



EL MUSEO VIRTUAL UNA REFLEXIÓN DESDE LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

Hugo Paz Zea

Luis Andrés Alcaraz Ibáñez

Resumen

El siguiente trabajo pretende articular al museo virtual como una expresión de la cultura posmoderna anclada en la sociedad del conocimiento. El museo virtual tiene una experiencia en el arte posmoderno ya que permite vincular la experiencia estética en un tiempo y espacio diferente.

Palabras clave

Sociedad de conocimiento, arte moderno y posmoderno, museo virtual



➤ Sociedad del Conocimiento

El desarrollo de la tecnología ha estado íntimamente ligado al desarrollo social de cada una de las culturas presentes, la tecnología ha posibilitado la generación de una serie de herramientas inter-comunicativas, de manera que el intercambio y el procesamiento de la información se ha convertido hasta nuestros días en un elemento esencial dentro de nuestras transformaciones culturales. Pensemos por un momento que hoy vivimos en la era de la información, misma que no habría sido posible sin estos desarrollos tecnológicos. De aquí que podamos observar una transformación igualmente importante dentro de los últimos años, misma que ha sido abordada por diferentes autores con distintas posturas, pero que en nuestro caso nos da pie a exponer sus elementos o bien sus componentes teóricos y prácticos, refiriéndonos así, a lo que hoy se conoce como *Ciudad Internet*¹, misma que da referencia a una serie de transformación que puede ir de lo individual a lo colectivo.

Es importante entender el tipo de sociedad que se está construyendo, esto con la finalidad de poder observar estos cambios más claramente, en este caso se puede hablar de la sociedad del conocimiento, una sociedad democrática y pluralista que tiene acceso a la información por los nuevos medios tecnológicos. Esta postura es sin duda un tema de larga discusión, que nos adentra en un sentido de cómo advertir el alcance que estos medios han tenido dentro de la transformación, no sólo individual sino colectiva, por ejemplo, en los procesos culturales o bien artísticos que han encontrado en estos espacios nuevas maneras de interactuar con el arte y el público.

Ahora bien, y entendiendo los alcances y las finalidades de estos espacios nos encontramos con la pregunta: ¿dónde o cómo es que la cultura entra dentro de esta dinámica? Una definición de cultura que nos ayuda a entender cómo es que estos dos espacios se conjugan, es por ejemplo, la siguiente: la cultura debe ser un modelo que integre el conocimiento, creencias y comportamientos humanos que dependen de la capacidad del hombre para que el conocimiento sea aprendido y transmitido a las generaciones posteriores, (Castells Manuel, 2006: 2) así como es de igual importancia que este conocimiento sea resguardado y conservado, de ahí que estos nuevos espacios ofrezcan estas vías de aprendizaje y de distribución de los distintos saberes y procesos artísticos que se pueden dar en distintas partes del mundo.

¹ La siguiente definición se puede observar en la página de anexos.
<http://www.microsoft.com/spain/aapp/articulos/ciudades.msp>



Por otro lado, estos nuevos espacios han tenido repercusiones en las transformaciones sociales, y por ende culturales, esto mediante la modificación de sus comportamientos y formas de pensar, mismas que hacen ver e interactuar con el mundo de distinta manera a las ya mencionadas formas tradicionales.

Estas características nos llevan a entender la cultura y la información como bienes inherentemente públicos. Las expresiones culturales son sistemas de signos para la comunicación, esto mediante códigos culturales comunes, las personas construyen el entendimiento propio de su entorno y crean significados compartidos, de aquí que dentro de la cibercultura se generan y forman sus propios signos y códigos que son compartidos por los llamados usuarios, este espacio como ya lo hemos repetido en diferentes ocasiones, crean lugares en donde se relacionan distintos intereses y afinidades, una de ellas y estandarte primordial es la cultura y el arte.

Por esta razón, las tecnologías disponibles han sido siempre un elemento importante que ha permitido y ha facilitado los procesos de creación, intercambio y preservación de nuestra cultura. La influencia de las tecnologías de la comunicación en nuestra cultura es significativa, ya que nuestra forma de usarlas puede afectar a los cambios en la esencia de nuestros modelos culturales y de comunicación. Por esta razón, las tecnologías relacionadas con la información y la comunicación no pueden considerarse instrumentos pasivos, sino instrumentos activos-interactivos que modifican radicalmente nuestras capacidades cognitivas, (Castells Manuel, 2006: 79) siendo estos, espacios mediáticos cada vez más complejos que empiezan a establecer un diálogo con los actores de la producción cultural (llámense artistas, Instituciones culturales públicas y privadas, gestores o promotores culturales, museos, la sociedad misma, entre otras).

Hoy en día, el espacio virtual forma parte de nuestra experiencia y nuestra geografía. Ha introducido algunos conceptos nuevos y a desplazado ciertos límites estables. Los límites ya no son muy claros. Se está produciendo otro cambio, nuestra experiencia con las tecnologías digitales se está desplazando del primer plano virtual al trasfondo material.

Refiriéndonos a los museos, podemos observar que en la actualidad se están haciendo grandes esfuerzos por integrar dentro de los museos, el desplazamiento de los ya mencionados límites, por ejemplo, en México en la actualidad, ejemplos claros de esta clase de ejercicios, cabría solamente mencionar el Museo de San Idelfonso, que promueve a través de las nuevas tecnologías, una serie de recorrido virtual en tiempo real a través de dispositivos como lo pueden ser los celulares, así como otros museos MIDE que dentro de sus espacios integran experiencias interactivas propiciadas por componente tecnológicos como lo pueden ser pantallas interactivas, entre otros).

Esto significa que la realidad también se ha transformado en un espacio de información en el cual los objetos materiales se han convertido en objetos mediáticos, ya que potencialmente pueden



convertirse en información que fluye a través de las redes globales (Castell Manuel, 2006: 12). De esta manera, el espacio virtual nos presenta un espacio con menos límites, abriendo nuevos canales de comunicación y de distribución de bienes culturales, intelectuales, entre otros. Tras haber eliminado los límites físicos, es como las industrias culturales tienen asegurado un flujo estable de contenidos en diferentes plataformas.

De esta manera la cultura digital, es una cultura participativa en la cual los usuarios no sólo consumen información, sino que contribuyen a ella de distintas formas. Estas plataformas participativas presentan poderosos espacios en red para la reconstrucción de la vida social, por ejemplo, tenemos que la producción de información es muy amplia, y posibilitan nuevas modalidades de organización más colaborativas. De manera tal que se acuñan, la comprensión y el uso de esta clase de oportunidades que presentan a la producción social, el establecimiento de relaciones más interactivas y propositivas con instituciones del sector cultural y lo que estos tienen para ofrecer a este público más activo, creando así, nuevas fuentes de insumo, nuevas expectativas, hábitos y gustos, así como nuevas oportunidades de producción.

A medida que los artistas, investigadores y profesionales de la cultura queden atraídos por el paradigma de las redes, es como la cultura permanecerá custodiada. Para mantenerla culturalmente viva, debe comunicarse al público y el público tiene que ser capaz de apropiarse de este contenido y usar las referencias relacionadas en los procesos de comunicación y creación. Uno de los aspectos fundamentales de nuestra memoria cultural es el acceso a la cultura. Debemos ser conscientes de que las vías de acceso y de participación están cambiando constantemente y de que las redes digitales brindan hoy nuevas oportunidades que el sector cultural debería y tiene que aprovechar y reestructurar. (Castells M 2006: 25).

Uno de los procesos que acompañan a la actual cultura digital, es la sensación de cambio vertiginoso. La complejidad de la tecnología y el ritmo creciente de su desarrollo hacen que las cosas cambien a una gran velocidad. Las tecnologías siempre han causado cambios en nosotros y en nuestras relaciones con el medio.

Los medios de comunicación, que están cambiando y se desarrollan de manera extraordinarias antes nunca vista. Esta afirmación es especialmente cierta si hablamos de medios digitales, como internet y la web, la televisión móvil, el vídeo digital, que nos permiten hacer tanto más a menudo y con menos dificultad cosas que ya hacíamos antes. Y no es solo que están transformando el mundo: es que nos transforman a nosotros mismos y modifican cómo entendemos y quiénes somos.

Esta situación se da porque nuestra comprensión del mundo está estructurada y se hace accesible por los distintos medios emergentes. De hecho no hay ni puede haber un punto fuera de



los medios desde el cual podamos tener una perspectiva privilegiada y libre de concepciones previas sobre cualquier aspecto de nuestra existencia, y menos aún sobre los medios mismos.

Sólo podemos entender los nuevos medios pensando en los antiguos. Si fuéramos capaces de entender las transformaciones que nos rodean, significaría que no son verdaderas transformaciones, sino meras evoluciones de la situación actual.

De aquí que los artistas, como fue el caso de la galería Postmasters de Nueva York, crearon un tablón de noticias que se convirtió en uno de los primeros y más influyentes foros de debate sobre teoría y arte de los nuevos medios, aprovechando así, el enorme potencial de las nuevas redes digitales y de las nuevas tecnologías para poner a la disposición a todo el mundo de manera inmediata la información y las representaciones artístico culturales.

Y es así como de ésta forma y una infinidad más de ellas, se atrapan y se generan nuevos tipos de consumidor: aquel que no quiere ser tratado como un consumidor invisible, anónimo y pasivo, sino como un usuario activo de los medios, acostumbrado a crear sus propias maneras de responder a necesidades y deseos. Todos estos medios llevan a una nueva comprensión de las maneras de hacer posible que los medios respondan a las necesidades personales y de mercado. La personalidad de la página que llevan a cabo los usuarios y la presentación de información personal constituyen una creación del yo.

No es alarde pero no podemos dejar de pasar desapercibidos ante estas nuevas transformaciones y evoluciones de la era digital ya que vivimos en un mundo en donde cada vez estamos más unidos y al mismo tiempo más separados por las redes mundiales de tecnologías comunicativas.

➤ Del arte moderno al arte postmoderno

Ante el proceso de transformación del proyecto de modernidad al de postmodernidad, el arte como medio de transformación, tuvo de igual manera, la tarea de replantearse no solo sus procesos filosóficos, sino también, los referentes a las cuestiones creativas, de producción y de consumo que los planteamientos del arte moderno traían consigo mismo. El arte y por ende los procesos culturales, se vieron progresivamente cuestionados ante un panorama que les exigía el dejar viejos hábitos conceptuales que dieran cabida a nuevas entidades comunicativas. El arte-postmoderno, no implica la destrucción de sus antecesores (el arte clásico y el arte moderno), sino que de igual



manera abre un nuevo paradigma cultural que señala la apertura de nuevos procesos creativos, es decir, el replanteamiento y la formación de nuevos procesos de producción y consumo del arte.

El espacio artístico retoma de este nuevo paradigma cultural (postmodernidad), el sentido crítico y reflexivo de un proyecto inconcluso que necesita ser revaluado. Confrontando así, los cánones ya establecidos de la producción, consumo y sensibilidad que el proyecto de modernidad tenía como ya muy bien establecidos, incitando así, a la formación de nuevas posturas que analizaran las ya existentes.

Pero para ello tendríamos antes que nada, plantearnos de una manera muy breve, el sentido que tuvo el proyecto de la modernidad con respecto al tema de la cultura y el arte, esto claro está, para definir los procesos contextuales que dieron cabida al arte postmoderno. A lo cual, tendríamos que empezar diciendo, que el arte moderno era un espacio creativo único, innovador y original, es decir, se expresaba como un espacio de producción alejada de un mecenazgo que el arte clásico dio durante proceso. El arte moderno encuentra dentro de su contexto, una emancipación y aura que filosóficamente y estéticamente hablando lo pone en un proceso cultural y social único (con esto nos referimos a que el arte se instala en un nuevo medio que le posibilita un nuevo sentido creativo, de producción y de consumo que se dirige hacia un nuevo proceso cultural).

Sin embargo, el sentido único del arte moderno trajo consigo nuevas formas culturales, el aura que hizo del arte como algo único provocó en gran sentido, la formación de espacios elitistas y por supuesto mercantilistas. Esto aunado a los procesos culturales de la reproducción masiva de estas expresiones, hicieron que el sentido de las fuerzas productivas del arte tomara otros rumbos. La producción artística se vio en este caso, en una encrucijada de transición que provocaría lo que hoy en día se conoce como arte contemporáneo.

Al contrario de los postmoderno, los artistas modernos se guiaban y protegían de una manera muy contundente, la pureza y la autonomía de sus obras, contraponiéndose así, a las formas degradadas típicas de las tendencias culturales del arte clásico. En su momento, este proceso del arte moderno dio grandes avances en la formación de un nuevo proceso de producción y consumo del arte. El arte moderno encontró en este nuevo paradigma, la emancipación de los procesos culturales y artísticos que el arte clásico trajo consigo. Sin embargo, esta posición única del arte como experiencia de proyecto a seguir acarreo sin duda alguno, una serie de problemáticas. De aquí que el proceso del arte postmoderno se diera en términos renovadores, por ejemplo, si el arte moderno celebraba la cuestión de la pureza y único, el arte postmoderno expresa lo impuro y le quita esa aura única, generando con este nuevo planteamiento, la formación de una nueva relación con el sentido del objeto y la apertura del público para que pueda vivir una nueva experiencia.

El artista postmoderno, construye la obra de distintas cosas, se basa y explora a la vez de mecanismos que no impliquen en su totalidad el objeto en sí, sino lo que busca es reconstruir y



estimular otros procesos que tienen que ver principalmente con el juego de sentido-idea. El arte postmoderno como se puede entender dentro de su proyecto de transformación, construye la concepción de su estructura a través de mecanismos que expresen formas más públicas y populares, el arte postmoderno se aleja en este caso, de la idea de un genio solitario que forma obras únicas de un significado único, profundo y trascendental.

La postura de este nuevo paradigma artístico (arte postmoderno), se instala como hemos podido ver, mediante una dinámica más sociocultural, en donde y como ya hemos mencionado, el objeto no es la parte esencial en la producción, consumo y sensibilización de la obra, sino que trasciende a una *idea* que trata de detonar procesos más críticos y reflexivos dentro del público. Ejemplo de ello lo encontramos en estas tres representaciones del arte postmoderno: <http://www.youtube.com/watch?v=h9GAYj7rTj4>

- ✓ El performance: Género en donde obra y espectador se borra, de hecho la obra incluye necesariamente interacción de un público activo que pueda integrarse a la formación de experiencias.
- ✓ Arte Instalación: En esta expresión, hay de igual manera una disolución entre obra y espectador. En vez de encontrar una obra colgada en la pared, el espectador se encuentra rodeado por la obra en un espacio que ha sido intervenido y en donde los sentidos están involucrados en la experiencia de la obra.
- ✓ Arte conceptual: Lo importante no es un estado anímico inducido por el material que uso el artista, si no las ideas, conceptos y elementos que la obra suscita en el espectador

En este sentido, el arte postmoderno da cabida a la reinterpretación del proyecto del arte moderno, es decir, presenta un nuevo escenario en donde se renuevan los componentes estéticos e ideológicos del arte. Los espacios y los conceptos se renuevan para que el artista presente nuevos procesos comunicativos y cognitivos; el espectador tiene en este sentido, la formación de espacio en donde se renuevan los mecanismos creativos, así como la conformación de nueva relación resignificativa, y por supuesto, el replanteamiento de los mecanismos sensibles (estéticos).

➤ El caso del museo virtual

Cuando hablamos de museos virtuales no nos estamos refiriendo en primera instancia al museo que se encuentra dentro del espacio virtual, en este caso referente a Internet, sino a toda una configuración socio-cultural y sobre todo a una concepción filosófica que se basa básicamente en la noción de extramuros, es decir, a una transformación de los procesos tradicionales en cuanto al



espacio, tiempo, sujeto, objeto y representación (cuando nos referimos a las transformaciones de los procesos tradicionales, hacemos énfasis al concepto Institucional del museo como un espacio rígido, sacramentado que contiene objetos dentro de su paredes)².

En este sentido, el museo virtual extramuros comprende una perspectiva distinta a la expresada con anterioridad (museo clásico), se convierte en una nueva posibilidad de imaginar nuevos procesos de construcción social; el museo se sale de su dinámica y encuentra nuevas posibilidades que lo renuevan de manera interna (como institución cultural) y externa (ante su compromiso social de difundir el conocimiento). La modificación de algunos de sus componentes produjo por ende, nuevos ordenamientos en cuanto las estructuras del museo, expresando así, la enorme capacidad que el museo tiene a evolucionar o bien a adaptarse a los distintos cambios que se van suscitan dentro de sus propios contextos culturales. Lo que provoca un giro significativo a la rigidez establecida ya sea por la estructura física o de gestión, dando lugar a formas más flexibles y adaptativas que pueden dar cabida a la mutación o trasfiguración del museo.

En el contexto postmoderno, el museo se ha tenido que trasfigurar en un espacio comunicativo en donde el concepto de contenedor se desplaza de una manera muy concreta a la formación de espacios de re-significación, a través de nuevas estrategias de comunicación que buscan hacer (sentir, pensar, saber, querer) al público usuario del museo para educarle, instruirle y emocionarlo. Las posibilidades de reinención de los museos son en este caso múltiples y variadas, ya que como hemos visto dentro de nuestro primer capítulo, el museos ha tenido durante su larga historia una serie de categorías que lo definen o bien lo redefinen, en nuestro caso en particular, dan cabida a una asociación e interacción muy reciente que el museo está teniendo dentro de las nuevas redes sociales³ y que se dan pie en una nueva museología que se constituye en abolir, como ya lo

² Al parecer, la idea de los museos virtuales se existe gracias a un par de ideas provocadoras lanzadas en el siglo pasado por dos franceses. Por una parte, la idea de Marcel Duchamp respecto a la creación de un *museo transportable*, utilizando así un maletín de reproducciones de sus obras en miniatura. Y, por otra, la idea de un *museo imaginario* de Andrés Malraux *transportable*, este último tienen una relación más fuerte con lo que hoy conocemos como museo virtual, ya que la idea de un museo imaginario da como referencia la construcción de un museo extramuros.

El verdadero museo probablemente sea sólo virtual, es decir, enteramente imaginativo, en el sentido que Malraux le dio a esta expresión, no irreal sino extramuros y sin otro soporte que la tenue realidad de la imagen de la que extrae su propia realidad..." "...El museo virtual no es, pues, una nueva figura de museo, modernizado y técnicamente regenerado, sino que es un punto de vista o una integración de puntos de vista..." "...El museo virtual no está por construir, existe de hecho, pero sin duda en otra parte y distinto al que pensamos, ya que se confunde con el problemático campo de lo museal..." (citar texto museos virtuales: nuevos balcones digitales)

³ El análisis de redes sociales aplicado a los museos se centraría de igual modo que la ecología en los aspectos procesuales (las relaciones que establecen los actores) que hacen emerger estructuras reticulares (pensemos por ejemplo en cómo la asociación de varios departamentos-elementos, actores, nodos- hace emerger una exposición, que no es simplemente la adición de lo aportado por cada uno de los departamentos sino que tiene una entidad propia, y en cuyo proceso, los propios elementos departamentales serían a la vez totalidades y partes de un todo más amplio al modo de lo que Koestler llamó *holón*). El análisis de redes sociales se centra por lo tanto en el estudio de la conducta de los actores del museo-red a nivel micro, la estructura del museo-red a nivel macro y la interacción entre los dos niveles



hemos mencionado, el edificio y llevar al museo al ámbito de un nuevo territorio que se se podrían definir de la siguiente manera:

El territorio primero y el no-territorio (o el supra-territorio) después, moldean y delimitan la configuración estructural de los museos-red adaptándolas a sus formas.

En este caso, el funcionamiento de este nuevo paradigma museográfico presenta en sí, una nueva forma de auto organización, así como la emergente necesidad de asimetría entre sus componentes. Ejemplo de esto se encuentra al abordar la cuestión de sus colecciones de objetos digitales, de sus puntos de accesos y de la construcción de su mismo espacio, así como de las interacciones de los usuarios y por supuesto la formación de exposiciones (es decir la dinámica que se encuentra en este espacio conocida como museografía, mismo que se integra por el guion, el diseño de cada una de las salas, la puesta en escena o la historia a contar, así como los elementos con los que cuenta cada una de las exposiciones, en nuestro caso a los referentes a los medios virtuales). Para ello nos gustaría citar a tres diferentes autores que definen de una manera más concreta la organización que tienen los museos con los medios virtuales

- ✓ El museo virtual es «una colección de objetos digitales lógicamente relacionados y compuestos de una variedad de medios y puntos de acceso y en el que la interacción con el usuario es flexible en relación con sus necesidades e intereses» (Schweibenz).
- ✓ El museo virtual, es el nexo entre muchas colecciones digitalizadas y puede ser utilizado como un recurso para organizar exposiciones individuales a la medida de las expectativas e intereses del usuario (Arturo Colorado).
- ✓ El museo virtual «a través de las imágenes digitalizadas acerca las obras al internauta y las hace presentes en cualquier lugar del mundo de forma individualizada» (Francisca Hernández).

En este sentido, el museo virtual tiene su propio espacios museístico en el que busca de manera constante su propia razón de ser, esto claro está al re-significar al objeto digital a través de sus propias formas, espacios y sentidos que se aterrizan en la formación de sus propias experiencias, sensaciones y afectos. El museo virtual, debe plantear en su propio sentido, una nueva puesta de escena, en donde, el usuario pueda llevarse una nueva idea provocadora del espacio museográfico virtual y por supuesto de la exposición en cuestión; deben en este sentido conectarse a través de un nuevo dialogo que renueve su interacción de manera constante⁴.

de forma que se puedan inferir generalizaciones sobre comportamientos y características, incluyendo la existencia de redes superpuestas, propias de las redes sociales y concretamente de las de museo. pág 4 texto el museo virtual.

⁴ Recordemos que la interactividad es una acción que va más allá del simple "dar clic" para ir de un lugar para otro. La interactividad propone un dialogo entre usuario y contenidos; que permita realizaexploraciones asociativas. Nos da la



El Museo virtual se presenta como una superficie discursiva, como un espacio físico organizado en el que se expresa la acción enunciativa de un sujeto colectivo sintagmático implícito... espacio que se vuelve significativo a través de su propia competencia estratégica global expresada en la construcción de uno o varios recorridos pertinentes diseñando (inscribiendo) uno o varios usuarios modelo. Por su parte, el visitante de un museo es convocado a ejercitar un recorrido narrativo en el que como consecuencia del encadenamiento lógico de una serie de programas narrativos, se le propone la conjunción con el objeto de valor cultural. De forma que el museo es un texto, un enunciado, un discurso, y como tal, expresa la intención y la voluntad del enunciador, del hacedor, del emisor a modo de demiurgo del arte y de la ciencia humanas con el fin de interpelar a un destinatario, a un enunciatario, a un receptor.

El museo virtual es así, capaz de realizar dos papeles, el primero es evidentemente educativo y concientizado (el cual estaría del lado del discurso y del significado), el segunda estaría en función de lo estético y poético (es decir del lado de las formas y de los afectos), esto con la capacidad de sumergir al usuario en una experiencia más didáctica, cultural, interactiva y por supuesto artísticas.

Se está produciendo así una revolución del espíritu artístico, ya que como bien enunciamos en el capítulo anterior, el arte o bien el artista está viendo con nuevos ojos este espacio como un lugar para nuevas producciones artísticas, siendo el espacio virtual y el museo virtual un sitio donde las posibilidades se agrandan dentro del mercado cultural del arte (esto claro está en un sentido de distribución de bienes culturales de manera democrática y no mercantil). La interacción con los medios y objetos virtuales permite en gran medida al usuario sentirse inmerso en estas nuevas realidades. Los dispositivos de manejo permiten en este sentido al espectador una nueva experiencia sensorial a través de los sentidos y de las herramientas que estos espacios pueden ofrecer y pueden ser manipulados por el mismo usuario. Ejemplo de ello se encuentra en la proyección de las imágenes, el diseño del mismo sitio, la música de ambientación que se presenta en cada una de las salas, los colores y texturas manejadas dentro de cada espacio, entre otros.

De aquí que el espacio virtual nos presente tres finalidades para su correcta función e interacción:

- ✓ La primera se encuentra a través del simulacro: que es el replicar aspectos suficientes de la realidad para que el usuario experimente una situación extraída de la realidad.

opción de manipular objetos virtuales y nos permite recorrer los contenidos a nuestro ritmo. (Ortiz Jorge Eduardo, Rodolfo Cipaguata, 2006, p: 79).



- ✓ La segunda se entiende a través de la interacción: misma que consiste en el control del sistema virtual creado, es decir del manejo que el usuario le puede dar a este espacio por las herramientas que integran el mismo.
- ✓ La tercera característica se encuentra en la percepción: este como el elemento más importante por el cual el usuario puede creer que realmente está viviendo situaciones artificiales, alcanzando así una sensación de inmersión en un ambiente virtual. (Ortiz Jorge Eduardo, Rodolfo Cipaguata, 2006: p 81).

Ante estas tres herramientas, el museo virtual ofrece el poder de navegar en cada una de las salas de manera libre e independiente, examinado y analizando así cada uno de los objetos expuestos, propiciando así, una herramienta dedicada a la generación de conocimiento, a la estética (contemplación), a la investigación, entre otros. Es importante mencionar en esta parte de nuestra investigación, que el museo virtual tiende hasta el momento a presentar dos clases de objetos, el primero hace referencia a la presentación de objetos artísticos que tiene que ver con la realidad, es decir, la obra es digitalizada con la finalidad de realizar una copia que pueda ser presentada o bien expuesta dentro del espacio virtual, la segunda se encuentra en el campo de la formación de productos artísticos digitales. Hoy estamos observando que el espacio museístico ya no se limita al espacio físico, el espacio arquitectónico y virtual se están empezando a complementar con un mismo fin, el de seguir difundiendo y preservando los bienes culturales.

Para ello los museos virtuales son producto de la suma de, por lo menos dos circunstancias:

- ✓ El desarrollo de las tecnologías digitales, especialmente multimedia y, en consecuencia, el crecimiento exponencial del Internet.
- ✓ El deseo de concebir nuevos espacios para la difusión, la creación de arte y la formación de públicos. (Ortiz Jorge Eduardo, Rodolfo Cipaguata, 2006, p: 80).

Hoy en nuestra sociedad se entiende que el arte no puede ser fijado e inmovilizado para ser objeto de procesos. Hoy en día el arte y la vida se codeterminan y se copertenecen. Siendo precisamente la digitalización de las imágenes, su tránsito e incluso su constante y aleatoria modificación por parte de usuarios que comparten en la red sus licencias creativas, lo que configura formas de transferencia de conocimiento y circulación de imágenes en una nueva comunidad virtual sin centro y sin periferia.⁵ (Vázquez Adolfo, 2008, p:123).

⁵ Para analizar los museos virtuales es conveniente recurrir a una clasificación:

- Los que exponen obras de arte no digital. Aquí encontramos museos-instituciones como el Louvre, el Museo del Vaticano, el Británico, el Hermitage, el Museo de Arte moderno y el Tamayo en México. Entre otros.



En este caso, el museo como institución epocal, no puede ser ajeno a las transformaciones tecnológicas-comunicativas, así como a los modos de producción artística y cultural derivadas de dichas transformaciones. De aquí que presentemos dos ventajas que nos traen estos nuevos espacios museográficos

En años recientes se ha visto cómo los museos clásicos o bien institucionales han comenzado a abrir sus puertas al arte digital. Lo han hecho de manera cautelosa, ya que este acceso le otorga a la obra digital el aval de *obra museable*, es decir, su entrada que le da garantía institucional de *obra de arte*.

➤ Referencias

- ✓ Gilles Lipovetsky 2011 *El Occidente Globalizado* Anagrama Barcelona
- ✓ Consejo Nacional para la cultura y las artes: Encuesta a públicos de museos Informe de resultados
- ✓ Bernard Deloche 2008 *El museo virtual*, editorial TREA Barcelona
- ✓ Manuel Castells 2006 *La sociedad red* Alianza Editorial, Madrid

-
- Los que exponen obras de arte digital (netart, ciberarte, webart). Esta clasificación nos remite a entornos inmateriales, ubicados en el no lugar llamado ciberespacio y con características específicas, en cuanto a tecnología y estética.

Sabemos que este tipo de portales son expresiones o espacios alternos, representaciones de un museo físico. Y, por tanto, en sus sitios de internet, exhiben reproducciones digitales, de sus colecciones, es decir, fotografías de obras de arte que tienen presencia física fuera del ciberespacio, así como de producciones artísticas pertenecientes al ciberespacio. (citar el texto un museo virtual para el arte).