

Del *Museion* de la Antigua Grecia al Museo Virtu@l del Siglo XXI

From the Museion of Ancient Greece to the Virtu@l Museum of the XXIst Century

Recibido: 07-10-07
Aceptado: 11-11-07

Aldo Guzmán Ramos

Profesor y Licenciado en Geografía.
Docente de Turismo y Patrimonio en el Nivel Polimodal.
E-mail: aldo_ramos@hotmail.com

Resumen

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, especialmente Internet, han transformado el espacio, reduciendo las distancias virtualmente. La tecnología (aunque no disponible para todos lamentablemente) hace posible acercar a las personas, objetos, datos, etc., que de otro modo no serían posibles de conseguir o tendrían un costo elevado. Es de primordial importancia poder difundir la cultura y el patrimonio natural y cultural de la humanidad a través de las nuevas tecnologías, posibilitando así que un número mayor de personas acceda a esta riqueza. Una de las formas para socializar la riqueza cultural e incluso natural es a través de los denominados museos virtuales, los cuales en los últimos tiempos están alcanzando un desarrollo fabuloso y todo hace prever que en las próximas décadas el avance será inimaginable.

Palabras clave:

Nuevas tecnologías, museo, comunicación.

Abstract

New information and communication technologies, especially the Internet, have transformed space, reducing distances virtually. Technology (unfortunately not yet available to all) makes it possible to bring people, objects, information, etc. together, a situation that would otherwise not be possible or would have an elevated cost. It is of utmost importance to be able to spread culture and humanity's natural and cultural patrimony through these new technologies, thereby making it possible that a greater number of people have access to this wealth. One of the ways to socialize cultural and even natural wealth is through the so-called virtual museums, which in recent times are achieving a fabulous development, and everything indicates that advances in the next decades will be unimaginable.

Key words:

New technologies, museum, communication.

Las Nuevas Tecnologías de la información y la comunicación: Internet

Podemos decir que Internet además de ser una tecnología, es un medio que ha cambiado y está cambiando nuestra sociedad, introduciendo nuevas maneras de producir y de relacionarse.

Es una tecnología que nació a finales de los años sesenta, y que a mediados de la década de los noventa se privatizó y extendió, generalizándose su uso; por lo menos, en los países más desarrollados y particularmente en los Estados Unidos. Es en este último y más reciente periodo cuando la red provoca y modela transformaciones económicas y sociales que parecen encaminarnos hacia una nueva era virtual.

Internet, como se sabe, se originó en un modelo imaginado en 1960 por los científicos del USA Defense Department Advanced Research Projects Agency (DARPA), para protegerse de la Unión Soviética y de la destrucción de las comunicaciones norteamericanas en caso de guerra nuclear. El producto fue una arquitectura de red que no puede ser controlada por ningún centro, y está compuesta por miles de redes autónomas de computadoras que poseen maneras innumerables de relacionarse, circunvalando las barreras electrónicas.

Si bien Internet surgió como una estrategia de defensa militar, en la actualidad, podemos decir que es un semillero de empresas, un foro sobre derechos humanos; una biblioteca casi infinita, una multiplicidad de comunidades virtuales y mucho más. De esta forma de producto de defensa militar, se ha vuelto polimórfico y polifuncional.

El desarrollo de las nuevas tecnologías de información y comunicación de los últimos años, ha posibilitado establecer nuevos escenarios con un despliegue de recursos nunca antes imaginados. A los límites del espacio real, hoy podemos sumarle otros con planos mucho más flexibles, lo que permitiría (por ejemplo) reunir y sistematizar en un solo lugar, las más variadas evidencias de la cultura.

Los Museos Virtuales: Importancia para la difusión de la cultura

La palabra museo tiene su origen en el latín *museum* que a su vez proviene del griego *museion* que era el templo dedicado a las Musas en la antigua Grecia. El término tendría en el transcurso de la historia variados significados y usos hasta llegar al que hoy le asignamos.

Hoy día rige la definición que el Consejo Internacional de Museos redactó en 1974, en la Asamblea Ge-

neral del 14 de junio en Copenhage (Dinamarca), que incorpora las enmiendas hechas en la 14ª Asamblea General de Londres (Inglaterra) entre el 1º y 2 de agosto de 1983 y en la 15ª Asamblea General de Buenos Aires (Argentina), el 4 de noviembre de 1986, y que define al museo como "una institución permanente, sin finalidad lucrativa, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y exhibe para fines de estudio, de educación y deleite, testimonios materiales del hombre y su entorno". En esta definición, los Estatutos de 1974 reconocen también en ella a los institutos de conservación y galerías con carácter permanente, parajes, monumentos naturales, arqueológicos y etnográficos, históricos y los sitios que entre sus actividades contemplen aquéllas de adquirir, conservar y comunicar; los jardines botánicos y zoológicos, acuarios y otros. Posteriormente, en la Asamblea desarrollada en Londres en 1983, también se incluyeron en esta definición a los parques naturales y a los centros de ciencias y planetarios.

El museo que hoy se conoce, es el producto de una larga evolución, la de la historia misma de la humanidad. Su desarrollo está íntimamente ligado a ella y se origina en el impulso que el hombre de todos los tiempos ha tenido por poseer y/o reunir objetos de los más variados tipos, guardarlos y cuidarlos para el porvenir, o como riqueza y legado, o con fines de ostentación, entre otros. Este ha sido un hecho que se ha manifestado como constante a lo largo de miles de años, evidencia del reconocimiento y la unión y dependencia que se establece con los objetos como testigos del pasado y como punto de partida para comprender la identidad presente y que, finalmente, condujo a la creación del museo actual. Además, ha proporcionado un cúmulo de elementos que al dar testimonio de los avances culturales, científicos y técnicos alcanzados, no sólo hacen posible su conocimiento y comprensión, sino que dan las claves para la comprensión del presente.

El enorme avance tecnológico, ha permitido en su conjunción con la cultura la creación de espacios virtuales, donde la sociedad puede disfrutar de su patrimonio. Así han surgido los museos virtuales, que podrían definirse como aquellos sitios que, utilizando como soporte al sistema informático, producen entornos de imágenes sintetizadas que transcurren en un tiempo real y que conforman una realidad simulada o ilusoria.

Dentro del campo de la tecnología de computación, se dice virtual a la representación de imágenes por medio del sistema informático que, partiendo de la dupla de dígitos 0/1 organizados en coordenadas de puntos o elementos pictóricos (pixels) que definen posición, color

y brillo, construye la imagen por la síntesis de un mosaico de cada uno de estos elementos. Dicha imagen recibe el nombre de infográfica. A través de la digitalización se forma una imagen de representación analógica a la realidad percibida. Su analogía deriva de lo digital y por tal situación, es susceptible de obtener una copia idéntica y de cambiarla sin alterar la estructura.

En los museos virtuales se vuelca desde la información general sobre la institución, su misión, colecciones, exposiciones permanentes y temporarias, actividades educativas, actividades curatoriales, historia, visitas o exposiciones virtuales hasta eventos especiales, horarios, información del negocio del museo, etc.

La visita virtual, tiene dos variantes:

a) la que puede efectuarse dentro de un sitio de un museo que existe en el mundo real, del cual reproduce fielmente algunos espacios con acervo y sin él, con la posibilidad de "recorrerlos", girar 360° y hasta detenerse en una obra u objeto en particular por un lado.

b) la realizada especialmente para la red con obras seleccionadas del acervo que puede o no estar expuesto, por otro. Lo que sería, en verdad, un servicio más del museo aprovechando las nuevas tecnologías. Otros nombres para este caso son: paseo virtual (*virtual tour*), paseo en línea (*on-line tour*), exposición virtual (*virtual exhibition*), colección digital (*digital collection*).

Los museos virtuales implican un entorno en el que se presenta un conjunto de información sobre una colección de piezas, un conjunto patrimonial, etc. (ya exista éste en el ámbito físico o no). Al hablar de información, se entiende todo tipo de información, es decir, desde texto, gráficos, imágenes, vídeo, etc. Aunque la mayoría de los museos virtuales existentes en la red se corresponden con un museo real, existen algunos museos virtuales que no tienen un museo real que lo sustente.

Además de contener dicha información, el museo virtual posee unas características de interactividad que permiten una gran participación por parte del usuario, lo cual le confiere un valor educativo inestimable.

Estos museos virtuales tienen, en términos generales, dos ventajas de carácter muy práctico:

-Permiten ser visitados sin necesidad de desplazarse. Esta es una opción especialmente idónea si nos encontramos lejos del lugar donde se encuentra el museo real. Obviamente, esto no supe, totalmente, la experiencia de una visita real a dicho museo.

-Permiten planificar una posible visita real. Muchas veces queremos viajar a otro lugar y deseamos conocer las principales atracciones culturales del lugar. A través de recorrer el sitio podemos poseer toda la infor-

mación necesaria sobre el museo en cuestión (Aquí puede entrecerse la necesidad de que los museos virtuales sean auténticos centros de difusión y atracción ya que pueden ser esenciales para asegurar una visita real a dicho museo, si éste existe).

Además existen ventajas como en cualquier otro entorno virtual, por ejemplo, facilita el acceso directo a la información, facilita el intercambio entre ideas y experiencias entre y con los profesionales del museo, muestra de una manera interactiva las colecciones de un museo o las potencialidades de un conjunto patrimonial, etc.

Los museos virtuales poseen muchas semejanzas, en cuanto a tipología se refiere, con los museos reales y se podrían clasificar en dos formatos antagónicos. En uno de ellos encontraríamos aquellos museos reales en los que el usuario va caminando por diferentes salas donde puede ver diversas piezas colocadas en vitrinas acompañadas por su correspondiente etiqueta explicativa. Este tipo de museos tiene su propia correspondencia en los museos virtuales, serían aquellos en los que el usuario literalmente "va pasando" páginas en las que puede ver diferentes imágenes sobre algunas de las piezas del museo real. Generalmente, en estos museos el visitante encontrará bases de datos y descripciones exhaustivas sobre las colecciones, podrá observar un mapa sobre las diferentes salas así como podrá conocer los horarios y actividades básicas del museo, datos todos ellos relativos al museo real.

En el otro extremo, conocemos museos reales en los que se pide una máxima actividad por parte del usuario. No se trata de una actividad puramente física, basada en ir apretando botones y ver qué sucede. Se trata de museos que fomentan la actividad mental y la actividad emocional. En ellos, el usuario se siente partícipe de la vida del museo y puede intervenir en él de múltiples maneras. Este tipo de museos reales se traducen en museos virtuales en los que la acción del visitante es esencial, visitando salas por temas de interés. El usuario puede ver, por ejemplo, imágenes panorámicas sobre algunos experimentos reales llevados a cabo en el mismo momento o podrá preguntar a diferentes expertos sobre los últimos hallazgos arqueológicos de una excavación lejana.

En los museos virtuales, la *interactividad* tiene que ser una condición, una premisa a partir de la cual empezar a trabajar. Ya sabemos que, en principio, todas las páginas web deben poseer un mínimo de interactividad. Pero en los museos virtuales ésta se hace aún más importante ya que se trata de que el visitante pueda acercarse al máximo a un museo que posiblemente no verá nunca, especialmente si se encuentra a miles de kilómetros de su localidad.

La interactividad en los museos virtuales debe entenderse más allá de pasar páginas, y debe centrarse en la necesidad de generar en el visitante la curiosidad por seguir recorriendo el sitio. El museo virtual debe contener en sus páginas todas las posibilidades que Internet posee y plantearlas de un modo práctico, intuitivo y ameno.

Los siguientes son algunos de los museos virtuales que existen actualmente (solo es una lista a modo de ejemplo):

Sitio: www.prefectura naval.edu.ar. (Museo de la Prefectura Naval Argentina. Argentina).

Sitio: www.tierradelfuego.org.ar/museo. (Museo del Fin del Mundo. Argentina).

Sitio: www.nga.gov/ (National Gallery of Art de Washington. Estados Unidos).

Sitio: www.museothyssen.org (Museo Thyssen-Bornemisza).

Sitio: www.hermitage.ru (Museo Estatal del Hermitage. San Petersburgo, Rusia).

Sitio: www.guggenheim.org (Museos Guggenheim).

Sitio: www.smm.org. (Museo de Ciencias de Minnesota. Estados Unidos).

Sitio: www.louvre.fr. (Museo del Louvre. Francia).

Conclusiones

Como reflexión final debemos remarcar principalmente, la importancia de utilizar el impresionante avance tecnológico para permitir que cualquier ser humano, ubicado en cualquier punto del globo, pueda disfrutar de las riquezas que la humanidad atesora.

Los nuevos horizontes que abre la Internet pueden permitir una socialización del patrimonio, que seguramente no sería posible de otra manera. Lógicamente para acceder a estos sitios, es necesario contar con la infraestructura mínima, pero obviamente este costo es significativamente menor si se pretendiera trasladar a cada ser humano a los distintos lugares (museos en este caso) donde se encuentra localizado el patrimonio artístico, histórico, cultural, etc. Tampoco con esto se pretende decir que la visita virtual es igual a la visita real, pero si el sitio esta bien organizado permite conocer y fundamental

interactuar con un cúmulo de datos, información e imágenes que incluso en algunos casos tal vez no se logre en una visita real.

Por todo lo expresado podemos decir, por último, que es necesario propiciar la difusión de la riqueza existente en nuestros museos, permitiendo así alcanzar una "verdadera democracia cultural" en un mundo en el cual prevalecen muchas injusticias.

Bibliografía

Alonso Fernández, Luis. (1993). **Museología. Introducción a la Teoría y Práctica del Museo**. Madrid, Istmo.

Benedikt, M. (1993). **Ciberespacio, los primeros pasos**. México, CONACyT.

Bettini, G. y Colombo, F. (1996). **Las nuevas tecnologías de la comunicación**. Buenos Aires, Paidós.

Burdea, G. y Coiffet, Ph. (1996). **Tecnologías de la realidad virtual**. Barcelona, Paidós.

Castells, Manuel. (1995). **La ciudad informacional**. Madrid, Alianza.

Castells, Manuel. (2001). **La Galaxia Internet**. Barcelona: Areté.

Mercier, P.A. (1985). **La sociedad digital**. Barcelona, Ariel.

Negroponete, N. (1995). **Ser digital**. Buenos Aires, Atlántida.

Pasquini Durán, J. (1994). **Comunicación, el tercer mundo frente a las nuevas tecnologías**. Buenos Aires, Legasa.

Rheingold, Howard. (1994). **Realidad virtual. Los mundos artificiales generados por ordenador que modificarán nuestras vidas**. Barcelona: Gedisa.

Rojas, R., Crespán, J.L. y Trallero, Manuel. (1973). **Los museos en el mundo**. Barcelona, Salvat.

Wooley, Benjamin. (1994). **El universo virtual**. Madrid: Acento.