

Cibermuseos quiteños: Estado y propuesta de comunicación digital

Pablo Escandón Montenegro
Quito: UASB-E / El Conejo, 2020

<https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru>

El Prado, el Louvre, el MET, los Smithsonian, los vaticanos, por mencionar algunos de los museos más visitados e importantes en el mundo, han sido recorridos virtualmente por millones de personas. La pandemia, que los golpeó severamente por la falta de ingresos, los llevó a que plantearan alternativas adicionales para que la gente tuviera una actividad recreativa y formativa adicional mientras transcurrían las semanas de encierro y, a la vez, para recordarles que seguían allí y en un tiempo reabrirían sus puertas.

Sin embargo, esa inmersión en lo digital no es reciente. Hace años, por los vertiginosos cambios tecnológicos, los museos ya habían comenzado a construir sus espacios virtuales para atraer a la gente, generar comunidades, producir nuevas narrativas, con los bienes que son propiedad de una sociedad o de la humanidad en su conjunto. Un camino que no solo les permite preservar parte de la memoria de otra manera, sino hacerla más accesible a cualquier persona que tenga una computadora y conexión a internet.

Los museos del Ecuador, en cuanto a virtualización de sus propuestas, van por detrás, pero hay alternativas para acelerar este proceso, con contenidos distintos, atractivos y de impacto. En *Cibermuseos quiteños. Estado y propuesta de comunicación digital*, no solo hay un diagnóstico de la situación, sino una vía, una ruta, para caminar en esa dirección. Pablo Escandón Montenegro, autor de este trabajo basado en su tesis doctoral, recuerda que al ser la comunicación un eje transversal de cualquier actividad humana, se la debe aprovechar para mejorar la difusión y adaptar la cultura a las pantallas de las computadoras, *tablets* o teléfonos, a fin de hacerla más cercana y que la gente pueda disfrutarla, al tiempo que aprende sobre historia, arte, cultura, costumbres y el resto del patrimonio que se guarda en esos espacios.

Si los museos, según la propuesta de Escandón Montenegro, “son una institución de control social que crea, emite y circula narrativas de enculturización, y presenta una visión del mundo” (p. 189), los cibermuseos deben, además, convertirse en facilitadores de información. Para conseguirlo, la institución cultural debe administrar el espacio y generar los contenidos respectivos, pero guiados a un fin mayor: la ciudadanía participativa. El autor lo plantea de la siguiente manera:

En cada una de las interacciones y reproducciones de contenido, hay una apropiación patrimonial y una asunción y compromiso de pertenencia, que va más allá de una campaña para recuperar el patrimonio, los monumentos y los objetos. Si no los hacemos cotidianos desde la extrañeza y la creación de estéticas y poéticas, el usuario no deviene en ciudadano sino en simple consumidor, y los museos no requieren de clientes sino de comunidades activas. (p. 191)

Este ambicioso objetivo se puede conseguir con catorce recomendaciones planteadas en el trabajo. Algunas de ellas son: una interfaz de usuario que plasme estéticamente la ciudad y permita cambiar los itinerarios de navegación por temas, geografía, estilos y autores; un espacio que pueda visualizarse en cualquier pantalla, privilegiando la movilidad; itinerarios de navegación para expertos y principiantes en la web; plataformas con experiencias para usuarios con capacidades físicas diferenciadas; creación de contenidos para diferentes públicos —niños, jóvenes, adultos, adultos mayores, turistas nacionales y turistas extranjeros—; una narrativa digital de acuerdo con el público específico; el desarrollo de aplicaciones 3D; un manejo de los medios sociales que oriente a las conversaciones; y una tienda virtual.

Este esfuerzo busca, además, un elemento adicional clave para la sociedad quiteña y ecuatoriana en su conjunto: atraer más gente a estos espacios. Gigante tarea, si tomamos en cuenta que no existe un hábito de visitar los museos de forma personal, pero que tiene mayor posibilidad de triunfar en la red, si juegan con las reglas que muestran ser válidas en el ciberespacio.

Los cibermuseos, entonces, están llamados a lograr que el usuario haga suya la experiencia virtual, para lo cual los administradores de esos portales deben trabajar en la creación de contenidos constantes y empáticos, sin olvidar los de inmersión. Y deben considerar al cibermuseo como un punto de convergencia de los aspectos materiales e inmateriales, que es la base del desarrollo de narrativas, aplicaciones y bases de datos.

Pensar y dar alternativas a los museos, desde la comunicación, es una forma de trabajar integralmente, porque también permite que se comience a construir de otra manera la memoria, a partir de lo cotidiano, de los objetos sobre los cuales se pueden contar “historias profundas vinculadas con personas, comunidades, sensibilidades que generen una imagen de lo que somos como naciones” (p. 21), y que finalmente esos relatos —que constituyen lo que hay dentro de un museo, lo que se expresa en cada uno de sus espacios— sean para privilegiar al individuo sobre los grupos, y que aquello incluya potenciar los museos pequeños y más económicos.

Citando a Pamuk, Escandón resalta que los museos y las novelas son actos políticos y que ambos tienen en común “la vanidad humana y la percepción de los objetos a partir de la capacidad archivística que tienen las muestras y exposiciones, y las páginas de una ficción literaria” (p. 22).

Este trabajo es un esfuerzo que busca dar alternativas a estos espacios, espacios que requieren más que nunca un impulso para mostrarnos como país, como sociedad y como un pueblo con su rica y diversa identidad, en un mundo más conectado que antes. El desafío queda presentado y el camino para afrontarlo, trazado. Solo es cuestión de una decisión para comenzar a crear un relato nuevo y actual del patrimonio del país.

Saudia Levoyer
Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador
(Quito, Ecuador)