura de un país, pero también con las formas de transmitirla. Así visto el Museo Virtual sería una

forma de transmitir la cultura típica del concepto de “aldea-global” o sea típica de la economía de mercado vigente.

Pero el museo es tal por su contenido, y también por su continente, y como fuente de expresión su arquitectura -por ejemplo-, y su Museografía dicen tanto de la cultura como el propio patrimonio que hay dentro de él. La visita real al museo es casi un ritual, y los rituales son procesos que reúnen a la comunidad, ese culto le recuerda el punto de origen de su formación como sociedad, suprimido este ritual, acontece la pérdida de sentido de pertenencia, sentido que hoy las sociedades encuentran cuando están frente a frente con su patrimonio.

Desde la antigüedad los sitios rituales eran motivo de reunión y también de identificación cultural, a todos nos es fácil reconocer el *ágora* como el sitio de debate por excelencia entre los griegos, tal como en la actualidad para el Museólogo el museo sigue siendo el sitio por excelencia para reunir a la sociedad en torno a su identidad cultural.

Si el museo es algo que se consume, que corre como un río sólo sigue el mismo rumbo que éste, desaparece o se olvida, como el agua que ya corrió... La analogía del río con los objetos de consumo, puede llevarnos a comprender que lo que apaga la sed de memoria, no puede ser como el agua, algo efímero, sino que tiene que ser algo más sustancioso y perdurable.

Esa memoria está contenida en un patrimonio real, una colección organizada, pasible de ser interpretada y analizada, objeto y motivo de reflexión. El museo real es esto. Por eso es tan distinto de una galería de arte o de una “bienal”, porque ocupa un espacio permanente en la memoria transmisible, en la memoria elaborada, se dedica al testimonio de la historia para construir una imagen del mundo, ó para reconstruirlo, y para rescatar el patrimonio integral, hoy tan atacado por guerras y catástrofes ambientales.

Si los museos no pasan a formar parte del “río del consumo”, estarán en todo tiempo y lugar de la historia, y no formarán parte del proceso que satisface sólo la necesidad inmediata, su tarea será la memoria (y memoria que es sinó resistencia al olvido...).

El patrimonio real del museo es trabajo y reconocimiento de la historia del mundo, el museo es un “taller de la memoria”, que como todo taller no puede ser sólo virtual.

Así el trabajo con objetos reales, puede enseñar a nuestros niños que la ocupación artística y científica se puede conectar con el placer, descubrir algo en el museo puede ser liberador, el “trabajo del conocimiento” libera de la inmediatez del consumo y aporta a su proceso de maduración como hombres.

Los museos no pueden convertirse en empresas comerciales comunes y corrientes, el museo no puede ser un “vendedor de eventos”, los accesorios que venden en sus tiendas no pueden ser el fin excluyente de la visita, porque sinó el patrimonio estaría siendo sólo un portador de propaganda comercial.

Las obras que se ven virtualmente en un ordenador pierden su sentido de objetos de reconocimiento y percepción para transformarse en elementos invisibles para los sentidos más profundos. Así las colecciones pueden llegar a perder su contexto, y ese contexto es el que las saca de la individualidad objectual para convertirlas en eso, en una colección.

Por otro lado al visitar un museo solamente virtual, no se trabajan las experiencias, solo se entrega uno a la atracción de la imagen, como lo hace con la televisión, o con las vidrieras de un centro comercial, al fin de la “visita” no habrá interpretado el patrimonio como tal.

Es inevitable también pensar en cuánto se hará más fácil manipular el sentido del patrimonio, ya que para que el visitante virtual lo vea tengo que aplicar técnicas comunicacionales distintas de las que uso en una Museografía real, y también tengo que aplicar técnicas de elaboración conceptuales de un guión Museológico muy distintas de las que los Museólogos utilizamos hoy día, quizá la falta de un intérprete humano termine haciendo que las explicaciones tengan que estar simplificadas para “entrar” en la cabeza de todos los visitantes, transformando al público en un “público general” por las limitaciones propias impuestas por la tecnología... Ni hablemos de la nula posibilidad de aplicar técnicas interpretativas del patrimonio en los museos virtuales.

El concepto de Museo Virtual quizá deba verse negativamente sólo cuándo pretende reemplazar al Museo Real, y quizá esta “moda” se deba a la desesperación de las sociedades cuándo se enfrentan a su propia incapacidad para reconstruir su historia a través de la memoria.

Quizá la sistemática destrucción del patrimonio se ha proyectado a la intimidad de la sociedad, quizá ha hecho que los hombres tengan dificultades para establecer relaciones entre ellos, entre distintos sexos, y entre sociedades distintas.

El museo no puede ser solamente virtual, un “objeto de mercado”, un “almacén de patrimonio”, o la sociedad perderá su capacidad de memorizar, tal como lo hace el mercado de consumo que satisface el deseo inmediato, el mercado de consumo que de tan insensible... ya no recuerda lo que vendió ayer...