



Fronteras, massmedia y postvisualidad

Miguel Omar Muñoz Domínguez
Gladys Lucía Acosta Valencia
Carmen Fernández Galán Montemayor
(Coordinadores)

ME

IΩ

TI

Σεμιοτικά τρασιμινάρ

Miguel Omar Muñoz Domínguez
Gladys Lucía Acosta Valencia
Carmen Fernández Galán Montemayor

(Coordinadores)

*Fronteras, massmedia
y postvisualidad*

fels



**Universidad
de Medellín**[®]
Ciencia y Libertad



Fronteras, massmedia y postvisualidad / coordinadores Miguel Omar Muñoz Domínguez, Gladys Lucía Acosta Valencia, Carmen Fernández Galán Montemayor: Universidad Autónoma de Zacatecas-Universidad de Medellín, 2021, 264 pp.

Colección: Semiótica trasliminar

1ª edición

México-Colombia

Esta edición está avalada por pares académicos

Imagen de portada: Andreas Cellarius, 1661.

Directores de la colección:

Miguel Omar Muñoz Domínguez

Carmen Fernández Galán Montemayor

Gladys Lucía Acosta Valencia

Diseño Editorial:

Carlos Flores Cortés (México)

Solangy Carrillo Pineda (Colombia)

Primera edición: 2021

© Universidad Autónoma de Zacatecas "Francisco García Salinas"

© Universidad de Medellín

ISBN 978-607-555-103-6 / ISBN-e 978-607-555-100-5 (Zacatecas)

ISBN 978-958-5180-27-7 / ISBN-e 978-958-5180-28-4 (Medellín)

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra, por cualquier modo electrónico o mecánico, sin la autorización de los editores.

El contenido de cada capítulo es responsabilidad de los autores.

Hecho en México / Made in Mexico

Interaccionismo y/o interactividad en el museo con narrativas transmedia

GERMÁN GARCÍA OROZCO

Introducción

El museo no es refractario a la capacidad transformadora de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), ni mucho menos se resiste a un ecosistema de medios fluidos. Las narrativas transmedia se incorpora en el museo como un aparato de mediación, promoviendo la interacción y/o interactividad. Asimismo, crea las condiciones para que el consumidor cultural se aproxime de forma vital con las obras artísticas.

Para saber la manera en cómo ha logrado estas conquistas, es necesario definir dos categorías que son concluyentes para la consolidación de un modelo de museo que propicia interaccionismo y/o interactividad.

Por un lado, conceptualizaremos e identificaremos las características que han hecho de las narrativas transmedia una fuente fértil de medios, discursos y lenguajes. Por otro, explicaremos los distintos momentos y perspectivas con que el museo fundamenta su razón de ser: la museología.

Finalmente, las conceptualizaciones de narrativas transmedia y museología se articulan para escudriñar sus principios teleológicos, de manera que el museo pueda encontrar posibles estrategias que promueva la experiencia del consumidor cultural a través de la interacción y/o interactividad.

Narrativas transmedia

La narrativa ha sido un dispositivo imprescindible en la estructura y consolidación de la memoria histórica, política, social, económica y cultural de las sociedades.

Las TIC han transformado las dinámicas de lo cultural que deja ver y oír un discurso polifónico conformado por relatos no sólo de las mayorías, sino también las narraciones de las minorías que han sido tradicionalmente acallados y que hoy reclaman ser amplificadas. Entonces, relato y tecnología tienen sus más profundos antecedentes en la Revolución Industrial; sin embargo, es la tecnológica la que permite evidenciar significativas transformaciones. Una proyección de este efecto (Sánchez-Viosca, 1989: 61-62) puede ser entendida a través de la fragmentación de los relatos, una propagación de microrrelatos de una cultura de masas que se legitima a sí misma y que se mueve de un medio a otro, generando hibridaciones y cruces. Por consiguiente, los procesos de significación y construcción de sentido se expanden a un amplísimo horizonte de posibilidades que modifica las lógicas de aprendizaje por imitación (reproducción) por las del descubrimiento (exploración), propias del paradigma de la tecnología informacional (Orozco, 2007: 115).

Como consecuencia de este ecosistema, las narrativas transmedia adquieren un carácter dinámico a partir de la convergencia no sólo de medios sino también discursos. El concepto *transmedia* (Moreno, 2013: 120) es creado por Marsha Kinder en *Playing with Power in Movies, Television and Video Games* y es Henry Jenkins, del Massachusetts Institut of Tecnology, quien lo populariza.

Varios autores han desarrollado este concepto; sin embargo, Scolari (2013) nos ofrece la siguiente perspectiva: “Las Narrativas Transmedia son una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónica, audiovisual, interactivo, etc) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etc)” (p. 24). De esta manera, las narrativas transmedia se dispersan como un rizoma de medios mixtos o híbridos (Mitchell, 2005) que explora las potencialidades sensoriales y cualifica la experiencia como un proceso de comunicación fluida.

Asimismo, las narrativas transmedia son “un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en el proceso de expan-

sión” (Scolari, 2013: 24). Es decir, el espectador puede tener la opción de asumir el rol de consumidor como de productor, una manera de incrementar su participación.

Teniendo en cuenta lo anterior, es necesario explicitar la manera en cómo las narrativas transmedia operan en el contexto del museo. Un museo transmedia es el que utiliza todo tipo de medios para comunicarse con sus públicos aprovechando las características narrativas específicas de cada uno de ellos. Contenidos y discurso de todos los medios utilizados deben completarse y complementarse, formando así un conjunto que se comprende y disfruta cuando se participa de la totalidad. Transmedia requiere una estrategia narrativa completa y no una mera estrategia comercial que suma medios sin tener en cuenta las interacciones entre los mismos. El museo transmedia utiliza la sede física, la sede virtual, la sede virtual en movilidad y otros recursos digitales y analógicos, como las publicaciones en papel, para aumentar el conocimiento y hacerlo accesible a todas las personas (Sánchez, 2015: 89).

Así, el museo transmedia, al incluir lo analógico y digital como formas de mediación, permite activar tanto las interacciones y/o interactividades como parte de una estrategia planeada que el museo asimila para aproximarse con sus públicos. Como resultado de ese proceso, se desprende la necesidad de amplificar el concepto de mediación desde la siguiente óptica:

Supone como punto de partida abandonar la idea de que las mediaciones proceden sólo de los medios y que éstas, en cierta manera, son su extensión. Las mediaciones a las que me refiero son procesos estructurantes que provienen de diversas fuentes, que inciden en los procesos de comunicación y que conforman las interacciones comunicativas de los actores sociales. (Orozco, 2007: 107)

El espíritu de la museología

El proyecto ilustrado de la modernidad está representado en el museo como modelo canónico, que puede ser interpretado de la siguiente manera: “El Museo es la sede ceremonial del patrimonio, el lugar en que se le guarda y celebra, donde se

reproduce el régimen semiótico con que los grupos hegemónicos lo organizaron. Entrar a un museo no es simplemente ingresar a un edificio y mirar obras, sino a un sistema ritualizado de acción social” (Canclini, 1989: 158).

El coleccionismo definió la concepción tradicional del origen de los museos del siglo XVIII a través de objetos de distintas naturalezas: artísticos, antigüedades, gabinete de curiosidades, hallazgos arquitectónicos, descubrimientos de culturas a causa del colonialismo, entre otras. Cuando estas colecciones pasaron a formar parte del patrimonio nacional, se inauguraron públicamente la mayoría de estos museos como primera señal de socialización y democratización de su respectivo acervo cultural. El British Museum de Londres (1753), la Galería de Kassel (1760) y el Louvre (1798) ejemplifican algunos de estos referentes.

Este proceso transformador del sentido privado de las colecciones a lo público deviene en un nuevo valor:

La musealización hace que las cosas devengan “objetos”, una clase especial de objetos: objeto de museo. Cuando las cosas del mundo real entran en la institución museística se les confiere una condición que no tienen cuando se mueven en el mundo de las mercancías, devienen documentos y su valor de uso y de cambio desaparece. Así los objetos adquieren una cierta plasticidad al convertirse en cosas a interpretar y con significado. (Navarro, 2011: 53-54)

En consecuencia, este primer género de museo privilegia coleccionar, conservar e investigar, trilogía funcional que se ampara desde la perspectiva positivista —racionalidad, historicidad y evolucionismo— a partir de prácticas autoritarias, unidireccionales, oficiadas por expertos, conservadores, museógrafos, curadores, políticas elitistas —gusto burgués—, entre otras, que, a través de su papel de emisores —productores— de sentido, ponderan la universalidad de la significación de las piezas de la colección en el marco de una ritualidad institucional (protocolos para las exposiciones, inauguraciones, dispositivos para el montaje, entre otros).

Durante esta producción de significación del discurso expositivo, intervienen dos tipos de mediaciones:

Una, generalmente, sustentada por los principios del *connoisseurship*, y que es mostrada a partir de exposiciones donde se enfatiza la organización lineal de las piezas y de dónde provienen. La otra, sustentada por la didáctica o por la instrucción es mostrada a partir de exposiciones que subrayan cómo la pieza “debe” ser interpretada con concisión y claridad. (Padró, 2003: 57)

En otros términos, el relato museístico es neutro, descriptivo, identificativo y afirmativo. Los visitantes, por tanto, constituyen el último eslabón de esta relación que, a través de la contemplación de la obra aurática (Benjamín, 1936),¹ prescribe una interacción pasiva de los espectadores y única posibilidad de participación. Por lo tanto, los visitantes son considerados sujetos que deben ser llenados de conocimiento y de saber ilustrado.

En tanto, la museología analítica surge como una alternativa a la tradicional, la cual desarrolla una teoría del museo con sentido epistemológico y define al museo como un medio de comunicación en el marco de una cultura institucional, caracterizada por una dimensión técnica, pragmática y funcional. Por lo tanto, el carácter de esta clase de museo privilegia coleccionar, conservar, investigar, exponer y educar. Entre tanto, capta la atención de los visitantes a través de rimbombantes exhibiciones (temporales y/o itinerantes), usando el marketing y la gestión cultural como mecanismos para democratizar el acceso a los museos.

Se crea la simbiosis entre arte y entretenimiento en el museo, perspectiva que tiene sus antecedentes en la industria cultural. Adorno y Horkheimer, desde la teoría crítica, argumentaron que los medios de comunicación reproducían paradigmas hegemónicos, legitimando las ideas del poder e influyendo a sus públicos. Suponían que los consumidores no eran conscientes sobre la forma en que los medios de comunicación modelaban sus prácticas cotidianas porque el consumo entre arte y entretenimiento florecían entreverados en el contexto de la industria cultural.

¹ Caracterizada por el valor cultural, lejanía, singularidad, autenticidad, tradición y ritualidad.

En ese sentido, el museo, en la conquista de producir significativos cambios, genera movimientos pendulares en sus acciones, marcando dos tempos: uno, conservando el hábito del modelo tradicional dado por medio de metanarraciones canónicas, didácticas y elitistas, las cuales dispensan exhibiciones para ser vistas, y otra, que promueve una cultura del espectáculo (Vargas Llosa, 2012; Han, 2013) del objeto artístico para que, a través de la simulación (Baudrillard, 1978), puedan ser experimentadas sensorialmente por los diversos públicos como grupos familiares, adultos, estudiantes de colegios, universitarios, entre otros.

De otra parte, la museología crítica surge como una perspectiva que cuestiona e interroga la génesis del museo: “La museología crítica² surge de la crisis constante del concepto de museo como espacio de interacción entre el público, y una colección y como consecuencia de una política cultural” (Flóres, 2006: 232). Asimismo, “la museología crítica ha sido, en muchos casos, una respuesta a la comprensión del museo como un lugar de división entre expertos y noveles, productores de conocimiento y traductores, visitantes expertos y visitantes consumidores” (Padró, 2003: 52).

Estas reflexiones, por lo tanto, permiten anotar: “Si la cultura del museo entiende que éste es un lugar de duda, de pregunta, de controversia y de democracia cultural, las normas que compartirá la cultura institucional producirán un sujeto encargado de problematizar la genealogía del museo y sus colecciones, y de fomentar lecturas desde múltiples frentes” (p. 57).

De esta forma, la museología crítica se orienta hacia procesos de interpretación de las exhibiciones contrastadas con una polifonía de voces, que cuestionan los relatos hegemónicos y visibilizan lo oculto a través de estructuras narrativas múltiples y diversas. “El discurso que a su vez emerge de la interacción de todos los agentes que intervienen — comisarios, instituciones, públicos, críticos, etc. — a través de procesos de

² La nouvelle museologie (versión francófona liderada por G.H. Rivière) y museología crítica (perspectiva anglosajona que no tiene cabeza visible que lo lidere). Ambas, sin embargo, son corrientes afines.

negociación, consenso o confrontación, es el eje que vertebra la interpretación del museo” (Rodríguez, 2013: 16).

El acervo cultural del museo es un referente que da cuenta de las estructuras de representación sobre las que fueron realizadas; por tanto, es necesario el debate crítico frente a los nuevos signos de representación para hacer del museo no un panteón del pasado, sino un escenario significativo que permita entender el presente. De donde resulta que

lo que interesa no es tanto el valor intrínseco del objeto o del conjunto de objetos, sino su capacidad para desarrollar un concepto, una idea, suscitar una reflexión... entendida esta no como un mensaje que se transmite al espectador (paradigma comunicacional), sino como construcción encaminada a potenciar el debate, el cuestionamiento, la confrontación; en suma, a activar el pensamiento crítico. (Rodríguez, 2011: 61)

Museo en estado expansivo

Las propuestas artísticas que el museo albergó en su colección durante la primera museología estuvieron representadas principalmente por grabados, dibujos, pinturas y esculturas como consecuencia de la tradición formal del arte en Occidente. Las discusiones acerca de la naturaleza del arte estaban orientadas a privilegiar la esencia de lo bello en la obra, de manera que las voces de Leon Battista Alberti, humanista y tratadista del siglo XV, y Kant en el XVIII defendieron esta posición. Ambos autores establecieron la diferencia entre aquello que era inherente a la obra (*ergon*) en contraste con los elementos añadidos (*parergon*) a la misma, por ejemplo, el marco en la pintura o el pedestal en la escultura, arguyendo que estos ornamentos reforzaban el esplendor de la belleza en la obra, pero no eran atributo de lo bello en sí mismo.

Esas ideas, sin embargo, constituyeron el espíritu de la primera museología que recoge las ideas de la Ilustración y establece el carácter contemplativo de las obras como una forma de conocimiento, exaltando la belleza como un valor en el arte. Esto significa reconocer que el límite lo impone la obra y que el espectador debe centrarse en la naturaleza que ella misma produce.

Durante el siglo XX, aparece un contrapunto a esta postura con Derrida, quien amplió la discusión desde una perspectiva deconstructivista afirmando: “El parergon (marco, vestido, columna) puede aumentar el placer del gusto (...), contribuir a la representación propia e intrínsecamente estética si interviene a través de su forma” (2005: 77).

De manera que el marco, firma, título de la obra, ficha técnica, pared sobre la que se cuelga la obra, entre otros, también se constituyen en elementos que ocupan un lugar relevante en la obra. Esta consideración supone un giro en la museografía donde la puesta en escena adquiere protagonismo para que las obras puedan ser experimentadas y/o contempladas por parte de los consumidores culturales. Estas prácticas pueden ser experimentadas a través de la museología analítica como crítica.

En otro aspecto, es importante destacar que las obras actuales están conformadas por materialidades y formatos diferentes, muy distintas a las tradicionales, como pueden ser instalaciones, ambientes, performance, arte efímero, entre otras, expandido la naturaleza del arte, asimismo, expresando otros valores en el arte. Este acontecimiento ha afectado al museo como contenedor y generado transformaciones en sus estructuras como en los modos de exhibir su contenido.

De este modo, podemos entonces señalar que “el aparato moderno de mediación del arte se ha instalado como una máquina de mostrar que desde hace ya largo tiempo es más poderosa que cualquier obra individual” (Vásquez, 2008: 126), estableciendo con el consumidor cultural una ascendente relación y encontrando en las narrativas transmedia un dispositivo eficaz para hacerlo.

Conclusiones

La incursión de las narrativas transmedia en el museo parece tener su pertinencia en el contexto de la museología crítica, por cuanto comparten la idea del relato como eje central de su ecosistema. Ambas aspiran a una participación más simétrica, incluyente y democrática de sus actores para problematizar, indagar y comprender el patrimonio cultural desde narrativas alternativas o microrrelatos que propicien la producción

de nuevo conocimiento desde nuevas subjetividades, racionalidades, emocionalidades y por qué no desde otras maneras de hacer crítica, soportadas en una convergencia de medios.

Estas coincidencias deben estar planteadas como parte de una estrategia museológica que se promueve desde la curaduría, la museografía y las didácticas para que el consumidor cultural pueda experimentar desde lo cognitivo, emotivo, sensorial, estético, como otras tantas posibilidades, estimulando su capacidad de interacción y/o interactividad.

Para finalizar, debemos expresar que las narrativas transmedia en los museos generan aperturas a las obras de arte *per se*, por ejemplo, pintura, escultura, grabado, fotografía, video, instalación, ambientes, entre otras. Igualmente, estos dispositivos se constituyen en un mecanismo decisivo para las exhibiciones, ya que permiten ampliar las posibilidades de conocimiento sobre ellas, así como permiten diseñar novedosas formas de acercamiento al arte, otorgándole mayores niveles de comunicabilidad e interacción y/o interactividad, como también generar nuevas potencialidades a las obras artísticas.

Referencias

- Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- Derrida, J. (2005). *La verdad en Pintura*. Buenos Aires: Paidós.
- Flóres, M. del M. (2006). La museología crítica y los estudios de público en los museos de arte contemporáneo: caso del museo de arte contemporáneo de Castilla y León. *De arte: revista de Historia del Arte*, (5), 231-243.
- Moreno Sánchez, I. (2013). Genoma digital del museo. En M. L. Bellido Gant (Coord.), *Arte y museos del siglo XXI: Entre los nuevos ámbitos y las inserciones tecnológicas*, 119-135. España: Universitat Oberta de Catalunya/UOC.
- Navarro Rojas, Ó. (2011). Ética, museos e inclusión: un enfoque crítico. *Museo y Territorio*, (4), 49-59.
- Orozco Gómez, G. (2007). Comunicación social y cambio tecnológico: un escenario de múltiples desordenamientos. En A. Losada Vázquez, J. F. Plaza Sánchez, M. A. Huerta Floriano (Coords.), *Comunicación, universidad y sociedad del conocimiento: Actas del IV*

- Congreso Internacional*, 149-164. España: Servicio de Publicaciones /Universidad Pontificia de Salamanca.
- Padró, C. (2003). La museología crítica como una forma de reflexionar sobre los museos como zonas de conflicto e intercambio. En V. D. Almazán Tomás y J. P. Lorente Lorente (Coords.), *Museología crítica y arte contemporáneo*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza/Prensas Universitarias de Zaragoza. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=AB6-DAAAQBA-J&oi=fnd&pg=PA13&dq=Museolog%C3%ADa+Cr%C3%ADtica+y+Arte+Contempor%C3%A1neo.++Jes%C3%BAs-Pedro+Lorente+&ots=Lgy6-Auv3g&sig=JBzpNch3u098dbs5Kiu-jd2S58U#v=onepage&q=Museolog%C3%ADa%20Cr%C3%ADtica%20y%20Arte%20Contempor%C3%A1neo.%20%20Jes%C3%BAs-Pedro%20Lorente&f=false>
- Rodríguez Ortega, N. (2011). Discursos y narrativas digitales desde la perspectiva de la museología crítica. *Museo y Territorio*, (4), 14-29.
- Rodríguez Ortega, N. (2013). El museo y su problematización digital: epistemologías en transición. En M. L. Bellido Gant (Coord.), *Arte y museos del siglo XXI: Entre los nuevos ámbitos y las inserciones tecnológicas*, 137-159. España: Universitat Oberta de Catalunya/ UOC.
- Sánchez-Biosca, V. (Diciembre de 1988-Febrero 1988-1989). Postmodernidad y relato. El trayecto electrónico. *Telos*, (16), 59-68. Recuperado de <http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/30096/060944.pdf?sequence=1&isAllowed>
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Vásquez Rocca, Adolfo (2008). Estética de la virtualidad y deconstrucción del museo como proyecto ilustrado. *Nómadas*, (28). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/columbia/iesco/nomadas/28/11-estetica.pdf>