

MUSEOS EN UN MUNDO CAMBIANTE. NUEVOS RETOS NUEVAS INSPIRACIONES

¿Qué tan importante es para su museo el uso de la tecnología para atraer y mantener nuevos públicos?

Entendiendo que el gran reto de todo museo es atraer públicos a sus salas, ¿cómo contagiar el interés por el arte y la cultura a públicos de todas las edades y lugares, añadiendo un segmento de la población diferente al tradicional, además de la cantidad de estímulos que se debaten la atención de las audiencias? Planteamos este desafío desde el punto de vista que las nuevas tecnologías aportan, en un mundo saturado de información que viaja a velocidades vertiginosas, falta de asimilación, de voluntad probatoria y demostrativa, de utilidad de datos y por lo tanto de interpretación.

¿Qué público atraer desde un espacio inexistente?

El debate en torno a la modernización, por medio de las nuevas tecnologías (TIC) o la llamada revolución digital, no es un tema nuevo, se trata de un proceso que durante los últimos veinte años viene conformándose de una manera bastante acelerada, convirtiéndose en herramientas cotidianas, dejando de ser elitista y de prestigio. La sociedad de consumo cultural está cambiando rápidamente debido a los nuevos medios de comunicación, en especial la Internet, que ha permitido la creación de espacios de interacción en donde el usuario puede expresarse y hablar. De esta herramienta, que ya tiene cuarenta años, cada día surgen nuevos aplicativos y su aportación a la comunicación entre el museo y el público tan solo está empezando. Los consumidores han creado nuevos hábitos y nuevas maneras de interactuar entre ellos mismos, y están conectados a nuevos medios a los cuales apenas los museos comienzan a prestar atención. Se hace necesario escuchar y hablar con los consumidores en su lenguaje.

Si se ignora la manera de funcionar en las prácticas las expectativas, los deseos y ambiciones que tiene la audiencia, apenas se podrá disfrutar de una experiencia educativa, cultural y de entretenimiento genuina.

"¿Cómo se ve una exhibición diseñada para influir sobre nuestra intuición y no sobre nuestra mente consciente?, ¿qué recursos deben disponerse para lograr cambios conceptuales en nuestras teorías implícitas y no en el conocimiento que podemos verbalizar?"

2000

¿Es la Internet el lenguaje comunitario de los museos?

Nos encontramos en un período de adaptación y cambio, donde la presencia cada vez mayor de las pantallas en nuestro entorno, el uso creciente de la tecnología digital, la inmensa variedad de herramientas, aplicaciones, reapropiaciones de las mismas, y la proliferación de numerosos dispositivos móviles están configurando un entorno que nos permite una aproximación a las cosas de una manera más rica, enseñando y aprendiendo nuevas habilidades con enfoques diferentes.

La llegada del siglo XXI ha creado una nueva forma de hacer museos, que se caracteriza por una mayor profesionalización y por la participación coordinada de equipos de diferentes disciplinas, encargados de vincular el estudio de sus contenidos con el diseño espacial y con las características de su acción difusora y educativa como instrumento transformador de la realidad. El empleo de las TIC no es sinónimo de eficacia, ya que medio y mensaje pueden decepcionar sin una buena manufactura.

Los museos sufren los cambios abruptos de la globalización. ¿Es la tecnología una oportunidad para nuevos logros?

En los museos vigentes se observa la creciente aplicación de innovadores métodos tecnológicos que permiten al visitante recorrer, comprender y disfrutar de las exposiciones, buscando la introducción de la interactividad en los museos. Aunque esta no implica siempre tecnología y lo tecnológico no implica necesariamente algo interactivo o virtual, los sistemas informáticos que están al servicio del público en el recorrido del interior del museo son muy explotados por los museos didácticos. Medios como los audiovisuales, proyecciones acústicas o visuales, las audio guías, los paneles informativos en diferentes idiomas, guías interactivas a través de avatares móviles, guías físicas para la accesibilidad o los teléfonos celulares con aplicaciones son medios que nos puede valer para recorrer el museo. Esta dinámica de transformación puede dar como resultado que los museos sean más visitados, por cuanto logren ser más interactivos. Aparecen entonces nuevos y creativos museos, sin limitaciones horarias o geográficas. Algunos no cumplen con la definición establecida de museos y algunos son concebidos como "museo virtual", sin tratarse de museos propiamente dichos, aunque su mote diga lo contrario. Pero todos ellos son bienes culturales socialmente destinados a su interpretación social, acercando y compartiendo sus conocimientos al público.

"Esta nueva forma de entender el museo contemporáneo está permitiendo un mayor acercamiento entre los museos y la sociedad civil".

En la red encontramos:



- Páginas sencillas de exploración a modo de blog o con plataforma web que permiten el recorrido por medio de una interfaz, donde se exponen piezas, se argumenta el contexto y se ofrece información en relación a una temática con bases museológicas, pero quedan lejos del concepto de museo imaginado dentro de lo virtual.
- La mayoría de los museos reales reproducen su museo en la web con una técnica mucho más popularizada, donde el museo virtual forma parte de un museo tangible. Es decir, el museo virtual es la representación digitalizada de imágenes del museo "real", basado en un edificio que se puede navegar, mostrando su contenido, subir, bajar, entrar salir, pero sin poder realizar, en muchos casos, una aproximación a las piezas o textos, careciendo de realidad virtual.
- Los museos digitales que no existen físicamente se aproximan más a la concepción del museo imaginado o museo virtual, donde se recorren espacios implícitos, basados en la programación de una estructura ficticia, en la que confluyen las piezas exhibidas tomadas de la realidad. Las salas, el edificio, y las piezas pueden ser vistas en tres dimensiones, logrando acercarse, ver los detalles, recorrerla alrededor, al tiempo que posee una contextualización según su especificidad.

Tanto las páginas web como los museos virtuales deberían implementar las mismas herramientas de accesibilidad para todos los públicos, comentarios guiados de recorridos y de las obras, 3D de las salas y de las piezas o actividades didácticas y de entretenimiento. Un museo virtual en el que no se pueda acceder a cierta información sería lo mismo que prohibir el acceso a la misma en un museo real; es como si una persona navega por las salas de un museo en la web y no puede ver con nitidez las obras, no puede recorrerlas en su totalidad o la página no se carga debidamente.

Es por ello que se debe realizar un esfuerzo cuidadoso de los detalles museológicos que confiere la accesibilidad en las exposiciones. Esta nueva forma de entender el museo contemporáneo está permitiendo un mayor acercamiento entre los museos y la sociedad civil. Los museos han ido ganando complejidad a través del tiempo, y el proceso de creación o reforma de los existentes, conlleva un grado de complejidad, esfuerzo, trabajo y compromiso para reconocer al grupo de instituciones educativas, difusoras, conservadoras y estudiosas del patrimonio.

Los museos como patrimonio cultural deben prever su constitución y organización a partir de las nuevas exigencias del mundo moderno, siendo necesario conocer las demandas de este segmento y las maneras en que hoy están habituados a consumir información y relacionarse con otros sujetos y objetos.

En algunos casos, los museos no pueden exponer la totalidad de sus obras y documentos, quedando en depósito y siendo imposible facilitar al público en general. Muchos tan solo llegan a exponer un pequeño porcentaje de lo que contienen. Tradicionalmente, la transmisión de esta información no exhibida se ha realizado por medio de publicaciones, que no se hace de modo fluido y tampoco alcanza al volumen de público esperado. Aquí intervienen las nuevas tecnologías como medio socializador de la información, puesto que su alcance es mayor y las áreas sociales que abarca son más diversas y amplias. La Internet, en concreto, permite conocer completamente algunas instituciones.

Desde la aplicación de estas tecnologías pretendemos facilitar el acceso a las salas para el disfrute y estudio del usuario, con el fin de facilitar conocimiento de todo aquello que no se puede acceder por las vías de comunicación tradicionales. Si el museo pretende promover el conocimiento y este despierta interés para el visitante preparado ya conocedor, entendido de lo que el museo expone y que por su deseo de saber no se le facilita la información, el museo se vería afectado desde la base.

Fernando Aníbal Pérez
Director
Museo del Vidrio

<http://www.museoscolombianos.gov.co/inbox/files/docs/ElItinerante.junio2012.pdf>

