

EL MUSEO ANTE EL RETO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL SIGLO XXI

José Ramón Alcalá

Catedrático de Procedimientos Gráficos y Tecnologías
de la Imagen. Facultad de Bellas Artes de Cuenca.
Director del MIDE (Museo Internacional de Electrografía) de Cuenca
Correo-e: JoseR.Alcala@uclm.es

**“En el futuro, el museo contendrá una sola obra;
y toda la documentación complementaria y contextual que la explique”.**
Umberto Eco

Resumen

La incorporación de las nuevas tecnologías de la imagen en los programas museográficos es una realidad inevitable que, lamentablemente, no está resultando todo lo positiva que cabría esperar. Muchos de los problemas y de los retos que su adaptación a los museos actuales está generando son consecuencia directa del desconocimiento que, sobre estas nuevas herramientas y sistemas, se tiene en los equipos que ejercen la museística. Este artículo analiza las características tecno-funcionales de estas nuevas tecnologías electrónicas y multimedia, aportando un análisis metodológico de sus potencialidades y sus peligros, y haciendo un análisis socio-cultural de las implicaciones que su implantación efectiva en los museos y centros de divulgación producirá en el contexto de la experiencia de la adquisición del conocimiento en la sociedad de la cibercultura, que estamos construyendo para las próximas generaciones.

Palabras clave

Nueva museología, Museografía contemporánea, Arte y Nuevas Tecnologías, Aplicación de las Nuevas Tecnologías de la Imagen, Divulgación de la cultura y del saber científico, Arte Actual, Museos, Nueva Cultura.

Hasta la aparición de las tecnologías informáticas de telecomunicación y su implantación efectiva a través de la creación y popularización de la red Internet tal y como la conocemos hoy, el burgo se había convertido, desde el siglo XIV, en el lugar ideal e

insustituible para el intercambio de ideas, fragua irremplazable del conocimiento y de los avances técnico-científicos. A finales del s. XX, nuestros contemporáneos creían ya superada la idea medieval del flujo de información y conocimiento científico de manera personalizada y elitista, siempre realizado a través del contacto directo o mediante mensajeros de los líderes científicos de diferentes monasterios y abadías, de cortes reales o nobiliarias y cuyo “tempo” evolutivo –o tiempo histórico– era pautado por el sosegado viaje del asno o del caballo. Sin embargo, ha sido precisamente la aplicación de la tecnologización de las comunicaciones y la informatización del saber y del conocimiento científico lo que nos ha provisto, como idea potencial, como posibilidad en ciernes de la recreación una vez más de ese centro generador-receptor de conocimiento, foco científico-intelectual que genera a su alrededor una microdinámica social pero que representa a la vez un polo de atracción internacional que se nutre, no sólo de sus propia actividad investigadora, sino de los avances de otros centros, sin perder por ello su propia identidad (antes diluida en el trasiego y las contaminaciones de la ciudad) y que vive su soledad física, geográfica, no ya como aislamiento, sino como alejamiento de los problemas y desviaciones de las grandes urbes metropolitanas, para quedar concentrado en la idea pura de la creación –que ahora se ve refrendada por el marco insustituible de una naturaleza plena y de un tiempo de las relaciones sociales de escala humana– es precisamente esta idea del centro-). Son ahora las redes de telecomunicación y la virtualización de la información las que proveen al científico y al artista, así como al divulgador del saber artístico y científico que aquellos nos proporcionan, no sólo del acceso a la información y al intercambio en condiciones idénticas al usuario de la metrópolis, sino de toda la contaminación medioambiental en el sentido comunicacional que se hacen necesarias para ser efectivamente un ser moderno.

Resulta, por tanto, consensuada la idea de una cierta imposibilidad para eludir hoy día el uso de las tecnologías audiovisuales y multimedia de la información y de la comunicación ante cualquier tipo de propuesta museográfica. Tal vez porque es innegable la tremenda eficacia que su uso inteligente comporta en aras a la obtención de resultados espectaculares ante cualquier planteamiento divulgativo.

Sin embargo, lamentablemente, el panorama que nos ofrecen los resultados de esta utilización a lo largo de la última década en museos y centros divulgativos de todo el mundo no ha sido, en general, todo lo halagüeño que cabría esperar.

Por ello, y a pesar de la complejidad que supone realizar un análisis en profundidad sobre el tema en cuestión, sí estamos en condiciones de afirmar que, entre las razones más evidentes de este aparente fracaso, habría que destacar la novedad de estas tecnologías como sistema y estrategia para la divulgación científica, la dificultad que comporta su uso, su elevado precio de adquisición, montaje y mantenimiento, la falta de personal cualificado que las ponga en funcionamiento, la necesidad de crear instalaciones y espacios adecuados para contenerlas, la falta de preparación de sus usuarios (visitantes), así como una política y una metodología didáctica en su utilización, etc.

A pesar de todo ello, una vez decidida su utilización en un programa museográfico,

la aplicación de estas nuevas tecnologías hará indispensable el uso de información virtual, que implicará la incorporación a las infraestructuras propias del museo de sistemas electrónicos de procesamiento de la información, sistemas digitales de visualización de esa información, y sistemas lumínicos de proyección. Asimismo, se hace indispensable la incorporación de grandes salas de proyección preparadas específicamente para contener sistemas de interactividad para grupos, cuya tecnología, aparte de ser muy costosa y de muy difícil operatividad y mantenimiento técnico, se encuentra, como tecnología punta que es, en fase emergente. No se debe olvidar tampoco la naturaleza multimedia de la información que debe ser manejada, lo que implica para el museo la adquisición de una amplísima gama de equipos que la soporten, haciendo indispensable la incorporación paralela de numerosos espacios de apoyo, una muy cuidada y sofisticada instalación lumínica y un complejo estudio de recorridos que controlen en cada momento la disposición individual y colectiva de los usuarios así como el “tempo” de la visita. Y éste es un grave problema por cuanto, en la mayoría de las ocasiones, no se tiene en cuenta la capacidad receptiva de los usuarios ni la calidad y cantidad de su comportamiento como potenciales aprendices, como demandantes de conocimiento, algo que debería estar científicamente estudiado en la fase previa a la demarcación de los objetivos museográficos por parte de la comisión de expertos y por encargo específico de su patronato.

Las consecuencias de tomar conciencia de todo ello, e intentar llevarlo hasta sus últimas implicaciones dentro de lo que podríamos denominar un “ejercicio de coherente responsabilidad museológica”, pasan muchas veces por cuestionarse el hecho mismo del museo como marco físico más adecuado para el logro de sus objetivos divulgativos. Si algo nos están enseñando las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, proveedoras de conceptos tan revolucionarios como son la interactividad o la teleactuación, es que, a mayor coherencia en la aplicación de los contenidos con el medio tecnológico utilizado, mejores resultados y mucho más eficacia divulgativa.

Tengamos en cuenta que nuestra sociedad está cambiando a un ritmo vertiginoso, fundamentalmente, porque sus individuos están cambiando sus hábitos socio-culturales. Pensemos que esta sociedad que ha visto nacer el siglo XXI posee la velocidad de Internet como soporte del flujo de la información y de la comunicación entre sus individuos. Hace ya mucho tiempo que la velocidad del avión ha sido superada. Si podemos hoy día calcular las consecuencias producidas por la penetración social de la velocidad de la máquina de vapor en la sociedad industrial de finales del siglo XIX, imaginemos las consecuencias que tendrá esta velocidad superior a la de los cohetes supersónicos, y cuya consecuencia más evidente y palpable es el desgaste de la eficacia comunicacional de la información en los tiempos actuales. El acceso instantáneo y planetario que las nuevas tecnologías telemáticas ofrecen al ciudadano contemporáneo, está posibilitando el don de la ubicuidad a toda la información que éstos generan. Estas inéditas situaciones socio-culturales traen como consecuencia directa la necesidad permanente de planteamientos innovadores (o renovadores) en cuanto a la iconografía de los ítem culturales, la globalización cultural, que más bien deberíamos describir como “romanización” cultural, para comprender los efectos hegemónicos de la introducción de estas nuevas tecnologías por la cultura anglosajona, que está utilizando los lenguajes informáticos y todas sus consecuencias tecno-científicas

como en su día hizo del latín el imperio romano. Y, por supuesto, un nuevo esquema que organiza de forma inédita el triángulo tradicional “creador-obra-espectador” (más propiamente descrito ahora como “productor-propuesta-usuario”). Situaciones que van a afectar directamente a las características, los principios funcionales y los objetivos fundacionales del museo en cualquier rincón del planeta, viéndose además inmersos irremisiblemente en la vorágine propiciada por la necesidad de innovar como perfil diferenciador del resto de los museos del ramo. Siendo éste otro de los regalos envenenados con que la sociedad occidental ha contribuido a la globalización cultural y que, en una sociedad en la que la cultura es un atributo de la política que sirve directamente a sus intereses partidistas, suele traer como lamentable consecuencia planteamientos museográficos marcados por objetivos a corto plazo y rendimientos mercantiles como base del estudio, análisis y delimitación de objetivos.

Resulta innegable que estamos reinventando, una vez más en la historia de nuestra civilización, el mundo que habitamos: cómo es y cómo funciona. Para ello proponemos nuevos modelos de interpretación. El mundo ya no es un planeta redondo en movimiento que gira alrededor del Sol con una lógica física (como nos enseñaron desde el Renacimiento), sino que el universo en el que estamos inmersos depende de la participación de sus observadores. Arte y Ciencia son modelos paralelos. Estamos en una época en la que lo verdaderamente exigido es la experimentación que ha de producirse en una cultura en transición, pues existe un “tiempo” de los hombres que no podemos acelerar. El modelo no es una copia, sino una proposición. No podemos ver el mundo sin interpretarlo. Así, la importancia filosófica de la relación Arte-Ciencia consiste en tratar de encontrar el interfaz entre ambas y conocer qué es lo que nos están tratando de proponer de forma conjunta. De esta manera, nos dará a entender la visión del mundo; esto es, el modelo que andamos buscando, después de que la ciencia, la tecnología y el arte (con Duchamp a la cabeza) hayan puesto en crisis los modelos anteriores.

Para ello, es esencial que entendamos que el concepto de comunicación –fundamento de toda propuesta divulgativa y, por tanto, museográfica– ha cambiado su sentido. La comunicación es, según el modelo propuesto por Niels Bohr, “el espacio que definen conjuntamente las proposiciones del observador A + el observador B; De ahí, que se pueda definir la realidad como el conjunto de la comunicación entre las personas”. Por ello, los creadores, los divulgadores de ciencias y artes, la gente que participa de forma activa –en un sentido u otro– de la producción de cultura, deben estar presentes en este “Espacio de la Comunicación”, que queda definido como la proposición espacio-temporal resultante de intersectar el espacio-tiempo propuesto por cada uno de los tres grandes moduladores de comunicación de este siglo –el ordenador, el vídeo y la telecomunicación– pues, de no interactuar en él, sería la primera vez que éstos no participarían en la construcción del modelo que define las relaciones entre realidad e individuo. Así, las tribus urbanas, planetarias, interconectadas, emergentes, independientes y alternativas, planean cada vez en mayor proporción sobre los territorios de la cultura y del marketing, imponiendo criterios estéticos, ideológicos y de mercado. Ellos sí saben manejarse entre los *media*, poseen ambiciones comunicacionales y son consubstanciales con las nuevas premisas de la cultura emergente, que, como Roy Ascott la define, ha pasado de asumir parámetros tales como

recepción, representación, perspectiva, plano figurativo, contenido, objeto, iconicidad, naturaleza, certidumbre, resolución, observación, a regirse por parámetros sustitutorios tales como negociación, construcción, heurística, contexto, proceso, inmersión, *pattern*, bionicidad, vida artificial, contingencia, emergencia, o paranoia; Permitiendo en esta transformación una transformación mucho más poderosa y de incalculables consecuencias sociales, por cuanto supone una cierta transformación orgánica (cerebral) de sus individuos, que están pasando de un funcionamiento de absorción de la información basado en lo que los científicos denominan el “automatismo cerebral” a un sistema ultraveloz de acceso a la información (adquirida pero no procesada –atención a la diferencia entre información y conocimiento–) que denominan “mente distribuida” y a través del cual, el usuario de las tecnologías de la información y de la comunicación es capaz de absorber ingentes cantidades de información por segundo, organizando situaciones mentales previas a lo que podríamos denominar “el estadio del conocimiento”, que implica el procesamiento crítico de esa información.

De esta manera, los museos y centros de divulgación científica deben estar preparados –desde sus legítimas aspiraciones por la eficacia en la divulgación científica– para orientar sus producciones hacia estos individuos que serán, sin lugar a dudas –ya lo son de facto– sus nuevos clientes-usuarios.

Más aún, deberíamos comprender que, como hemos enunciado, el papel del museo del siglo XXI debe consistir en la difusión del conocimiento, la creación de las estrategias metodológicas y la construcción de los sistemas expertos capaces de transmitir todo este conocimiento como una experiencia intelectual y sensitiva global. El museo como institución debe empezar a revisar su ubicación dentro del periplo de la tecnociencia y del conocimiento de todas las ramas del saber, provocando un desplazamiento desde la fase final del proceso en la que está ubicado en la actualidad, hacia una fase inicial, con la finalidad de convertir lo que ahora se procura que sea una experiencia sensitivo-perceptiva que refuerce las aspiraciones de usuarios concienciados (herencia de la sociedad romántica que vio nacer los museos), en una semilla germinal del vértigo que nos procura el acceso al conocimiento y al saber científico.

Para ello, el museo del siglo XXI se deberá organizar en torno a sus laboratorios de investigación y a sus talleres de construcción de modelos. Estos serán espacios de trabajo que se deberán encargar de la conservación de la colección, de la creación de criterios para las estrategias metodológicas expositivas, de la construcción de sistemas expositivos interactivos, así como del volcado y gestión *on-line* en Internet de los fondos y de la documentación

Así, la virtualización y tecnologización de toda la información, de todos los recursos y de todos los sistemas didácticos que afectan a los contenidos medulares de un museo, permitirá, a través de sus características intrínsecas basadas en la virtualidad de la información que trata, en la multimedialidad de las plataformas que la soportan, en la interactividad de sus sistemas funcionales, en la capacidad de tele-operación de sus usuarios y en la globalidad de su área operacional, que se den las condiciones necesarias para generar

el “traslado” (virtual) del museo hasta el rincón íntimo e individualizado del hogar y hasta las aulas, donde los profesores y docentes se encuentran en mejor situación para explotar estos recursos potenciales que ofrece el museo y donde el acceso a dicha información no sea tanto una anecdótica visita turística puntual como un recorrido anclado en la problemática y en el devenir de los objetivos de un programa didáctico concreto; y también, porqué no, de poder trasladar el museo también hasta los laboratorios de investigación, donde podrá optimizarse la aplicación del conocimiento que deviene del uso de la información privilegiada generada por los contenidos del museo, gracias a unos recursos y a una tecnología totalmente inaccesible para aquellos.

Valencia/Cuenca, Diciembre 2001