

El museo hipermedia

Isidro Moreno
Doctor en Ciencias de la Información
por la Universidad Complutense de
Madrid.
Profesor Titular de la Facultad de
Ciencias de la Información de la Uni-
versidad Complutense de Madrid.
ims@ccinf.ucm.es

Recibido Septiembre 25 de 2007
Aprobado Diciembre 03 de 2007

Resumen

Los nuevos museos, tanto de arte material como inmaterial, cuentan con todo tipo de elementos discursivos, desde los tradicionales a los novísimos que les proporcionan las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. El museo se convierte así en un auténtico paradigma hipermedia. El reto está en hacer converger adecuadamente todos estos elementos al servicio del conocimiento y de las piezas, ofreciendo a los visitantes la oportunidad de profundizar hasta donde deseen. No hay que olvidar que la tecnología debe alumbrar y no deslumbrar.

Palabras clave: museo, conocimiento, tecnología, discurso.

The hypermedia museum

Abstract

The new museums, of material as well as immaterial art, count with all types of discursive elements, from traditional forms to novel ways offered by new information and communication technologies. The museum has turned into an authentic hypermedia paradigm. The challenge lies in the adequate conversion of all these elements at the service of knowledge and the pieces, offering visitors the opportunity to go as far as they wish. There is no need to forget that technology must enlighten and not to dazzle.

Key words: museum, knowledge, technology, discourse.

Museum I+D+C

216

Las siglas que acompañan a la palabra museo (**I**nvestigación+**D**esarrollo+**C**reación) reflejan la actividad del grupo de investigación y creación de nuevos museos que dirijo desde hace años en la Universidad Complutense de Madrid, Museum I+D+C (www.ucm.es/info/otri/complutecno/fichas/tec_imoreno1.htm), pero la palabra que mejor define mi relación con el museo es, sin ninguna duda, **PASIÓN**. Y de esa pasión surgió la creación y posteriormente la investigación. Ahora creación e investigación son para mí un binomio indivisible que me permite una evolución continua como docente, como investigador y como creador de nuevos museos.

Quienes me conocen saben que cuando afronto la creación de un nuevo museo me siento la persona más afortunada del mundo. He tenido en mis manos el Beato de Liébana de Don Fernando y Doña Sancha, he ojeado la Biblia de Gutenberg, me he deslumbrado con las tipografías grabadas en oro del Códice Áureo, he estado a solas de madrugada con las Meninas y con Velázquez, también de madrugada he dialogado en absoluto silencio y en absoluta soledad con el Pantocrátor de San Isidoro de León, me he movido por el Palacio Garnier de Jerez como si fuera su propietario, he montado en carrozas, he sentido el hálito de los guanartemes canarios en la Cueva Pintada donde rendían culto a sus ancestros, he estado a solas con obras de valor incalculable, me las han explicado los mejores expertos, he conocido su creación y sus avatares a través del tiempo, he seguido la pista a obras similares, he disfrutado descubriendo las interacciones que se producen en el laberinto de la cultura, he redescubierto la importancia del patrimonio intangible, he vivido el Misterio de Elche declarado por la UNESCO Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, he sentido el aliento de las musas, su delicado tacto... En esos momentos comienza el gran reto: transmitir esa pasión, esas emociones y ese conocimiento a los visitantes del nuevo museo de manera que experimenten unas sensaciones similares a las mías y que puedan profundizar en el conocimiento de obras y procesos hasta donde deseen.

Una buena concepción museológica y una acertada plasmación museográfica transforman a los visitantes en participantes, unos participantes que descubren que el conocimiento del nuevo museo se va tornando transparente e invita a sumergirse en una apasionante aventura vital e intelectual.

Los apocalípticos piensan que se está produciendo una disneylandización del museo tradicional, que se diluyen las barreras entre el parque temático y el Museo, que se pierde la esencia del mismo. Hay que preguntarse qué entienden por esencia: ¿ser un centro de conocimiento codificado reservado exclusivamente a quienes poseen las claves ocultas como hasta hace bien poco?

Una metáfora acuosa permite comprender la diferencia que debe separar al museo del parque temático. El parque temático es un torrente ruidoso, es apariencia, es divertida superficialidad. El museo es un río profundo de saberes y, como decía el historiador latino Quintus Curtius: “los ríos más profundos son siempre los menos ruidosos”. El museo tradicional permite ver exclusivamente la superficie de este río, el nuevo museo debe facilitar la inmersión para que cada persona bucee hasta donde le plazca, descubra que es apasionante traspasar el espejo y sienta que la transparencia del conocimiento deja de ser un privilegio exclusivo de los iniciados.

Otra gran diferencia frente al parque temático debe ser la actitud del receptor. El torrente ruidoso incita al grito, la inmersión en aguas profundas invita a la reflexión, al goce interior, a la emoción, a la pasión. El grito es otra forma de descontextualización y ahí tienen mucho que decir los arquitectos que se olvidan de realizar un buen tratamiento acústico. Cuando concebí el primer Museo del Libro de la Biblioteca Nacional de España, el arquitecto Fernando Redón coincidió conmigo en la necesidad de lograr un ambiente íntimo y sin ruidos. No fue fácil convencer a la propiedad de utilizar una cierta penumbra lumínica y un suelo enmoquetado. La penumbra, además, era absolutamente necesaria para que el iris de los visitantes estuviera bien abierto y percibiese mejor los manuscritos que exigen una iluminación muy baja por motivos de conservación.

Un avance tecnológico fundamental para alcanzar la intimidad en el museo son los sistemas inalámbricos que utilizan los guías para transmitir la información a los grupos. Por una parte, no se molesta al resto de visitantes y, por otra, se susurran las informaciones al grupo en lugar de gritárselas. Hay otros gritos que no tienen que ver con el sonido que conviene desterrar del Museo: la grandilocuencia, los efectos injustificados...

Hay que señalar que no todos los creadores de nuevos museos tienen clara la diferencia entre parque temático y museo, y, aún teniéndola, a veces sucumben a la disneylandización intentando alcanzar los objetivos exclusivamente cuantitativos que mueven a los gestores políticos. En el lado opuesto están quienes reniegan de lo cuantitativo pensando que es la antítesis de lo cualitativo.

Para que el museo cumpla su función de servicio público hay que conjugar razonablemente lo cualitativo y lo cuantitativo, algo que procuro que se produzca en los museos que concibo. A propósito de la inauguración del Museo del Arte Ecuéstre de Jerez, una periodista me preguntaba si era lícito realizar efectos espectaculares en un museo. Mi respuesta fue rotunda, pero condicionada: sí, si los efectos son expresivos y susurrantes. Si los efectos no son expresivos, en un museo se transforman en defectos.

Arte material e inmaterial¹ y NTIC

Aunque muchos e importantes museos nos recuerdan que el museo almacén de lujo, el museo panteón, el museo escultura... gozan de una incomprensible buena salud, es evidente que “el templo de las musas” (etimología de museo) encara el futuro con una mentalidad más comunicacional, narrativa e hipermedia. El propio concepto de “museo” como colección que hay que preservar, ampliar y difundir lleva años abriéndose y ya no es necesario recurrir a subterfugios lingüísticos para nombrar los museos difusores y conservadores del patrimonio inmaterial. El propio International Council of Museums (ICOM) reconoció oficialmente esta apertura dedicando el día Internacional del museo

¹ Este mismo tema que ahora amplío y actualizo lo traté en el libro colectivo de homenaje al profesor Jesús García Jiménez, *La comunicación social contemporánea*, Madrid, Universidad Complutense, 2005.

2004 a “Museos y Patrimonio Inmaterial” *“Aunque la noción de patrimonio está dominada por sus manifestaciones tangibles, no se debe olvidar que el patrimonio inmaterial también constituye un ingrediente primordial de cada cultura”* (PINNA: 2003).

La UNESCO en una reunión en marzo de 2001 definió provisionalmente “patrimonio cultural inmaterial” de esta manera: “los procesos aprendidos por los pueblos junto con el saber, las destrezas y la creatividad que los definen y son creadas por ellos, los productos que elaboran y los recursos, espacios y otros aspectos del contexto social y natural necesarios para su sostenibilidad; estos procesos ofrecen a las comunidades vivas un sentido de continuidad respecto a las generaciones anteriores y son importantes para su identidad cultural, así como para la protección de la diversidad cultural y la creatividad de la humanidad”.

Todos los medios tradicionales y los novísimos basados en las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación se ponen al servicio de los nuevos museos de arte material y, especialmente, de los mencionados de arte inmaterial hasta convertirlos en un auténtico paradigma hipermedia. Piezas originales, replicas y facsímiles, reconstrucciones arquitectónicas, maquetas, sistemas audiovisuales y multimedia interactivos, simulaciones holográficas y sistemas estereoscópicos capaces de romper los límites entre lo real y lo virtual se amalgaman para generar vida en un espacio tradicionalmente más parecido a un almacén de lujo o a un templo sagrado que a un espacio narrativo vivo e interactivo; un espacio en donde se desarrollan relatos con una sólida base científica para hacer que las piezas recobren su significado y que el patrimonio inmaterial no se volatilice por las presiones de una mal entendida globalización uniformizante. Así, los visitantes pueden convertirse en participantes en la aventura del conocimiento abierto. Por ejemplo, en el Museo Parque Arqueológico Cueva Pintada de Las Palmas de Gran Canaria inaugurado en 2006, lo primero que hacemos es invitar al visitante a que se sumerja en el mundo aborigen del yacimiento arqueológico a través de una película estereoscópica, así conocen su vida cotidiana, sus ritos, su organización...

Incluso las obras que parece que se ofrecen plenamente al visitante, como son los cuadros, apenas dejan entrever parte de su riqueza expresiva si no se es capaz de descifrar sus códigos. Eco (1989, pág. 65) lo expresaba muy bien ya a finales de los años ochenta, afirmando que,

Un museo didáctico ideal debería estar sólo centrado, por ejemplo, en la Primavera de Botticelli. El visitante, con variados recorridos a elección, pasará a través de una serie de situaciones expositivas que lo informen sobre la civilización florentina del siglo XV, su música, su pensamiento filosófico, la vida cotidiana de la ciudad y de la casa, la vida de la corte, los problemas económicos, el modo de trabajar de los artistas, la organización del taller del pintor, las técnicas de pintura, los condicionamientos económicos de la obra, la tradición figurativa anterior, los valores políticos, morales, religiosos en los que el pintor se inspiraba, etc. En la medida en que estas informaciones se ofrezcan de modo atrayente, usando todos los medios que se disponen, desde el film a la reconstrucción, el visitante estará en condiciones de comprender al final de su viaje qué significa y por qué es bella la obra de Botticelli.

Se ha utilizado en muchos casos el apelativo “interactivo” para dar un aire de modernidad al museo; pero todos esos calificativos de carácter venal sobran, pues todos los museos deberían buscar la interacción con sus receptores, incluso los tradicionales de pintura como el Museo del Prado de Madrid. Y no estoy hablando de inundar de prótesis tecnológicas cada una de las salas afeando el espacio y entorpeciendo la visión cuando las personas se arremolinan en torno a ellas. Precisamente la tecnología inalámbrica móvil facilita novedosas actuaciones; pero de ese tema, hablaré al final del artículo.

Por otra parte, los museos han saltado a la Red para quedarse actuando autónomamente o como apoyo al museo real sin ningún tipo de afán sustitutorio, todo lo contrario, las web de los museos están llevando al museo físico nuevos visitantes mejor preparados para adentrarse en el disfrute de lo real después de una primera inmersión virtual. Es cierto que la mayoría de los grandilocuentemente llamados museos virtuales son meros folletos digitales en lugar de sedes virtuales. Buena parte de la culpa la tiene el propio lenguaje. Decimos “página web” del museo, en lugar de sede web o sede virtual del museo. Si

nombramos mal, difícilmente el contenido será el correcto. Esto lo refleja muy bien Pedro Salinas (1991) en *El defensor*:

No habrá ser humano completo, es decir, que se conozca y se dé a conocer, sin un grado avanzado de posesión de la lengua. Porque el individuo se posee a sí mismo, se conoce expresando lo que lleva dentro, y esa expresión sólo se cumple por medio del lenguaje. Ya Lazarus y Steinthalt, filósofos germanos, vieron que el espíritu es lenguaje y se hace por el lenguaje. Hablar es comprender, y comprenderse es construirse así mismo y construir el mundo.

Difícilmente vamos a construir una buena sede web de un museo llamándola página web.

Diseño decorativo y diseño discursivo

Si los nuevos museos constituyen un paradigma hipermedia, también deberán converger múltiples especialidades en su creación, desarrollo y conservación. En esta estrecha colaboración de especialidades descansan las claves para lograr una real evolución hacia un nuevo museo, aunque no sea fácil llegar a ese necesario equilibrio.

El arquitecto, tanto si se trata de un nuevo espacio como si se reutiliza otro existente, tiende a pensar exclusivamente como tal, el museólogo siente que el espacio museográfico es su casa, el diseñador piensa en la estética más que en la expresión, los comunicadores (guionistas, realizadores...) quedan relegados a la realización de floreros tecnológicos, no sea que confundan ficción con realidad, y éstos tienden a trasladar los documentales televisivos al museo o a crear un sistema interactivo para el museo similar al que harían para difundirlo en un soporte material (CD-ROM, DVD...) o en un soporte inmaterial en línea (Internet...).

En la creación de ciertos museos a los diseñadores no les transmiten conceptos sólidos y esto hace que se produzcan desajustes importantes entre diseño y expresión, predominando el primero. No es raro encontrar efectos escenográficos fuera de contexto, procesos que no se entienden, cartelas que no se leen...

Es fundamental crear un discurso narrativo hipermedia con una sólida base científica que ponga el espacio, el tiempo, los personajes y las acciones al servicio de los contenidos materiales o inmateriales del museo, un discurso que devuelva la vida a los procesos, que haga partícipes a las personas del saber representado y que produzca interacciones informativas y emocionales para conocer y fijar el conocimiento. Lo atractivo y divulgativo no está reñido con lo riguroso, y lo lúdico puede redundar a favor de la comunicación. El diseño debe ponerse al servicio de la expresión.

Un buen ejemplo de efecto expresivo muy espectacular puede disfrutarse en el Museo Nazionale del Cinema de Turín www.museonazionaledelcinema.it/en/cover_en.php, situado en la impresionante Mole Antonelliana, uno de los monumentos más significativos de la ciudad. La exposición trepa por una rampa interior del gran tronco de la torre e incorpora un buen número de pantallas. El espacio es oscuro y se juega con luces y sombras, la mejor manera de representar el cinematógrafo. En un determinado momento, cesan las proyecciones, se repliegan las pantallas y se abren las múltiples ventanas de la torre. El espacio se inunda de luz y se disfruta de la visión interior del edificio a la vez que se pierde la magia de la exposición. Pasados unos momentos, las ventanas se cierran, las pantallas se extienden y vuelven las proyecciones. Luces y sombras, bello, espectacular y expresivo efecto que resume la esencia del cine y, además, nos permite observar el edificio que alberga el museo; un monumento en sí mismo.

Cuando el espacio que cobija el museo no es de nueva construcción, como la Mole Antonelliana de Turín, se plantea un doble reto: lograr que esté al servicio de los nuevos contenidos sin desvirtuar sus valores intrínsecos. En el museo del Enganche que yo mismo concebí para la Fundación Real Escuela Andaluza del Arte Ecuestre de Jerez, los carruajes y carrozas principales se exponen en una nave bodeguera histórica con techos altísimos y gráciles columnas. Los técnicos planteaban, por ejemplo, colgar los focos para iluminar los carruajes en dichas columnas, lo que producía una contaminación visual del espacio aéreo de la bodega. Finalmente optamos por cañones camuflados en el techo que bañan de luz las carrozas centrando perfectamente la atención en ellas y delimitan un perímetro alrededor que no se atreve a invadir el visitante. Así se evita la colocación de cualquier tipo de barrera física y la luz reflejada por las piezas unidas a la que desprenden las vitrinas es suficiente para moverse por el museo. Esta iluminación puntual resalta el valor de los carruajes, respeta los elementos arquitectónicos de la bodega y recuerda el ambiente reposado y de penumbra que siempre tuvo.

En *Towards a new museum*, Victoria Newhouse (1998) planteaba la novedad del nuevo museo a través de su continente, ya que su libro glosa la arquitectura de los museos de nueva construcción con deslumbrantes ejemplos como el Guggenheim de Bilbao de Frank O. Gehry, la Gotetz Collection de Munich de Jacques Herzog y Pierre de Meuron, el Kiasma Museum for Contemporary Art de Helsinki de Steven Holl y tantos otros. Para clasificar estos espectaculares continentes, no duda en perpetuar los tópicos del museo más tradicional. El capítulo uno se titula “El gabinete de curiosidades”; el dos, “El museo como espacio sagrado”...

En los museos de nueva construcción prima la singularidad arquitectónica, y rara vez, se tienen en cuenta los contenidos que alojará. De hecho, el proyecto museológico y museográfico en muchas ocasiones se hace una vez encargado

y, a veces, construido el edificio. Al arquitecto apenas se le dan pistas de las necesidades museográficas. Todo el mundo, por ejemplo, alabó el tratamiento de la luz natural que había realizado Navarro Baldeweg para el Museo de Altamira (museodealtamira.mcu.es/post_index.html) de Santander en España, pero ¿cuántos se preguntaron por el tipo de luz que necesitaba la museografía del mismo y sobre la versatilidad del tratamiento de esa luz? Habría que recobrar el concepto de “arquitectura ausente” al servicio de los contenidos para el interior de los museos de nueva construcción, y no me parece mal que el exterior adquiriera un carácter macroescultórico como el Museo de las Ciencias Príncipe Felipe (www.cac.es/) de Valencia de Santiago Calatrava, siempre que no mediatice los interiores, algo que sí ocurre en este deslumbrante edificio.

Redefinición narrativa de los elementos museográficos

Arquitectónicamente se ha producido una redefinición del espacio de los nuevos museos, aunque disociada de los contenidos. No se trata, por otra parte, de supeditar los continentes absolutamente a las piezas y a las modas museográficas actuales, sino de lograr una “arquitectura ausente” de interiores flexible y transformable al servicio de los contenidos presentes y futuros. Esta redefinición se extiende al resto del museo con resultados diversos que indican que una institución tendente al inmovilismo ha comprendido la necesidad de dinamizarse.

“En una exposición, los objetos ganan en cuanto a su papel de símbolos sagrados del arte a los que hay que rendir pleitesía, pero pierden parte de su historia y, por tanto, gran parte de su discurso narrativo. ¿Qué sabe el paseante del contexto social, espacial y temporal de los mismos? ¿Qué conoce de los personajes y de sus relaciones? ¿Cómo descubrir las acciones que se sugieren? ¿Por qué el autor ha optado por esas sustancias expresivas? Es harto difícil responder a

estas preguntas, incluso frente a obras pictóricas realistas como La Venus del espejo de Velázquez. ¿Y si en lugar de un cuadro como La Venus del espejo encontramos en un museo del cine una caja de madera con una manivela y una cartela en la que se lee:

Cinematógrafo Lumière, Filmoteca Española »? El experto verá más allá de esa caja una cámara, una copiadora y un proyector con los que se registraron, se copiaron y se proyectaron algunas de las primeras imágenes en movimiento, imágenes mecánicas capaces de alumbrar un arte y una industria definitorias del siglo XX (MORENO, 2000:26)

Cuando tuve que exponer esa mágica cajita llamada “Cinematógrafo Lumière” en la exposición “Soñar el cine” para la Filmoteca Española, en lugar de la cartela clásica, opté por una especial cartela interactiva: el cinematógrafo se integraba en un sistema hipermedia que al activarlo apagaba la luz que lo iluminaba y la visión del cinematógrafo real era sustituida por una simulación holográfica tridimensional que permitía ver cómo se utilizaba para la obtención de vistas (cámara), y cómo al abrir su parte trasera servía de tren de revelado en la habitación oscura del laboratorio o de aparato de proyección en sala, si se le añadía una linterna mágica.

Un concepto similar lo he utilizado en el Museo del Enganche (www.realescuela.org) para la Real Escuela del Arte Ecuéstre de Jerez. Añadí a cada carruaje una pantalla táctil con una pequeña franja siempre visible con los datos de la cartela tradicional, datos que se mantienen siempre para los visitantes que quieren conocer exclusivamente las informaciones básicas. El resto de la pantalla permite enganchar el carruaje con distinto número de caballos y con distintos estilos (calesero, inglés...), conocer visualmente la historia del carruaje, los hitos en los que ha participado, sus usos cotidianos como coche de paseo, de campo... En la interfaz principal se presenta algo que podría parecer una reduplicación innecesaria, ya que muestra el carruaje en realidad virtual. ¿Por qué presentarlo así si es más rica la visión directa? Efectivamente es preferible su visión directa,

pero existen puntos de vista del carruaje real que se escatiman al receptor, por ejemplo, la visión cenital. Por el contrario, el carruaje virtual, exacto al real, permite cualquier tipo de visión y estudio de detalles.

Estas cartelas procuran romper los límites que aconseja la conservación de las piezas y devolverles la vida que han perdido al entrar al museo. En el Museo del libro que realicé para la Biblioteca Nacional a principio de los años 90 y que se inauguró en 1995, la necesidad de estos sistemas se agudizaba; ya que mostrar la página de un libro es como mirar el mayor de los laberintos por el ojo de una cerradura. Así, después de ver los ejemplares más significativos de la Biblioteca como el Beato de Liébana de Don Fernando y Doña Sancha, los libro de horas o las mejores ediciones de El Quijote, el receptor puede penetrar en su mundo, ya que se integran ediciones facsímiles en grandes vitrinas exentas a las que entra el visitante para disfrutar de estas joyas de la cultura. Dentro de estos sistemas expositivos especiales, un completo sistema multimedia interactivo permitía comprender el libro, hojearlo, escuchar su lectura en latín y comprobar cómo es el libro realmente, ya que se ilumina frente a él un facsímil. Se utiliza la edición facsímil para que el original no sufra deterioro alguno.

En muchos casos, los sistemas multimedia interactivos son superficiales adornos tecnológicos con interesantes interfaces que esconden simples hipertextos con fotografías. Esto ocurre, por ejemplo, en el Museo Quai Branly (www.quaibrantly.fr/) de París, un ambicioso proyecto promovido por el propio Presidente de Francia, Jacques Chirac e inaugurado en el año 2006, en un edificio de Nouvel. El museo tiene un atractivo diseño, algo absolutamente fundamental para atraer a los visitantes, ya que es el primer impacto que va a marcar su actitud frente al Museo. El problema es que cuando se sienta uno ante los atractivos sistemas hipermedia pensando, por ejemplo, que podrá profundizar en los ritos de los pueblos primitivos creadores del arte que se expone, uno se encuentra con una fotografía y un texto escrito.

¿Todo esto quiere decir que no tienen sentido los elementos explicativos tradicionales del museo? Habría que responder caso a caso. Un panel estático, por ejemplo, si pretende reflejar un proceso con movimiento, puede sustituirse por un panel dinámico como una pantalla de plasma; pero en otros casos, un panel estático puede sintetizar esos movimientos y fijarlos para una mejor comprensión. Sería como si en el cine defendiésemos la desaparición del plano fijo o la utilización exclusiva del mismo, prescindiendo de panorámicas y de otros movimientos de la cámara. Los elementos expresivos están ahí para utilizarse adecuadamente al servicio del museo y de la comprensión de lo expuesto. En ocasiones, el mejor elemento expresivo es un asiento que permita al visitante respirar profundamente, descargar las piernas y asimilar reflexivamente lo que acaba de ver. En el Museo del Arte Ecuéstre de Jerez concebí una sala de descanso reflexivo o activo. Así, mientras algunas personas descansan, otras pueden practicar videojuegos sobre el Museo. Las primeras pueden seguirlos, si lo desean, a través de una gran pantalla que amplía el juego o dar la espalda a la misma y admirar bellas imágenes de arte ecuestre .

En una película no se puede mantener la máxima atención durante todo su visionado, existen puntos climáticos a los que siguen momentos de distensión. Comparar estos momentos de distensión en el relato clásico con una zona de descanso en un museo, no es una excéntrica analogía. Y no estoy hablando de ficcionalizar el museo, sino de crear un relato museográfico que facilite la comprensión, que nos acerque a las obras y a los procesos representados, que nos permita dialogar con las musas, participar en la aventura del saber, aventura vedada a los comunes mortales en buena parte de los museos, como ya he comentado.

En este sentido, cuando me encargan la creación de un nuevo museo, no me olvido de las zonas de esparcimiento como la cafetería. ¿También la cafetería es un elemento expresivo?, se puede preguntar alguien escandalizado. Es una

zona de asimilación, de reflexión; una zona en la que se habla del museo y se comparten pareceres. Una experiencia museística que no olvidaré fue mi primera visita al MOMA (www.moma.org/) en Nueva York; cuando ya mis piernas dijeron basta y mi estómago exigió una recompensa, me senté en la cafetería y me tomé una cerveza y un bocadillo muy cerca de la cabra de Picasso, a la vez que ponía en orden todo lo que había visto algo alocadamente y repasaba algunas obras que quería volver a disfrutar, muy especialmente algunas fotografías de Stiglitz, Adams, Weston... Entonces era una novedad contestada que la fotografía entrase en los museos. Ya lo advertía Man Ray: “ningún arte nuevo es considerado arte”.

Personajes, personas y visitantes

“De una manera poco científica, se considera a los personajes como sinónimo de personas. Un producto, un fenómeno natural... pueden alcanzar el estatus de personajes; pero es cierto que en una gran cantidad de ocasiones los personajes son actores y, por tanto, personas” (Moreno, 2003a, págs. 43-44). Las obras materiales o inmateriales en el museo adquieren la categoría de personajes principales, pero para que adquieran vida real son fundamentales las interacciones con los personajes-persona que las crearon, que las disfrutaron, que las protegieron... y, sobre todo, con los personajes-persona que ahora se acercan a ellas; esos personajes que son los que dan sentido al museo y a los que se denomina -casi despectivamente- visitantes, alguien que viene a perturbar la paz del museo y que, a veces, solo se le tiene en cuenta en las estadísticas.

El visitante no es solo un invitado de honor al que se recibe y se agasaja, el visitante es el verdadero dueño del museo y el resto de personas están a su servicio, de ahí que la palabra visitante sea engañosa. La participación del visitante es fundamental. Gracias a las nuevas tecnologías puede revivir el pasado, ser testigo de procesos desaparecidos y participar en ellos, puede interactuar con

personajes virtuales, sumergirse en todo tipo de simulaciones, recibir el grado de información que mejor se adapte a sus inquietudes y conocimientos... Ricas interacciones con personajes multidimensionales que minimizarán las barreras de vidrio de las vitrinas, las barreras conceptuales...

La evolución de los personajes virtuales multidimensionales ha enriquecido las posibilidades de comunicación con las personas, tanto en el museo físico como en el museo en línea, ¿pero han evolucionado igualmente las interacciones con las personas físicas que hay en el museo? ¿Se observa alguna evolución en las visitas guiadas? ¿Se tienen en cuenta las visitas orientadas? ¿Se avanza en las acciones directas al mismo ritmo que en las simulaciones virtuales?

En esa redefinición continua del museo narrativo hipermedia, el diálogo interpersonal directo debe tener un importante protagonismo y hay que buscar, además de las experiencias virtuales, las reales. Las visitas guiadas son interesantes y necesarias, siempre que no perturben la paz del museo. Todavía se utiliza poco la comunicación inalámbrica que permite al guía susurrar sus explicaciones y al grupo escucharlas a través de pequeños auriculares para no contaminar sonoramente el espacio museístico. Sin embargo, estos sistemas suelen ser unidireccionales y cuando una persona del grupo desea hacer una pregunta, surge el grito. Hay que recordar que el diálogo es el paradigma de la comunicación interactiva.

Guardias de seguridad, vigilantes, ordenanzas, dispensadores de entradas... son también personajes del museo que cumplen la misma labor desde que los museos abrieron sus puertas, ¿por qué no prepararlos para ayudar más y mejor a los visitantes y no solo para intimidarlos? Habría que pensar no solo en visitas guiadas, sino, también, en visitas orientadas. En ese sentido hay que redefinir el papel pasivo de esas personas que pululan por el museo aburridas, para convertirlas en verdaderos personajes activos del mismo. Muchas de

ellas ya lo hacen por pura afición o para matar su aburrimiento, y el visitante se lo agradece extraordinariamente. Como agradece las aportaciones de los voluntarios jubilados que dedican desinteresadamente sus horas al museo o las impagables explicaciones de los jóvenes estudiantes en los proyectos que lleva a cabo el Museo Nacional de Ciencia y Tecnología de Madrid (mnct.mcyt.es/hispano/default.htm).

También es importante conocer la labor de los profesionales que hay detrás de las salas, como los conservadores, los comisarios de las exposiciones, los diseñadores... ¿tienen alguna comunicación con el público?

Para ensanchar el carácter narrativo hipermedia, el museo va incorporando representaciones en directo y aumentando los talleres para que la participación de los usuarios no se reduzca a lo virtual. Hace unos años, para celebrar el día internacional de los museos, promovido por The International Council of Museums, Pedro Lavado, entonces responsable de la difusión de las Bellas Artes, convertido en un creíble Sorolla y un grupo entusiasta de amigos, daban la bienvenida a su casa museo (museosorolla.mcu.es/) e invitaban a participar en una serie de talleres de pintura, de creación de vestidos de papel, de cuentacuentos... El museo adquirió ese día un carácter de divertida fiesta de la cultura participativa que muchos niños, algunos de 50 años, no olvidamos.

Esa participación directa con los personajes-persona enriquece la experiencia museística, como también la enriquece una comunicación directa con los personajes-objeto del mismo. ¿Por qué no hacer réplicas de algunas piezas y dejar a los visitantes que disfruten con el sentido del tacto, un sentido tan olvidado? ¿A quién no le gustaría acariciar a la dama de Elche? Esas reproducciones, por otra parte, podrían hacerlas alumnos de talleres de reproducciones artísticas. Además esas maquetas deben ser tiflológicas, lo que significa que deben cumplir unos requisitos que les hagan idóneas para que las personas con discapacidades visuales puedan conocer las piezas a través del tacto y de audio asociado.

Interacciones interpersonales, diálogos abiertos, recuperación de la tradición oral de contar historias, utilización del tacto para no olvidar lo que significa una caricia a nuestra escultura favorita o tantear lo que pesa una bala de cañón en un castillo musealizado.

Interfaces ubicuas

Abogaba al principio del capítulo por la no utilización del calificativo interactivo aplicado al museo, pues todos deberían tener este atributo, y aclaraba que no era mi intención llenar de prótesis tecnológicas todos los espacios museísticos para que cada pieza, cada proceso... incorporasen una interfaz. Prometía explicar cómo podría lograrse esa interactividad sin llenar de complicados equipos las salas y ese es el reto que planteo en la investigación "Interfaces ubicuas inalámbricas aplicadas a la difusión del patrimonio cultural".

¿Sería interesante disponer de un sistema interactivo para cada uno de los cuadros del Museo del Prado que nos permitiese profundizar en los elegidos, en su autor, en el contexto en que fueron creados, el espacio para el que iban destinados y conocer los avatares que sufrieron hasta llegar al Museo?

Por supuesto que sí.

¿Y sería interesante poner delante de cada cuadro del Prado una pantalla interactiva con su correspondiente soporte antivandálico fijado al suelo?

Por supuesto que no.

Una solución poco agresiva son las audioguías personales que se activan automáticamente con un emisor que incorpora cada cuadro o manualmente marcando el número que tenga la obra; pero falta la imagen.

Una solución es tener toda esa información en Internet referida a cada cuadro y asociada al GPS (Global Positioning System). El GPS, si se prescinde del error que se introduce por motivos militares, es capaz de situar cualquier punto en cualquier lugar del globo terráqueo con una precisión casi absoluta, ya que el error es solo de unos centímetros. Una vez que se está en el museo, se puede utilizar cualquier interfaz inalámbrica personal o alquilada (PDA, teléfono móvil, tablet PC...) que tenga conexión a Internet y GPS. De esta manera, el GPS puede llevarnos directamente al cuadro elegido y una vez que estamos ante él, activar la información interactiva que hay sobre el mismo en Internet para que disfrutemos de ella en nuestra interfaz personal.

Si este sistema de interfaces ubicuas es de gran utilidad dentro del museo, todavía lo es más fuera del mismo. Trasladémonos a Berlín, por ejemplo, que se ha convertido en el gran museo de la arquitectura contemporánea. Una vez elegida la ruta, el GPS nos guiaría por las calles donde se encuentran los edificios paradigmáticos y activaría la información interactiva contenida en Internet cuando estuviéramos frente a ellos. Como los sistemas interactivos pueden personalizarse logrando distintos niveles de información y diversos grados de interactividad, cada paseante alcanzaría el nivel de conocimiento sobre el edificio que deseara, incluso podría visitarlo por dentro virtualmente para no quedarse exclusivamente con la piel o ser testigo de su proceso de construcción, de los edificios que le precedieron, de los bombardeos que arrasaron esa zona...

Si el sistema de interfaces ubicuas lo trasladamos al medio natural, su utilidad se magnifica y evita la contaminación visual de las rutas señalizadas. El GPS nos guiará por la ruta elegida e iría mostrándonos las informaciones interactivas sobre la ruta, justo en el lugar donde se encuentren los puntos de interés: un conjunto de piedras que pertenecen a una antigua calzada romana, un árbol centenario singular, unos muros que un día fueron castillo principal, un hueco

en el que apareció un tesoro arqueológico, un paraje donde se reunían los poetas, una zona desértica que un día fue un frondoso bosque... En fin, alta tecnología interactiva al servicio de las personas y del patrimonio, guías interactivas personales al servicio de la información y de la emoción sin contaminar visualmente los espacios con prótesis tecnológicas o con señaléticas intrusivas.

“Los museos huelen demasiado a cementerio”, afirmaba Vicente Todolí, actual Director de la Tate Modern (www.tate.org.uk/modern/default.htm) de Londres, en una entrevista para el suplemento Babelia de el periódico español El País del 11 de enero de 2003.

En la introducción de *Futuros emergentes*, Kepa Landa (2000) escribía una frase que parece pensada para las interfaces ubicuas:

“El viaje en la realidad virtual puede conectar espacios reales con los generados digitalmente, puede dirigirse hacia el exterior o hacia el interior de nosotros mismos, puede fundir la memoria con la experiencia presente”.

Epílogo monterrosiano

234

Se le atribuye a Shakespeare una frase que me gustaría haber escrito yo mismo: “la concisión es el alma del ingenio”. Me inspiro en el ingenio de Norman (2005) para presentar un modelo tridimensional efectivo, breve y con una gran carga de profundidad para evaluar un museo:

- Impresión emocional
- Impresión experiencial
- Impresión reflexiva

Un museo debe causar una primera impresión emocional positiva para incitar a profundizar en él. La siguiente impresión es la experiencial, la que proporciona el conocimiento del mismo. Y la tercera es la reflexiva. Si el museo nos deja con la boca abierta, la experiencia por el mismo es positiva y el recuerdo (impresión reflexiva) avala las dos primeras impresiones, habremos hecho un museo que merece la pena. Si por el contrario, nos deslumbra en el primer impacto, pero la experiencia nos muestra que la supuesta profundidad de sus aguas es solo un espejismo y cuando reflexionamos sobre él, aún se acentúa más la impresión negativa, estamos ante el nuevo museo, imagen que tanto gusta a los turistas y a los políticos porque ambos pasan por él como si estuviesen corriendo los cien metros lisos culturales.

“Cuando despertó, el dinosaurio todavía estaba allí”, así dice el cuento más breve del maestro Monterroso. Y añadido yo: todavía estaba en el museo, vivo y coleando, pues quería que los visitantes lo conociesen tal como fue, no a través de unos huesos encerrados en una vitrina o por las películas de ficción en las que no se reconocía ni reconocía a los de su especie.

Bibliografía

ANTINUCCI, F., *Comunicare nel museo*, Milán, Editori Laterza, 2004.

BELLIDO, M. L., *Arte, museos y nuevas tecnologías*, Gijón, Trea, 2003.

COLORADO CASTELLARY, A. *Hipercultura visual. El reto hipermedia en el arte y la educación*, Madrid: Universidad Complutense, 1997.

DELOCHE, B., *El museo virtual*, Gijón, Trea, 2003.

ECO, Umberto, "Ideas para un museo", *Letra Internacional* (Madrid), núm. 15-16, 1989, págs. 65-66.

ICOM (International Council of Museums): icom.museum/ (consultado el 9 de marzo de 2007).

GREUB, S. and GREUD, T., *Museums in the 21st Century: Concepts Projects Buildings*, Munich, Prestel, 2006.

LANDA, K. y MOLINA, A., *Futuros emergentes. Arte, interactividad y nuevos medios*, Valencia, Institució Alfons el Magnànim, 2000.

MCSHINE, K., *The Museum As Muse: Artists Reflect*, Nueva York, Museum of Modern Art, 1999.

MEADOWS, Mark. S., *Pausa & Effect, The art of interactive narrative*, New Riders, Indianapolis, 2003.

MORENO, I. "Le muse interattive, nuove tecnologie della comunicazione e musei", en: *Cultura in Gioco. Le nuove frontiere di musei, didattica e industria culturale nell'era dell'interattività*, Firenze-Milano, Giunti Editore, 2004.

_____. *Narrativa Audiovisual Publicitaria*, Barcelona, Paidós, 2003.

_____. "De Mesopotamia a Jerez: el Museo del Enganche", *Revista de Museología* (Madrid), núm. 26, septiembre, 2003b, 9 págs.

_____. *Musas y nuevas tecnologías. El relato hipermedia*, Barcelona, Paidós, 2002.

_____. “El relato del arte, el arte del relato”, *Museo* (Madrid), núm. 5, 2000, págs. 25-35. Versión en línea: www.ucm.es/info/arte2o/documentos/isidro.htm (consultado el 9 de marzo de 2007).

Museo de Altamira: museodealtamira.mcu.es/post_index.html (consultado el 9 de marzo de 2007).

Museo de las Ciencias Príncipe Felipe: www.cac.es/ (consultado el 9 de marzo de 2007).

Museo del Arte Ecuéstre: www.realescuela.org(consultado el 9 de marzo de 2007).

Museo del Enganche: www.realescuela.org(consultado el 9 de marzo de 2007).

Museo Nacional de Ciencia y Tecnología: mnct.mcyt.es/hispano/default.htm (consultado el 9 de marzo de 2007).

Museo Nazionale del Cinema en Turín: www.museonazionaledelcinema.it/en/cover_en.php(consultado el 9 de marzo de 2007).

Museo Parque Arqueológico Cueva Pintada: www.cuevapintada.orf/cueva/index.php(consultado el 9 de marzo de 2007).

Musée Quai Branly: www.quaibrantly.fr/ (consultado el 9 de marzo de 2007).

Museo Sorolla: museosorolla.mcu.es/ (consultado el 9 de marzo de 2007).

Museum I+D+C: www.ucm.es/info/otri/complutecno/fichas/tec:imoreno1.htm(consultado el 9 de marzo de 2007).

NEWHOUSE, V., *Towards a New Museum*, Nueva York, Monacelli, 1998.

NORMAN, Donald A., *El diseño emocional*, Barcelona, Paidós, 2005.

PINNA, G., "El patrimonio inmaterial y los museos", *Noticias ICOM* (París), núm. 4, 2003, págs. 3-3, 2003.

SALINAS, Pedro, *El defensor*. Barcelona: Círculo de lectores, 1991.

Tate Modern: www.tate.org.uk/modern/default.htm (consultado el 9 de marzo de 2007).

The museum of modern art: www.moma.org (consultado el 9 de marzo de 2007).

ZUNZUNEGUI, Santos, *Metamorfosis de la mirada. Museo y semiótica*, Madrid, Cátedra, 2003.