«La confluencia entre arte y tecnología es el camino del futuro»

Conforme avanzan los tiempos, la frontera entre lo virtual y lo real se va diluyendo. Los seguidores de Twitter, los amigos de Facebook, las comparativas en foros o las múltiples aplicaciones en los ya cada vez más multiusos *smartphones* son la prueba de ello. Lo virtual va ganando presencia en nuestras vidas sociales al mismo tiempo que permite aumentar el valor de lo conocido como físico. Tal es el ejemplo de los museos virtuales, donde se muestra, preserva, estudia, reconstruye y divulga el patrimonio material o inmaterial de la humanidad sirviéndose del uso de medios informáticos.

Esther Plaza Alba

«Nos encontramos con un importante volumen de visitantes virtuales que nunca van a visitar físicamente el museo por cuestiones de localización geográfica, por lo que la web es su único contacto con el museo». Así opina Fernando Pérez Suescun, jefe de contenidos didácticos del Área de Educación del Museo Nacional del Prado. Pero es que también existe otro elevado grupo de visitantes virtuales que «utilizan la web como herramienta para preparar su visita, tanto en lo relativo a cuestiones prácticas —horarios, tarifas, reservas, actividades previstas, etc.—, como a la hora de buscar información complementaria sobre las obras expuestas, preparar un itinerario, ver o escuchar una conferencia, una audioguía…».

Los tentáculos de las nuevas tecnologías se prolongan como así lo hicieran en otros ámbitos, en el universo cultural, del que los museos físicos son una parte fundamental. Tanto es así que hay quien sostiene que este año será el año en el que terminará de explotar el arte digital. No es el caso de Pérez Suescun, para quien en el 2014 «posiblemente se avanzará mucho, habrá nuevas soluciones tecnológicas o nuevas aplicaciones, pero es seguro que serán superadas por otras propuestas en un plazo relativamente breve».

En este sentido, se están dando los primeros pasos con la aproximación entre corporaciones tecnológicas y culturales que se vinculan a favor de la preservación de la cultura. Así es como de lo físico se pasa a lo virtual. Y viceversa. Algo que sucedía el pasado mes de diciembre: El Instituto Cultural Google abrió su primera sede en París. El gigante de internet decidió el año pasado trasladar al mundo real lo que desde el año 2011 lleva digitalizando, obras de 400 centros de arte e instituciones culturales de cincuenta países diferentes. Para admirarlas virtualmente tan solo bastaba con entrar en la web de la *Google Open Gallery*. Nos encontramos entonces en mitad de una auténtica simbiosis entre tecnología y cultura sin que nunca se sepa con absoluta seguridad qué fue primero si lo real o lo virtual. Mundos que un día estuvieron distantes, pero que hoy gracias a las numerosas ventajas que las nuevas tecnologías aportan han ido acercándose hasta el punto donde estamos, en el que la visita virtual a un museo supone ser «una herramienta muy útil, especialmente asociada a determinadas piezas expositivas con ciertas peculiaridades». Es el caso, continúa exponiendo el experto Fernando Pérez Suescun, de, por ejemplo, «cuadernos de dibujos, que en la sala se muestran abiertos por una página concreta, pero que en la exposición virtual pueden ser vistos en su totalidad por el visitante web, que puede avanzar o retroceder por todo el libro o cuaderno, hacer zoom, etc.».

Visitas virtuales, preferibles en *modo ventaja*

Además del acceso gratuito de cualquier persona en todo momento y lugar a representaciones de obras de arte, la visita virtual posee también el potencial de reconceptualizar la relación entre las obras expuestas, el personal del museo y los visitantes y usuarios del mismo, posibilitando la adopción de distintos criterios y contextos para organizar de manera simultánea las obras que se están visualizando.

Espacio y tiempo dejan de tener relevancia en las visitas virtuales, además de evitar el posible daño que para la obra expuesta puede ocasionar la contemplación directa in situ.

Pero como en todo, también en el caso de los museos virtuales existen inconvenientes y estos tienen más que ver con la logística que con otra cosa. La necesidad de poseer un soporte informático con conexión a internet resulta imprescindible. Lo mismo sucede con haber adquirido los conocimientos y habilidades necesarias con respecto al uso de las tecnologías. Sin lo uno y sin lo otro, esta experiencia será imposible de llevar a cabo.

Todo ello, sin profundizar en lo que nunca un ordenador será capaz de reproducir, esto es, la vivencia sensorial que será solamente posible de experimentar con el contacto físico de los ojos del visitante y la obra de arte expuesta.
Si nos adentramos en la tipología de museos virtuales según su contenido, el ciudadano que guste de la cultura museística podrá encontrar desde las meras plataformas publicitarias del museo físico hasta los que existen únicamente en la red. De este último caso es ejemplo, fuera de nuestras fronteras,el Museo de lo Cotidiano/La Plata en Argentina, que propone una gran cantidad de visitas guiadas virtuales por la ciudad de La Plata, provincia de Buenos Aires. «Por extensión, un museo es el lugar de la memoria. Esa que quedará atesorada por siempre aquí, en el ciberespacio», dicen en su página de Facebook. Dentro de nuestras fronteras, la Casa del Lector presentaba en el mes de marzo su primera muestra solo virtual, eligiendo para ello, las colecciones de la Biblioteca Nacional de Israel, permitiendo a cada visitante diseñar su propio itinerario.

Muchas de estas visitas virtuales incorporan nuevas funciones que únicamente aporta el espacio virtual, permitiendo la comunicación constante entre usuario y museo. La relevancia que está adquiriendo en los últimos tiempos este tipo de adaptación museística ha disparado las investigaciones en este sentido así como la digitalización de obras de arte. Este es el caso de CERES, la red digital de colecciones de museos de España, que «reúne museos de distintas especialidades, de diversos ámbitos temáticos y geográficos y de diferentes titularidades, pública y privada, con el objetivo de hacer accesibles en línea contenidos digitales sobre sus colecciones y crear un espacio de difusión del conocimiento sobre las mismas», tal y como recalcan en su web.

El museo, en 360 grados

En el listado de visitas virtuales que incluye la Subdirección General de Museos Estatales, mayoritariamente se decantan por un entorno interactivo de 360º, serie de fotografías panorámicas de 360 grados de visión sobre las que se puede interactuar. El Museo del Traje, el Museo Nacional de Antropología de Madrid o el Museo Sefardí de Toledo prefieren enseñar sus colecciones siguiendo esta fórmula. Otros patrimonios tales como la Alhambra se pueden visitar virtualmente mediante la técnica del 3D por la que se crea un espacio tridimensional donde el usuario se puede mover gracias a motores de juego.

Nos encontramos entonces en mitad de una auténtica simbiosis entre tecnología y cultura sin que nunca se sepa con absoluta seguridad qué fue primero si lo real o lo virtual.

Para Fernando Pérez Suescun, la mejor opción es la del entorno basado en panorámicas de 360º: «evidentemente resulta la mejor opción, la que más se aleja de una presentación lineal tradicional. Una simple enumeración o presentación de obras expuestas en una sala no tiene sentido aunque se presenten imágenes de ellas e información complementaria dado que eso es algo que puede encontrarse en una publicación tradicional o convencional». El jefe de contenidos del Área de Educación del Museo del Prado añade que «una visita virtual con panorámicas en 360º permite preparar con toda garantía una visita física, recrear la sensación de la misma, percibir sin género de dudas el tamaño de las obras expuestas y la relación existente entre ellas, establecer juegos visuales o asociaciones…». Toda una serie de posibilidades que disminuyen si se les comparan con un simple recorrido por las salas que usualmente componen el museo en cuestión. Y que, además, se quedan cortas ante el visitante del siglo XXI, ávido de experimentar todo tipo de sensaciones «virtuales» a través de la tableta o el smarthpone que le acompaña allá donde va.
Es por esto por lo que la adaptación del arte al momento tecnológico que vivimos se hace imprescindible, pues ya lo dice Rafael Doctor, primer director del MUSAC (Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León): «el sueño del arte del siglo XXI es llegar a la gente», la gente acostumbrada a la tecnología, compañera de vida a la que esperan conservar, seguro que más y más sofisticada, en el futuro. «Los museos debemos trabajar esa línea porque es lo que demanda la sociedad y gran parte de nuestros visitantes. Y seguro que la tecnología nos deparará agradables sorpresas a los amantes del arte y de los museos». La confluencia del arte y la tecnología es para el autor de estas últimas afirmaciones, Pérez Suescun, «el camino del futuro». Creérselo ha dejado de ser una opción, ya lo dice en su portada la *Google Open Gallery*: «Hemos creado la tecnología para que puedas centrarte en el contenido». ■