

Una cosmovisión (segunda parte)

El museo es un fenómeno de comunicación que está reflejando de las más diversas formas el acontecer de la vida actual: revalidación o enfrentamiento entre viejos y nuevos mitos, tradiciones y ritos, así como el encuentro con innovadores sistemas de trabajo y la incontenible generación de información. Esto se manifiesta en otros dos elementos de la cosmovisión que estamos revisando sobre museos y nuevas tecnologías: la comunidad y la ética.

IV Comunidades de sabios

El sabio-curador del gabinete de antigüedades y colecciones de arte en cuyas manos estaba mostrar estos tesoros, dispuestos en un edificio magnífico con dos grandes estatuas de leones custodiándolos, ha dado paso a una nueva forma de trabajar y hacer museos.

Desde hace varias décadas sabemos que la institución está cambiando; se crearon, justificaron y apoyaron museos diferentes. Sin embargo, ahora nos enfrentamos a transformaciones radicales que tan sólo en un lustro han afectado los patrones de vida y por ende, a las instituciones como el museo.

Por ejemplo: la creación de guiones museológicos y museográficos puede contemplar el tratamiento de cualquier contenido usando metodologías, técnicas, despliegues y modelos de amplio alcance, precisión, atractivo y dinamismo.

Para trabajar de una manera diferente se requiere de otro tipo de especialistas, de otros sabios. Eso es lo que ha puesto de manifiesto la revolución tecnológica y su repercusión en las ciencias, el beneficio de los proyectos y programas resultado de la interacción de diversas disciplinas.

El museo necesita hoy grupos de trabajo, y es que el museo tiene que atender las demandas de la sociedad que pide comunicación, intercambio, reconocimiento,

revaloración. Por ello, ya no es suficiente la visión unilateral de un experto en ciertas colecciones de objetos, que al final se presentarían de acuerdo a su criterio, en un contexto que prácticamente sacralizaba ese contenido.

El museo tiene que cumplir con el reto de mostrar y ser parte de los procesos de la comunidad, por ello necesita tener la experiencia de trabajar en comunidad y abrir la posibilidad de una participación significativa con el entorno. Directa o indirectamente, poco a poco esta situación nos ha llevado a desarrollar una batería de servicios complementarios de la exposición, así como la aplicación de mecanismos de gestión, a través de la aportación de diversos especialistas.

Las nuevas tecnologías son medios polifacéticos que permiten, por un lado, expresar claramente y, por otro, auxiliar eficientemente este acontecer que vive el museo.

Veamos el caso de las diversos tipos y aplicaciones del video: explicativo, muy atractivo y de poca duración, creado para apoyar una exposición mostrando el contexto social de los objetos; documental, generalmente producto de una investigación científica, que funcione como un banco de datos para alimentar a las áreas sustantivas del museo y sirva como material de consulta para el público; decorativo, realizado y colocado en el área de exposición para crear un ambiente; comercial, para publicitar el museo al gran público; de divulgación, preparado para cumplir con los objetivos de las áreas de servicios educativos; como obra artística, creado con fines plásticos y formando parte de la colección a exhibir; de registro de actividades y procesos llevados a cabo dentro y fuera de la institución como conferencias, conciertos, control de seguridad o restauración; y, también, testimonial desarrollado en conjunto con la comunidad como un documento de verdadero intercambio y evidencia, para ambas, partes de los hechos de la vida diaria en torno al museo.¹

En cada una de las ocho opciones señaladas son diferentes las personas que participan en la creación y uso del video, ya sea al interior o al exterior de la institución; desde el investigador y el museógrafo, hasta el productor cinematográfico, e incluso los vecinos de las casas aledañas al museo, según sean los objetivos, las necesidades y los recursos con que se cuenten.

Consideremos entonces que son muchos tipos de sabios los que pueden participar de manera integral en la coyuntura del museo y las nuevas tecnologías: el técnico, el científico, el académico, el profesionista, los artistas y también aquellos personajes de la comunidad que llevan dentro el conocimiento empírico, el uso y

1.-Durand, 1995

costumbre de su comunidad. A saber, los que desempeñan algún oficio, los campesinos, artesanos, comerciantes, los grupos indígenas, los "abuelos"... entre otras posibilidades del rico universo que ofrece la población.

V Parentesco y alianzas

Hemos planteado que los museos en Latinoamérica enfrentan la inequidad en los recursos para adquirir, desarrollar y mantener las nuevas tecnologías, así como falta de capacitación para su manejo. Ante este panorama, queda claro que no todos podemos elaborar o ser creadores en el campo de las nuevas tecnologías, pero sí podemos tomar la voz del emisor, en coordinación con los productores. Esto nos lleva a otro nivel del establecimiento de relaciones en la comunidad, las cuales conllevan organización, cooperación, solidaridad.

Para el museo puede convertirse en una tarea importante, revisar, crear y tender diferentes alianzas y/o "redes". Por un lado, nos referimos a las relaciones entre el personal, voluntarios y amigos del museo, moderadas por una organización administrativa, descripción de puestos, manual de procedimientos, actas constitutivas y código deontológico. Por otro, al exterior de la institución, a convenios de colaboración estipulados moral o legalmente, entre museos locales, regionales y nacionales, o incluso entre museos de diferentes partes del mundo. Lo mismo aplicaría con instituciones y organizaciones culturales, educativas, artísticas, gubernamentales, patronatos, empresas, organizaciones no lucrativas, etc. Los museos han establecido algunas o todas estas interrelaciones de manera convencional, sin embargo, ahora adquieren otra dimensión porque se pueden complementar en forma virtual, a través de sistemas computarizados conectados en red. Aprovechando las capacidades del correo electrónico, el llamado trabajo a distancia puede desarrollarse con gran eficiencia y respuestas casi inmediatas.

En general, este planteamiento enriquece potencialmente el trabajo en todas las áreas del museo. Específicamente para el campo de las nuevas tecnologías y los medios audiovisuales, no hay mejor manera de combinar recursos materiales y especialistas de tiempo completo en cada una de las tareas que implica el uso y manejo de estos medios.

Con acuerdos claramente estipulados por las partes y estableciendo esquemas de trabajo en el que se asignen derechos y obligaciones, pueden convivir técnicas, tecnología, contenidos y cosmovisiones. Todos pueden aprender y enseñar al mismo tiempo, ya que en esta propuesta la participación de cada uno es igualmente importante. Tenemos el caso de la llamada antropología visual, en la que grupos

étnicos, con asesoría de especialistas y capacitación básica, han usado los medios electrónicos y digitales con un lenguaje creativo propio, enfocándose a vivencias e inquietudes muy particulares, dando otra voz a las manifestaciones de su cultura.²

Al unir esfuerzos, el museo puede conjuntar en la producción audiovisual y digital el punto de vista del investigador que busca explicar procesos y fenómenos en su particularidad con la mayor objetividad y fidelidad posibles, a través de la observación y el análisis sistemático, con la experiencia del productor profesional que conoce el manejo de los diferentes recursos audiovisuales, de la técnica del espectáculo, tiene otra visión de lo que espera el público, etc. Como resultado, las instituciones podrán manejar materiales de carácter científico que sean amenos, estéticos, interesantes, didácticos, motivantes.³

Parte fundamental de estas alianzas o encuentros, con patrocinadores, empresarios, donadores, productores, distribuidores, será todo lo referido a la compra, renta o préstamo del equipo, los "fierros" en el lenguaje de la informática (hardware), y al uso de los conjuntos de instrucciones que mueven a esos equipamientos (software). En su caso, consideremos también en estos conceptos, a las videocámaras, videocassetteras, editoras, grabadoras, etc.

Se recomienda que el museo, antes, durante y después de comprar y manejar tecnología multimedia, sistemas computarizados y medios audiovisuales, cuente con la asesoría y consultoría de especialistas en la materia. Esto le permitirá ahorrar tiempo, dinero y esfuerzo. Un manejo de mayor calidad se logra con costosos despliegues de infraestructura con los que generalmente los museos no pueden contar. Entonces se puede trabajar con las entidades que sí la tengan tratando de lograr un beneficio mutuo, estableciendo acuerdos y convenios de colaboración, como universidades, televisoras locales y nacionales, empresas multimedia, organismos gubernamentales, etc.

En todos los casos la capacitación será una constante, contemplando la actualización como un complemento directo de las tecnologías a las que el museo puede tener acceso. Mientras más familiarizados estén los cuadros de trabajo con las nuevas tecnologías, se les deben proporcionar las herramientas técnicas adecuadas. Una fórmula exitosa es participar, y cuando sea necesario crear, programas de capacitación grupales. De esta manera sus altos costos se reducen y el proceso enseñanza-aprendizaje es más rico, tal y como lo requieren los multimedios.

2.- A mencionarse un evento ocurrido hace algunos años "el caso de la comunidad indígena de Corona, Bolivia, que con el apoyo de investigación elaboraron y actuaron en un video que mostraba la terrible pérdida de sus textiles sagrados saqueados por traficantes, así como las repercusiones sociales, económicas y religiosas que tuvo el hecho para su grupo. Después de realizar esta filmación y difundir con grandes esfuerzos esta legítima denuncia, lograron apoyo internacional para recuperar parte de su patrimonio" (Durand, 1994). Para otros ejemplos se pueden visitar las exposiciones virtuales "O Carnaval de Porto Alegre (Brasil)" y "Cheyenne Frontier Days" (USA) en el sitio <http://www.chin.gc.ca/museumamericas>

3.- Durand 1992

Con estas acciones, el museo tendrá la posibilidad de prevenir y solucionar problemas de obsolescencia de equipo, compatibilidad de máquinas y lenguajes, subutilización de la tecnología, mantenimiento preventivo, mayor eficiencia en la operación, etc.

Aprendamos de nuestras relaciones de parentesco, de los encuentros y alianzas de familias, clanes y tribus; no es necesario que el museo “case a algún hijo” (y estar relacionados para siempre). Habrá que planear cuidadosamente el establecimiento de compromisos a largo plazo, con dueños, prestadores de servicios o creadores en el campo de las nuevas tecnologías. Al propiciar o estimular periódicamente la circulación de bienes y servicios en sistemas y medios audiovisuales y digitales, habremos cumplido con un ciclo de vida útil para el museo. Esto es, sería deseable trabajar con tanta variedad como lo son los multimedios mismos, realizando proyectos con objetivos específicos y metas a corto y, si es el caso, a mediano plazo. Se recomienda que el trabajo se contemple en periodos limitados, porque las nuevas tecnologías, nacen, crecen, maduran y mueren muy rápidamente.

No estamos dejando de lado que el museo pueda apropiarse de los recursos materiales y humanos que le permitan convertirse en productor usando estas tecnologías, pero habrá que meditar si tendrá la capacidad de mantenerse a la vanguardia y estar mostrando cosas nuevas y diferentes, constantemente, como se espera de estos medios. Es más factible que cuente con tecnología básica (accesible en costo, manejo y mantenimiento), que le permita preparar materiales que después se postproduzcan o editen en otros sistemas.

Es importante que en todas sus líneas de acción el museo lleve a cabo encuestas de público y análisis de resultados. En relación a las nuevas tecnologías serán fundamentales para conocer y evaluar la relación que estamos estableciendo con el público y el impacto que realmente producen estos medios. Además, con este mecanismo, estaremos completando el circuito de la comunicación.

Los cuestionarios se pueden aplicar en las instancias del museo (reales o virtuales) de manera tradicional “con papel y lápiz” o de forma digital a través de la computadora. Si es posible, proponemos que el museo use correo electrónico, lo cual le permitirá una comunicación directa, rápida y espontánea con los visitantes, siempre y cuando se asigne a algún responsable la tarea de revisar y contestar esos mensajes.

VI Estado de trance: La ética

En la época actual ocurre otro fenómeno entre la comunidad y las nuevas tecnologías: el público también es generador de fotografías, videos, grabaciones de audio, páginas de internet. Ya está en sus manos conservar, producir, editar, mostrar. Pero los procesos creativos son diferentes en objetivos, calidad y cantidad. A ello debemos enfrentarnos con imaginación, respeto, accesibilidad y cautela a la vez. (por ejemplo, fomentando concursos de fotografía y video no profesional en torno al museo, reunir registros de testimonios de tradición oral, creando museos virtuales regionales, etc. y en el otro sentido, previniendo y evitando el comercio ilegal de bienes culturales)

La autoedición (digamos la edición "casera"), usando los multimedia en la computadora personal, permiten a los individuos, más que a las compañías, o grandes instituciones, comunicar sus ideas. Es importante que el museo y las instituciones educativas, en tanto emisores y receptores, consideren este hecho, el cual aporta un rango más de contenidos a la gran cantidad de información que existe en formato digital. También, debemos reflexionar que esa masa de información en ocasiones se ordena y clasifica o no se clasifica, puede usarse o no puede usarse, que hay todo tipo de destinatarios los cuales, finalmente, buscan o no buscan esos datos. Por todo lo antes mencionado, hay que establecer compromisos éticos con la información e imágenes que se manejan, asumir y sustentar lo que se muestra, y tener presente que la libertad de expresión tiene muchos significados en el mundo, con diferencias en los derechos y obligaciones. Tratemos de respetar la privacidad de los demás, no agredir espacios vitales, físicos y virtuales⁴

Por otro lado, los museos pueden pugnar por crear políticas y códigos éticos referentes a la propiedad intelectual y derechos de uso de imágenes. Hay una compleja problemática, moral y legal, en torno a la propiedad de la información producto de las nuevas tecnologías.⁵

4.-Hoffman 1995

5.- En ese sentido cito una sección de la Carta de Xochimilco, elaborada por el grupo de trabajo en torno a los nuevos paradigmas en el museo: la tecnología. (ICOFOM-LAM et al, 1998):

ÉTICA Y LEGISLACION

Consideramos que:

El uso y aplicación de nuevas tecnologías y productos digitales en el ámbito museal implica que sus profesionales analicen y diriman rangos de tolerancia y ética sobre los derechos de uso de imágenes e información, con el fin de crear conciencia sobre esta problemática.

- Recomendamos observar el código de ética del ICOM en cualquier actividad relacionada con el uso de imágenes, textos y variantes digitales, así como elaborar un anexo en el mismo, respecto al uso y aplicación de elementos virtuales.

- Recomendamos establecer un espacio ligado a la página Web del ICOM para publicar avisos y edictos sobre el uso de elementos virtuales en museos. (<http://www.icom.org/>)

- Recomendamos que a partir de la emisión de la Carta de Xochimilco, los museos e instituciones culturales consignen las referencias de las fuentes utilizadas en los productos de las nuevas tecnologías.

- Recomendamos organizar un comité formado por miembros del ICOM, asesores legales e institucionales, así como artistas y creadores para establecer lineamientos de una legislación adecuada.

La tecnología facilita la elaboración de productos que se pueden integrar al ciclo del desarrollo sustentable del museo. Sin embargo, deben evaluarse los pros y contras de la difusión masiva y/o comercial. Si es el caso, las instituciones tienen como reto crear y regular mecanismos para el uso comercial de las imágenes digitales que sean de su beneficio, o de la persona física o moral que corresponda. (como comunidades indígenas, cooperativas, asociaciones no lucrativas, artistas, artesanos, etc.).

Instituciones y asociaciones de museos de los Estados Unidos de Norteamérica, preocupadas por el problema de la propiedad intelectual llevaron a cabo un trabajo denominado *A Museum guide to Copyright and Trademark*, en el cual tratan el uso no autorizado de los productos digitales del museo, acción que hoy en día es rápida, barata y muy fácil de realizar.⁶

En el campo de Internet, refieren que los derechos y/o problemas del Copyright en el acto de transferencia de información a través de la computadora, trabajo “on line”, habrá que considerar los siguientes aspectos: el derecho sobre la reproducción de originales, el derecho de adaptar una obra para crear una versión derivada, la distribución de productos para su venta, renta o préstamo, tener la exclusividad de presentar al público exhibiciones u obras y, sumando estas situaciones, cómo desarrollar una reglamentación correcta para considerar quién y de qué manera se está transgrediendo la ley⁷ Cabe señalar que este último punto es muy difícil de ejecutar ya que existen innumerables copias digitales de un original que van de un sitio o usuario a otro. ¿Cómo consignar a un culpable, si es prácticamente imposible averiguar quién cometió el pecado original?

Claro que pueden argumentar las atenuantes de un “buen uso”, cuando el fin no es comercial sino educativo o de divulgación, cuando se dan los créditos correspondientes aunque el autor o creador no lo sepa, inclusive no por “mala fe”, sino porque en la intrincada red digital es imposible localizarlos, entre otros casos. Sin duda, el mayor reto a resolver es el de las propias leyes y sistemas jurídicos existentes que, en los diversos ámbitos legales, no contemplan (porque no están actualizados) o no alcanzan a contemplar la reglamentación de medios tan novedosos que se están transformando constantemente (existen disposiciones y recomendaciones generales, pero no específicas).

Para la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo,⁸ “El interés creciente por el patrimonio intangible de la humanidad pone de relieve cuestiones de sentido y de

6.- AMM, 2000. p. 38

7.- ibid, p. 39-40

8.- Pérez de Cuellar 1996

orden ético".⁹ Consideró que las implicaciones económicas giran en torno a cuatro cuestiones las cuales, para los fines de este escrito, podemos ver también bajo la óptica de los productos digitales: la reglamentación de la elaboración de copias de objetos tradicionales, la extracción de objetos y documentos de su contexto o medio de origen perdiendo su significado y valor original, la falta de compensación a las comunidades cuyos productos circulan por el mundo y el temor de que los objetos tradicionales (y el patrimonio intangible también), finalmente se conviertan en mercancías de producción masiva que inunden los mercados internacionales y, con ello, se trastoque profundamente la cultura misma.¹⁰

VII Conclusión, Profecía y misticismo.

Iniciados o no iniciados en las nuevas tecnologías, estamos viviendo un momento de transición, en relación a los valores y principios que rigen nuestras conductas. Necesitamos plantearnos con toda conciencia, no dejándonos diluir en el devenir histórico que, tal vez, lo que necesitamos es cambiar ciertas concepciones, métodos de trabajo, así como sistemas legales y arancelarios. Ser más flexibles, dinámicos y abiertos y, al mismo tiempo, procurar sentimientos de honestidad, respeto y compromiso con el patrimonio integral visto a través del museo y las nuevas tecnologías.

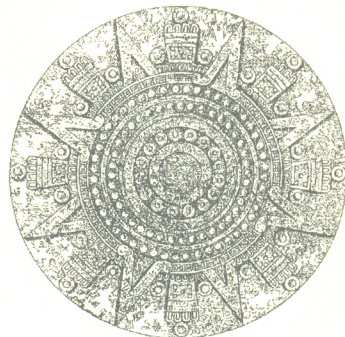
Recapitulando, este trabajo ha querido transmitir la inminente necesidad de pensar en calma y con sentido comunitario al museo y a la tecnología, contemplando y evaluando todos los significados que esto pueda tener, algunos de los cuales fueron discutidos aquí. Que es necesario dialogar, compartir, planear, intercambiar, coproducir, coeditar, retroalimentarse, constantemente, en relación a estos medios. Y, finalmente, que potenciemos en el foro privilegiado que es el museo, la oportunidad de reflexionar las expectativas de una sociedad cada vez menos sensible a su propio género y a su entorno, la cual pareciera vivir consumiéndose en el vértigo de la globalización y la tecnología. "Perder el misticismo, abandonar las campañas de lo orgánico y lo emocional, nos reduce al gélido espectáculo de una isla rodeada de polvo, nubes y estrellas"¹¹

9.- ibid p. 236

10.- bitem p. 237

11.- Ríos, 1998

“...Qué nos importa la era nuclear
y los metales ignorados
y todas las colmenas de la tierra,
y las ventanas del futuro sin futuro
de par en par abiertas,
si por cualquier calle que crucemos,
vemos marchar encapuchado y crepitante
el esqueleto del amor
con una interminable corte de mutantes
y robots poetas “12



KARINA R. DURAND V.
MUSEO NACIONAL DEL VIRREINATO
ICOM-MEXICO
AVICOM-ICOFOM LAM

Bibliografía

American Association of Museum "Copyright in the Digital Age". en Museum News Vol.79, No.1. Enero/Febrero. 2000 AAM, Washington, D.C. pp. 33-45

AROCA, J. El último reducto. Memorias de un hombre del año 4999. Editorial España Errante. México, D.F. 1968 cita de la pp. 115.

CALDERÓN, K.P. Hablemos de desarrollo sostenible. Editorial Deisa Internacional. San José, Costa Rica 1995.

DURAND, K.R. «The first course of audiovisual media in the National Museum of Anthropology of Mexico» en AVICOM'92 Nouvelles technologies de l'audiovisuel au service des musées. XVI Conférence générale du Conseil international des Musées. Musée de la Civilization, Quebec, Canadá. Amalthea Edit. Florencia-Paris 1992.

— — "Educación, comunicación y multimedia en las instituciones culturales y educativas", en el Boletín de la Federación Mexicana de Asociaciones de Amigos de los Museos. FEMAM. Otoño-Invierno, no 7 México 1994. pp 19.

12.- Tomado de El Último Reducto,

— — Ponencia: «El uso de multimedia para la divulgación y valorización del patrimonio cultural» presentada en el Seminario Museografía, el lenguaje de los museos al servicio de la sociedad y de su patrimonio cultural. Ministerio de cultura, Instituto del Patrimonio Histórico y Artístico Nacional, Organización de Estados Americanos. Río de Janeiro, Brasil 1995.

HOFFMAN, P. Internet. Manual de bolsillo. Adecuado para novatos e internautas veteranos. Serie McGraw-Hill de Informática. México 1995 .

ICOFOM LAM (et al) Carta de Xochimilco, presentada en la sesión plenaria del ICOM, de la región Latinoamericana y del caribe. XVIII Conferencia general del Consejo Internacional de Museos. Museos y Diversidad Cultural, Culturas Antiguas-Nuevos Mundos. Melbourne, Australia 1998.

LANDRY, J. "Museums and empowerment for the new millennium". en El museo y la Comunidad sostenible, perspectivas canadienses. ICOM-Canadá, Musée de la Civilisation, Bibliothèque Nationale du Québec. Québec, Canadá 1998. pp.95-104.

PÉREZ DE CUELLAR, J. (Coordinador). Nuestra Diversidad Creativa. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo. UNESCO/ Correo de la UNESCO. México 1997.

RÍOS, G.I "Space Oddity" en El Búho, suplemento cultural del Periódico Excelsior. Texto con motivo de los 30 años de la proyección de la película 2001:Odisea del espacio. México 1998.