

Visitando hoy los museos: reflexiones sobre el nuevo espectador digital y sus prácticas culturales en un patrimonio en transformación

Visiting museums today: reflections on the new digital observer and its cultural practices in a transforming heritage

Bernardo RIEGO AMÉZAGA

Universidad de Cantabria
Departamento de Educación
Avda. de los Castros, 52. 39005 - Santander
briego@unican.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5219-0200>

Fecha de envío: 10/09/2021. Aceptado: 14/10/2021

Referencia: *Santander. Estudios de Patrimonio*, 4 (2021), pp. 131-150

DOI: <https://doi.org/10.22429/Euc2021.sep.04.04>

ISSN 2605-4450 (ed. impresa) / ISSN 2605-5317 (digital)



Este trabajo se enmarca en el Proyecto de investigación PGC2018-096633-B-I00. Mundos virtuales en el cine de los orígenes: dispositivos, estética y públicos; coordinado por la Universitat de Girona

Resumen: Los comportamientos de los visitantes actuales de los museos, que ya no contemplan las obras artísticas, sino que, en muchos casos, las utilizan como medio de elaboración de sus propias imágenes captadas por dispositivos móviles, nos permiten entender algunos aspectos de la nueva cultura digital que se está configurando y establecer una comparativa crítica respecto a los valores actuales y los que se configuraron para el espectador de la modernidad. El Museo como un patrimonio transformado y sus cambios culturales se constituyen así en un espacio de análisis privilegiado.

Palabras clave: espectador de la modernidad; espectador digital; museo como artefacto cultural; cultura y prácticas digitales.

Abstract: The behaviours of current museum visitors, who no longer contemplate artistic works but use them in many cases as means to prepare their own images captured by mobile devices, allow us to understand some aspects of the new digital culture that is being configured and let us to establish a critical comparison with respect to the current values and those ones that were configured for the viewer of modernity. Thus, the Museum as a transformed heritage and its cultural changes become a privileged space for analysis.

Keywords: modernity observer; digital observer; museum as cultural artifact; culture and digital practices.

1. TIEMPOS DE CAMBIO EN EL CRUCE DE NUEVAS TECNOLOGÍAS CON LA CULTURA Y LA SOCIEDAD. EL ANTECEDENTE DEL TIEMPO DE LA MODERNIDAD

Al igual que ocurrió en otros momentos del pasado, los cambios producidos por la irrupción de tecnologías nuevas fueron manifestándose paulatinamente en el tiempo, pero a pesar de pasar en muchas ocasiones inadvertidas, tuvieron consecuencias irreversibles para la sociedad y para sus prácticas culturales.

Inicialmente estos cambios se produjeron tan solo con el concurso de una parte de la población, ensanchándose posteriormente a la mayoría. En el caso de las imágenes, como elementos mediadores que son entre la realidad y su comprensión social, aparecieron nuevos elementos aparentemente poco importantes en los comienzos, pero que se demostraron decisivos con el paso del tiempo. Ese fue el caso, por ejemplo, de la invención del fotográfico que se materializó en el último tercio del siglo XIX, pero que, para apreciar sus resultados, hubo que esperar a la aparición de las revistas gráficas o *magazines*, que comenzaron a publicarse de modo masivo a finales del siglo XIX y, sobre todo, a comienzos del siglo XX.

Esta oportunidad de disponer de revistas saturadas de imágenes impresas con apariencia fotográfica posibilitó que, en muy poco tiempo, se crease toda una nueva *iconosfera*¹ que transformó los modos de entender la realidad y apreciar las nuevas posiciones que se estaban produciendo en la propia sociedad y que esas nuevas tipologías de prensa supieron reflejar.

Desde las primeras experiencias de publicación de escenas en fotográfico, que en el caso español se dan en algunas revistas de Madrid y Barcelona a comienzos de la década de 1880 de modo muy experimental todavía, junto al primer reportaje informativo reproducido con esa técnica en febrero de 1885 en *La Ilustración* de Barcelona, informando del terremoto de Andalucía en las navidades anteriores, hasta la aparición de medios periodísticos nuevos y con nuevas temáticas “modernas” como *Blanco y Negro* (1891), *Nuevo Mundo* (1894), *Actualidades* (1908) o *Mundo Gráfico* (1911), que son solo cuatro de las cabeceras pioneras e indicativas de la nueva prensa gráfica de masas aparecida en España.

1 El término iconosfera fue acuñado en 1959 por Gilbert Cohen-Séat y fue un concepto adoptado por muchos expertos en comunicación, entre ellos Roman Gubern, que lo ha difundido en muchos de sus trabajos sobre historia de las imágenes. La iconosfera se define como el conjunto de informaciones visuales que circulan desde los medios de comunicación de masas y que conforman una esfera de referencia de las propias significaciones visuales, llegando a sustituir a la propia realidad natural. Cada época histórica ha tenido una iconosfera específica y adaptada a su tiempo cultural y tecnológico.

Para que esto ocurriese, y fuese un proceso similar al que estaba ocurriendo en otros países occidentales, hubo todo un largo proceso en el que parece que todo ocurrió de un modo “natural” pero que la investigación histórica revela como una transformación en los ámbitos sociales, políticos, económicos y culturales como muy bien han estudiado autores como Juan Pablo Fusi para el caso español² y para el europeo, Philip Blom de un modo global y extenso, principalmente con su obra *Años de vertigo*³.

De pronto, en un intervalo de apenas dos décadas, comenzando el siglo XX, las nuevas formas y experiencias gráficas que trajo consigo la técnica industrial del fotograbado, eclosionaron al mismo tiempo que otros inventos, también surgidos en el siglo XIX pero que se desarrollaron con toda su fuerza en el siglo siguiente. Este fue el caso, del cinematógrafo, que ocupó espacios públicos, primero como una experiencia cientifista de la *fotografía en movimiento*, pero enseguida como un espectáculo popular alternativo a lo que significaba entender el mundo y el ocio a través de la lectura.

La consecuencia de las revistas gráficas por un lado y el nuevo espectáculo visual de barraca, pusieron en evidencia que la conjunción entre la prensa gráfica y la experiencia visual del cinematógrafo, indicaban que se estaba fraguando un nuevo *espectador* que ya no era el del siglo XIX⁴. Algunos de los atisbos de que ese cambio se estaba produciendo, podían entenderse a través de las nuevas propuestas creativas de los artistas, como han apuntado muy acertadamente autores como Jonathan Crary⁵, pero también desde perspectivas más inmediatas como la puesta en página de las informaciones en la prensa gráfica que evocaban a la secuenciación cinematográfica, o a la emergencia de la tarjeta postal ilustrada, que en su presentación en *blocs* postales de 10 o 12 imágenes mostrando una temática específica, aludían específicamente a su vinculación con la secuencia fílmica, porque la mirada de ese nuevo espectador se estaba haciendo cada vez más y más compleja y ya no le servían las clásicas formas culturales que se habían configurado en el siglo XIX y que tan novedosas habían sido en un pasado que, efectivamente, ya era solo pasado para las nuevas generaciones en el despuntar del nuevo siglo.

2 FUSI, Juan Pablo, *Un siglo de España. La cultura*, Madrid, Marcial Pons. 1999.

3 BLOM, Philipp, *Años de vértigo. Cultura y cambio en Occidente, 1900-1914*, Barcelona, Anagrama, 2010.

4 Sobre el espectador del siglo XIX y su consumo cultural de imágenes véase RIEGO, Bernardo, “El problema histórico del espectador”, en RIEGO, Bernardo, *La construcción social de la realidad a través de la fotografía y el grabado informativo en la España del siglo XIX*, Santander, Universidad de Cantabria, 2001, pp. 37-94.

5 CRARY, Jonathan, *Suspensions of perception. Attention, spectacle, and modern culture*, Massachusetts, Mit Press, 1999..

Antes de hacer una comparación histórica entre aquellos fenómenos de la época de la modernidad y la sociedad de las masas y la nueva sociedad digital actual, o *sociedad-red*, por usar un acertado término de Manuel Castells⁶, nos gustaría incluir en esta introducción a otra tecnología, también del siglo XIX, cuya emergencia en el siglo XX será decisiva y a la que cada vez con más precisión se están entendiendo algunas de sus fortalezas culturales y de los cambios que produjo.

Se trata de la grabación de sonido, que sin entrar en largos antecedentes que se salen del propósito de este texto, fue presentada en una de sus formas modernas por el inventor industrial Thomas Alva Edison en 1878, en un aparato que denominó *fonógrafo* y que dio lugar a todo tipo de fantasías distópicas respecto a cómo serían en el futuro los usos de esa tecnología que, en España, fue introducida muy tempranamente a través del circo por algunos artistas de la magia, y cuyo alcance estamos conociendo gracias a las investigaciones de musicólogas como la profesora Eva Moreda, de la Universidad de Glasgow, que está investigando los orígenes del sonido grabado en España y los espectáculos y experiencias que se derivaron⁷.

De la grabación de sonido, aparecieron las experiencias de conciertos en los que ya no estaban presentes los músicos y el paso del cilindro fonográfico de Edison al disco gramofónico que extendía el tiempo de grabación musical y su uso está muy presente en el cine del periodo de entreguerras en las que personas adineradas portan sus maletas gramofónicas para escuchar música, y, por último, toda la evolución de una tecnología como la que se deriva de la grabación del sonido, propició la recuperación de música tradicional grabada, y la consecución de un mejor realismo en el cinematógrafo, con la incorporación de bandas sonoras que convencionalmente se configuraron a finales de la década de los años veinte del siglo pasado, con las consecuencias culturales de haber logrado un espectáculo audiovisual complejo en el que sonido e imagen se integraban para dar un mayor realismo a la experiencia de ese espectador *suspendido perceptivamente* por un tiempo ante la pantalla de una sala oscurecida, compartiendo la experiencia con otras personas extrañas a él. Sobre el desarrollo del sonido como tecnología de la modernidad, sigue siendo de lectura imprescindible la obra de Walter L. Welch y Leah B.

6 CASTELLS, Manuel (coord.), *La sociedad red. Una visión global*, Madrid, Alianza, 2006.

7 Citamos dos trabajos de la profesora de la Universidad de Glasgow, Eva Moreda, que nos remitió personalmente la autora para elaborar este texto pero de los que no poseemos referencias de publicación en estos momentos: "*Questioning the links between music and place: early recording cultures in Spain*" y "*Singers and early recording cultures in Spain, 1898-1905*". Algunas de sus aportaciones pueden consultarse en la siguiente dirección web: <https://publicdomain-review.org/essay/inventing-the-recording>

Stenzel Burt publicada en 1994 (con una edición anterior de Oliver Read y Walter L. Welch de 1977).

Todos estos “Años de vértigo”, por usar la definición, ya citada, que el historiador Philipp Blom configuró para esta época tecnológicamente tan acelerada y con tantos cambios culturales y sociales, que, en muchos aspectos, puede cotejarse con lo ocurrido con el desarrollo social y cultural de las tecnologías digitales y el tiempo que ahora nos encontramos, en el que unas nuevas formas de proceso de la información en unas máquinas que no estaban destinadas al uso generalizado, por una serie de fenómenos muy específicos, estudiados entre otros, por autores como Armand Mattelart⁸, dieron lugar a un cambio de utilización en la década de los años setenta del pasado siglo XX que culminaron con la aparición de dos dispositivos muy embrionarios en sus orígenes, pero que se comportaron como “cisnes negros”, por usar la terminología del economista de la *teoría de la incertidumbre*, Nassim Taleb⁹. Es decir, como fenómenos que albergaban cambios estructurales muy profundos y que rápidamente se extendieron por la sociedad con un comportamiento *viral*, un término ahora tan de moda.

En 1981, apareció el Personal Computer (PC), de IBM destinado a profesionales que podían trabajar en su casa con una máquina de información binaria que era *interoperable*, es decir, que los resultados se podían continuar en otras máquinas similares, algo inédito hasta ese momento. En 1984, Apple presentó con un anuncio futurista y apocalíptico, realizado por el director de cine Ridley Scott, una nueva máquina de información en el que los interfaces digitales eran gráficos y más naturalistas, sustituyendo al punto blanco paciente y centelleante, típico del PC y de otras máquinas de la época. Nada parecía que iba a cambiar mucho más allá de estar ante nuevos ingenios que trataban la información de manera diferente a como se hacía hasta entonces, pero en la década de los años noventa, se interconectaron millones de ordenadores dando lugar a la Internet, y casi al mismo tiempo, las redes telefónicas, que desde su presentación en la exposición de Filadelfia en 1876, habían sido una transformación que modificaba el paso de sonido con unos pocos tonos por unos cables telegráficos monopuntos al reto de pasar voz humana, que tiene diferente frecuencia y matices sonoros, a una red multipunto.

Los nuevos teléfonos móviles, que aparecieron en la década de los años noventa del siglo XX, primero analógicos y luego digitales se convirtieron en unos dispositivos que ya no dependían de los cables fijos, y las tecnologías de la radio que se habían utilizado desde comienzos del siglo para otros fines, se aplicaron, como en el caso de las máquinas de información, para

8 MATTELART, Armand, *Historia de la sociedad de la información*, Barcelona, Paidós, 2002

9 TALEB, Nassim Nicholas, *El cisne negro. El impacto de lo altamente improbable*, Barcelona, Paidós, 2011.

que los usuarios pudieran hacer usos personales y diferentes de unos medios que permitían una conectividad ubicua, pudiendo portar en el bolsillo dispositivos telefónicos que cada vez serían menos orientados a la comunicación interpersonal a través de la voz y pudiesen ser capaces de transmitir mensajería, luego imágenes fotográficas y videográficas para finalmente convertirse en lo que son en estos momentos; unas potentes máquinas de información móvil que cada usuario portamos a todos los lugares y que, de modo evidente, han dado lugar a nuevas formas de usar la información e interaccionar con ella socialmente, creando prácticas culturales y redes sociales inéditas en el pasado que nos permiten reflexionar en estos momentos sobre un tiempo que es nuevo en muchos aspectos aunque, tal vez por el marketing de la industria digital, muy poco dada al análisis de sus antecedentes, sufrimos una cierta conciencia *adanista*¹⁰ porque apenas hay estudios todavía que ponen en relación la época actual de la digitalidad, con el tiempo de la sociedad de las masas, una época histórica de la que ya tenemos más perspectiva, y trabajos como el de Nicholas Carr¹¹, comparando las redes eléctricas con las redes digitales actuales son un ejemplo de lo fértil que resulta comparar tecnologías diferentes en el tiempo que se han tenido que enfrentar a problemas similares.

En las páginas siguientes nos proponemos analizar algunos de los cambios que se están produciendo, a través de la observación de un *artefacto* cultural y patrimonial muy importante como son los museos, unos espacios en los que está produciéndose la presencia de un nuevo espectador, que ya no usa las pautas aprendidas en el tiempo de la modernidad, sino que responde a otros valores que lentamente se están revelando a quienes intentan entender qué ocurre con la cultura cuando interacciona, conscientemente o no, con las tecnologías emergentes.

10 Algunos autores ponen en evidencia que la industria digital tiende a presentar algunos fenómenos como nuevos y sin precedentes en la cultura. Es cierto que las redes digitales como vehículo tecnológico son fenómenos inéditos, pero no así las redes sociales que tienen una larga historia, ya sea en prácticas lectoras, en difusión de tarjetas postales, e incluso algunas experiencias digitales como los *selfies* y los denominados Mannequin *Challenge*, tienen sus antecedentes en prácticas como los "*cuadros vivientes*" o "*tableaux vivants*", que traspasaron siglos de la cultura europea. Incluso el diseño de la *conmutación de paquetes*, una tecnología propia de la mensajería por Internet, puede rastrearse en el siglo XIX en operaciones de comunicación militar, pero, obviamente, en aquellos momentos, sin soporte digital. Véase RIEGO, Bernardo, "Las nuevas prácticas culturales con las imágenes digitales y el recorrido de su arqueología histórica", *Leña al Mono*, 5-6 (agosto-octubre 2017), pp. 24-26; disponible: <https://bernardo-riego.files.wordpress.com/2018/02/bernardo-riego-prcticas-culturales-con-las-imc3a1genes-2017.pdf>

11 CARR, Nicholas, *El gran interruptor. El mundo en red, de Edison a Google*, Barcelona, Deusto, 2009.

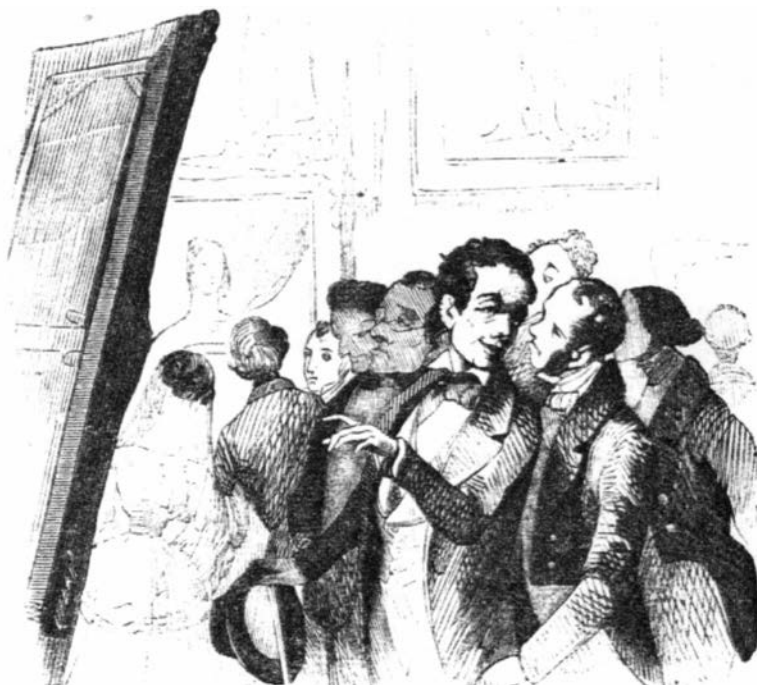


Fig. 1. Visita al Museo del Prado en un grabado publicado en 1851 en el libro de Ramón de Mesonero Romanos *Escenas Matritenses*. En el proceso de nacionalización liberal de los valores españoles, al igual que en otros países, la contemplación en el Museo era un rito necesario y obligatorio

Desde hace algún tiempo investigamos sobre el espectador de la modernidad y los cambios que el fotograbado, el cinematógrafo y otras formas novedosas de comunicación social propiciaron en los comienzos del siglo XX, y también con la conciencia de que en estos momentos muchas de las prácticas que comenzaron a darse en aquellos años iniciales hoy están siendo borradas por nuevas pautas en el uso de la información y de los valores culturales, algo que están advirtiéndolo muy sutilmente autoras como Sherry Turkle¹², que, de ser una defensora a ultranza en la década de los años noventa de las potencialidades que auguraban las redes digitales y las ventajas que traería la sociedad de la información, indaga ahora en algunos de los elementos negativos que se han producido en las prácticas sociales y culturales.

Como elemento de apoyo a la investigación, la experiencia docente nos enfrenta también al reto de que los jóvenes alumnos entiendan el tipo de sociedad que estamos transitando, un tiempo que se está convirtiendo ante nosotros en un recuerdo cada vez más arqueológico.

12 TURKLE, Sherry, *En defensa de la conversación. El poder de la conversación en la era digital*, Barcelona, Ático de los Libros, 2017.

A pesar del diferente contexto cultural sigue vigente para muchas personas una frase del gran poeta francés, Charles Baudelaire, cuando a mediados del siglo XIX, en el momento que ya había fraguado el primer capitalismo liberal de base moderna exclamo “¡Odio mi tiempo!” Aunque a Baudelaire le faltó terminar el grito de angustia que acaba de exclamar: “¡Odio mi tiempo... porque no lo entiendo!” y esa necesidad de comprender el tiempo por el que ahora estamos pasando y que nos atañe a todos, es el que hace necesario que repensemos en qué tipo de nueva sociedad nos estamos encontrando. Una sociedad a la que se incorporan personas que han adquirido algunas habilidades digitales escasamente estructuradas, que tal vez no sean del todo, como afirmaba Marc Prensky¹³, a comienzos del milenio “*nativos digitales*”, pero, que, en todo caso, tienen unas relaciones con el uso de la nueva información binaria muy diferente a la que existía en el pasado. Algo que ha alcanzado a una parte sustancial de la sociedad y eso se refleja de un modo singular en las nuevas experiencias ante los museos.

Los museos constituyen un excelente laboratorio donde se puede observar e indagar como esa nueva forma de estar ante ellos, ha cambiado, pero también que tradiciones persisten, aunque se hayan transformado, luego volveremos brevemente a esta cuestión cuando abordemos la práctica cultural de los “*cuadros vivientes*”, sus mutaciones actuales y la relación que tienen con los *selfies*, que parecen hallazgos culturales nuevos en la representación fotográfica pero con antecedentes claros y rastreables en otras formas de representación visual de anteriores momentos históricos .

2. UNA MIRADA HISTÓRICA AL MUSEO COMO “ARTEFACTO” CULTURAL.

Diversos historiadores han analizado la larga historia de las colecciones en sus diversas formas y espacios hasta llegar a lo que ahora conocemos como Museo. Un espacio patrimonial que ha sido objeto de diversos estudios entre los que destacamos el publicado por Philipp Blom en 2012, *El coleccionista apasionado*¹⁴, que ha hecho un largo recorrido desde los *studiolo* medievales y los posteriores gabinetes de maravillas hasta las colecciones posmodernas que intentan comprender el mundo, acumulando objetos, en ocasiones serios e industriales, que nacieron de una experiencia personal, de una pasión científica, o simplemente, al entender que una determinada producción masiva de diversos objetos desechables es digna de ser recopilada, clasificada y contemplada. (Fig. 1).

13 PRENSKY, Marc, *Enseñar a nativos digitales*, Madrid, Ediciones SM, 2011

14 BLOM, Philipp, *El coleccionista apasionado. Una historia íntima*, Barcelona, Anagrama, 2013.

En todo ese fenómeno más o menos privado y sobre todo de élites, aparece un cambio cultural trascendental que nos permite entender ese *artefacto patrimonial* que ahora conocemos como Museo, y que como muy bien ha explicado María Dolores Jiménez Blanco¹⁵, tiene que ver con la gran revolución de los ilustrados que impulsaron la extensión del conocimiento útil a toda la sociedad que tan importante fue para el desarrollo en el siglo XIX del sistema informativo de base liberal y de la educación como elemento desencadenante del progreso de los pueblos frente a los modelos cerrados y gremiales de aprendizaje.

Convencionalmente, existe un cierto acuerdo historiográfico de que el primer museo *ilustrado* se crea en 1793 en plena revolución francesa, aunque existen otros antecedentes que ya están apuntando a ese modelo nuevo.

Este primer espacio público, el Museo del Louvre, tiene algunas características diferentes a los lugares donde se coleccionaban objetos del pasado. En primer lugar, es un espacio en el que se puede entrar sin las restricciones anteriores, donde era necesaria la recomendación de un erudito o personaje importante para acceder a la contemplación de los objetos.

En segundo lugar, quienes organizan los espacios expositivos, tienden a realizar una cierta *pedagogía* de lo que los visitantes van a contemplar, por eso las colecciones se organizan por espacios cronológicos que remiten a un saber mucho más consolidado del valor del arte y de la cultura o se organizan por ramas del conocimiento, ya que en sus primeras versiones, en las colecciones no prevalecen las pinturas y las esculturas sino todo tipo de objetos que se consideran vestigios importantes del pasado.

En todo caso, aunque existe una cierta inquietud por el comportamiento de las clases más populares que visitan estos espacios culturales, pronto se impone una actitud ritual y de respeto que se transmitirá a lo largo del tiempo.

El espacio museístico es similar a otros espacios "*sacralizados*", es decir, se debe contemplar cada obra que se encuentra en cada sala, en silencio, con actitud de respeto ante lo que se exhibe y con unas normas de comportamiento predecibles. Hay vigilantes en las salas para que no se dañen las obras expuestas, pero también para asegurar que esa ritualidad y respeto cultural se cumpla. Al Louvre en 1793, seguirán otros espacios organizados sobre los mismos principios ilustrados, como el British Museum en 1795, o el Museo del Prado en 1819.

Los primeros museos ilustrados proceden de colecciones reales o de personajes poderosos que las hacen extensibles a la sociedad. Es el caso del

15 JIMÉNEZ BLANCO, María Dolores, *Una historia del museo en nueve conceptos*, Madrid, Cátedra.2014.



Fig. 2. *El arte como expresión del “alma nacional”*. Pabellón de España en la Exposición Universal de Filadelfia en 1876 (Biblioteca Nacional de Madrid)

Museo del Prado, que en 2019 celebró su segundo centenario con una muy reveladora *auto-exposición* de su devenir histórico plasmado también en un excelente catálogo con aportaciones de investigadores de primera línea, bajo la sugerente idea de que el Prado es *un lugar de memoria*¹⁶.

El Museo del Prado, como decíamos, tiene su origen en la pinacoteca de los reyes españoles, pero constituye en sí mismo un excelente ejemplo de las transformaciones que van a darse a lo largo del siglo XIX con el asentamiento de la sociedad y de la cultura liberal.

Como consecuencia de ese desarrollo político va a darse la primera mutación importante, y es que el Museo pasa de ser de *ilustrado* a *nacional*. Es decir, las colecciones no solo reflejan ya un pasado cultural que es necesario admirar, sino que, además tienen que integrar en su conjunto, el alma de una nación ya sea por lo que ha dado de sí a lo largo del tiempo, ya sea por la acumulación de objetos que en sus campañas coloniales ha traído de otros

16 PORTÚS, Javier, *Museo del Prado (1819-2019). Un lugar de memoria*, Madrid, Museo Nacional del Prado, 2019.

lugares y se integran en su idea de nación civilizadora y etnocentrista, algo que explica la razón de ser de algunos de los más importantes museos alemanes, franceses y británicos.

En el proceso de nacionalización cultural que vivieron todas los países europeos en el siglo XIX, y que fue constantemente retroalimentado por la prensa, la invitación a que las personas adscritas a la nueva cultura liberal frecuentasen los museos, es una recurrente propuesta de las revistas ilustradas del momento dirigidas a esa sociedad que ya está adscrita culturalmente a los valores liberales y burgueses frente a los que prevalecían en la sociedad tradicional de antiguo régimen cuyas manifestaciones anticuadas a los nuevos tiempos conviven con las nuevas formas de estar que se valoran en artículos y grabados en una prensa liberal que tiene sus raíces en la idea enciclopedista del saber útil que debe divulgarse. Esto se aprecia con mucha nitidez en el caso español.

Por ejemplo, del mismo modo que se está revalorizando el pasado histórico y cultural, explicando los monumentos que hasta ese momento apenas se les prestaba atención, reinventado los grandes momentos históricos y el pasado *glorioso* de la nación, vista ahora con ideologías y valores liberales, es frecuente encontrarse con reproducciones en grabado en madera de los grandes cuadros de artistas españoles, Murillo por ejemplo, y escenas en grabado en las que se ve a los visitantes comentando los cuadros, contemplando escenas pictóricas con distancia y respeto, junto a otras imágenes de las salas del Museo del Prado, como lugares referenciales y necesarios para adquirir conciencia cultural y social de un tiempo que es nuevo y diferente al de la sociedad tradicional.

Además, el Museo, o, mejor dicho, una parte de él “viaja” de vez en cuando para mostrar lo mejor del país en las Exposiciones Universales. Por ejemplo, en la de 1876, en Filadelfia, mientras que los Estados Unidos presentaron el teléfono como nuevo instrumento de la industria moderna, España reprodujo una sala del Museo del Prado con cuadros originales que muestran el “*ser*” nacional español a través de sus pinturas, en un montaje clásico del XIX, que no deja espacios de descanso a la mirada del espectador huyendo, en la organización expositiva, del horror al vacío tan típico de la cultura burguesa decimonónica. (Fig. 2).

La siguiente *mutación* que queremos resaltar en el desarrollo de los museos como artefactos culturales donde se mueven también en la actualidad los nuevos visitantes posmodernos, son los museos de Arte Contemporáneo, que tienen su origen en el siglo XX y en la formulación que Alfred H. Barr hará para el Museo of Modern Art de York (MOMA), el cual, desde su creación en 1929 por parte del mecenazgo privado, intenta reflejar el arte moderno (al menos todo lo posterior a 1870), en oposición a los museos clásicos anteriores.

El espacio con paredes blancas que centran la mirada en las piezas, la selección en torno a autores y movimientos que se oponen a las representaciones artísticas del pasado y que se convierten en canónicos por el hecho de estar incluidos en las colecciones de un museo de arte *moderno*, y la sensibilidad hacia temáticas que no tenían encaje cultural en las formulaciones anteriores son algunas de sus elementos definitorios.

Por ejemplo, en 1937, la Fotografía adquirirá naturaleza artística gracias al MOMA por la importante y pionera exposición comisariada por Beaumont Newhall que configurará las imágenes fotográficas como objetos artísticos insertados en el mercado del coleccionismo y con la necesidad de crear un *panteón* coherente de autores que sustenten una cronología de estilos y sobre todo un relato histórico-artístico¹⁷.



Fig. 3. *Visitantes fotografiándose con la Gioconda*. Los iconos pictóricos fuertemente culturalizados son objeto de una atención diferente a la que existía en el pasado en las visitas del nuevo espectador digital, la captura es lo relevante frente a la experiencia de contemplar la obra artística. Foto Bernardo Riego, 2017

Al concepto del MOMA seguirán otros ejemplos, algunos tan tardíos como el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (MNCARS) inaugurado en 1992, en un momento expansivo de España en su visibilidad internacional como nación moderna, tras la salida de la dictadura franquista que *desconectó* al país de sus tradiciones culturales internacionales a las que había estado adscrito de modo habitual junto a otros países europeos. Por ejemplo,

17 El catálogo de esta primera exposición de 1937 sobre Fotografía como objeto artístico puede consultarse y descargarse *on-line* en el portal del MOMA; disponible: https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_2088_300061916.pdf

España fue uno de los países fundadores de la Unión Postal Universal en 1878, un proyecto de normalización internacional de los objetos postales, o fue miembro fundador de la conferencia de Berlín sobre Radiotelegrafía en 1906 donde se definieron y asignaron por primera vez las frecuencias de radio. Si no hubiese tenido lugar la guerra civil y el subsiguiente franquismo, con toda seguridad hubiéramos tenido un Centro de Arte Contemporáneo en España muchos años antes de 1992. Un centro, el Reina Sofía, que es en estos momentos un referente internacional por sus proyectos expositivos y culturales, por sus contenidos y por contar como apoyo con una de las más importantes colecciones mundiales de documentación artística contemporánea, gracias a la colaboración con el Archivo Lafuente, que es un hito en este campo tan importante como es la documentación para la construcción de relatos artísticos en los proyectos y que culminará con una extensión del MNCARS en Santander en los años próximos.

3. UN NUEVO ESPECTADOR EN EL MUSEO QUE YA NO CONTEMPLA, SINO QUE CONSUME EXPERIENCIAS CAPTURÁNDOLAS EN SUS DISPOSITIVOS SELF-MEDIA

Hasta ahora hemos estado hablando del Museo y de sus contenidos, pero hay otro elemento que es central para los objetivos de este texto y son los visitantes, quienes observan las obras y las dan un sentido cultural dentro de las reglas institucionalizadas en el espacio expositivo.

Es la cuestión que, en comunicación visual, se define entre la tensión de las *instancias productoras*, (el artista y la institución cultural que muestra la obra), y las *instancias receptoras* (es decir, cómo se contempla y se entiende una determinada propuesta artística en un tiempo concreto).

Otros autores denominan a esa instancia que contempla, el *observador* y de un modo más común el *público*. Y desde la perspectiva de la historia del Arte, suscita una serie de reflexiones que un autor como Carlos Reyero plantea de modo exhaustivo en uno de sus libros donde de un modo más detallado ha intentado comprender la complejidad de quienes visitan los museos y sus características fraguadas en la tradición histórica:

“Quien se acerca a contemplar una obra de arte tiende a adoptar una posición incorpórea, por encima del tiempo y del espacio, comparable a la del narrador omnisciente y ausente de un relato. La inmensa mayoría de las imágenes artísticas contribuyen a reforzar esa forma de mirar. Incluso el inevitable filtro que, cuando menos, proporciona el ilustrador o el objetivo de la cámara suele despreciarse, por más que, la experiencia nos recuerde que ninguna imagen es neutra, y menos que ninguna, la que selecciona una obra de arte o un punto de vista sobre ella”¹⁸. (Fig. 3).

18 REYERO, Carlos, *Observadores. Estudiosos, aficionados y turistas dentro del cuadro*, Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona, 2008, p. 13.



Fig. 4. Un espectador fotografiando *Campbell's Soup Cans* de Andy Warhol. A pesar de la omnipresencia y constante visibilidad de los iconos culturales en los mass media actuales, el espectador digital intenta culminar su experiencia con una captura de las obras que les resultan más conocidas. Es una nueva forma de repetición diferente a la que propuso Warhol en este conocido cuadro que se exhibe en el MOMA de Nueva York. Foto: Bernardo Riego, 2014

Carlos Reyero dedica un interesante capítulo al público en esta obra, al que sigue otro dedicado a las actitudes de las personas en función del género y en el que tiene mucho peso en el análisis las representaciones ante los cuadros y posteriormente unas reflexiones sobre las acciones en el espacio expositivo.

Todo ello es un material de gran valor historiográfico que nos permite entender la tradición cultural ante los museos, pero en estos años se ha producido algunos fenómenos que han hecho aparecer otros paradigmas que han alterado lo que hasta ahora estaba muy normativizado en los espacios de exhibición museísticos.

Para entenderlo hay que mirar a la sociedad y a la tecnología y a algunos autores que han indagado sobre los cambios culturales que la digitalidad ha producido. En este sentido sigue siendo aquí válida la sugerencia de Yuri Lotman¹⁹ cuando hablaba de la *implosión* (más que explosión) digital a la que se ha visto sometida la cultura y la sociedad.

¹⁹ LOTMAN, Yuri M., *Cultura y explosión. Lo previsible y lo imprevisible en los procesos de cambio social*, Madrid, Gedisa, 1999.

Pero descendiendo a manifestaciones prácticas y cotidianas, sin duda, uno de esos autores que ya hemos mencionado anteriormente ha sido Patrice Flichy²⁰ que ha estudiado los cambios que se ha producido con la aparición de las redes y de los dispositivos personales o *selfmedia* como los terminales móviles en oposición a los *mass-media*, que posibilitan que cualquier usuario sea a la vez un emisor de información en red que genere nuevos contenidos y los ponga en circulación, en general a sus comunidades de contacto, pero también a través de plataformas masivas que los ponen al alcance de todos los que estén conectados. (Fig. 4).

Se crea así una nueva figura de productor y a la vez consumidor de contenidos, el *prosumidor*, que ya fue esbozado para las sociedades electrónicas, todavía no digitales, por Marshall McLuhan en la década de los años sesenta del siglo XX y reformulado y ya explicitado por Alvin Toffler en un libro, *La tercera ola*, una obra hoy un tanto olvidada pero que tuvo mucho éxito en la década de los años ochenta.

El prosumidor es un tipo de creador de contenidos para uso personal que pone en circulación, en muchas ocasiones a través de las redes y con ello resignifica los materiales que consume. Como consecuencia añadida, este tipo de usuario, consumidor y a la vez productor de objetos culturales, tiene sus valores anclados en la inmediatez, en la facilidad que los dispositivos



Fig. 5. *Dibujantes turísticos en Roma*. En unas sociedades tan opulentas visualmente como son las nuestras, sorprende la persistencia de viejas técnicas artísticas en lugares turísticos que se solapan a la iconosfera digital.

Foto: Bernardo Riego, 2015

digitales propician y en una transparencia, cuando no banalidad del relato, propio de la cultura posmoderna en la que se inserta. (Fig. 5).

En este sentido una gran parte de la experiencia vivida y contemplada se resume en capturas con dispositivos móviles que están destinadas o bien

20 FLICHY, Patrice, *Lo imaginario de Internet*, Madrid, Tecnos, 2003, p. 11.

a ser almacenadas, o bien a ser transmitidas por las redes, produciendo unos desplazamientos históricos de la experiencia absolutamente inéditos. Antes, el *certificado de presencia* podía ser la tarjeta postal del lugar que se visitaba, ahora lo es la imagen o la escena captada con el dispositivo móvil de su propiedad y enviada de modo instantánea a amigos y conocidos, sin que medie entre la acción de captar y la de compartir, la experiencia reflexiva tradicional ante espacios culturales dotados de una *auricidad*, (en el sentido que le dio Walter Benjamin en su conocido texto *La obra de arte en la época de su reproducción técnica* publicado en 1933) que, ahora, poco o casi nada importa a muchos de quienes se encuentran en estos espacios de los que hacen un uso diferente al que ha sido tradicional.

Estos cambios han llegado a unos museos que, para atraer, y sobre todo para mantener a los visitantes, han ido permitiendo nuevas formas de estar en los espacios. En el caso español, solo museos como El Prado siguen prohibiendo la toma de fotografías en sus salas y es una cuestión que está en estos momentos en reflexión y debate. En el MNCARS, solo está restringido al espacio del “Guernica” por los acuerdos de cesión de la obra al Centro por parte de los herederos de Pablo Picasso, pero a nivel internacional la toma de imágenes para usos privados está muy extendida y ha configurado un visitante que capta pero que ya no mira, que almacena iconos culturales captados por él, o se representa ante ellos, pero que ya no mantiene la distancia en el sentido simbólico y mental que era habitual en las fases anteriores de la visita a los museos.

Ahora los cuadros y las esculturas (algunos cuadros y esculturas más bien, los más icónicos y conocidos desde la cultura de masas amplificada ahora por Internet y por las Redes Sociales), se convierten en *fondos* para sus selfies, porque la obra artística es la excusa para representarse ante objetos ya vistos en las redes y a los que hay que visitar porque ya son conocidos. Resulta muy significativo que en la sala del MOMA donde se encuentran *Las señoritas de Avignon* es un lugar donde siempre hay cola para hacerse fotos, pero a su lado hay otras obras de la modernidad, como algún cuadro de Juan Gris que no es objeto de captura fotográfica por los visitantes y en la misma situación se encuentran otras muchas piezas que están junto a la obra referencial de Picasso.

Solo unos pocos de los cuadros que se encuentran en esa sala son los elegidos para ser fotografiados por el público que transita por esa sala del Museo. La experiencia se hace ante obras conocidas, o, mejor dicho, *re-conocidas*, y quienes asisten hoy a los museos consumen objetos culturales con los que se identifican por haberlos visto antes de su encuentro en el Museo, del mismo modo que lo hacen con otros productos que en nuestra sociedad posmoderna son fugaces y variados y sobre los que solo se presta atención



Fig. 6. Visitante imitando "El grito" de Edvard Munch en la Galería Nacional de Noruega en 2018. Una nueva versión de los "cuadros vivos" que atravesaron la cultura europea hasta los inicios del cine mudo. Foto: Bernardo Riego, 2018

durante un breve instante. En todo ese contexto, resulta muy interesante y no es extraña, la persistencia en los enclaves turísticos de los dibujantes que remiten a experiencias culturales de representación ya obsoletas pero que siguen estando vigentes. Siguen siendo válidas y actuales las reflexiones que ya en 1953, escribiera el conservador de estampas del MOMA, William M. Ivins Jr.²¹ sobre la especialización de los viejos medios cuando quedan absorbidos o inutilizados por las nuevas formas tecnológicas de representación, y como su pervivencia refuerza la existencia y la razón de ser de lo nuevo, que, en estos momentos, son las capturas digitales personales, que ya no están

21 El influyente trabajo de Ivins Jr. (IVINS, William M. Jr., *Prints and visual communication*, Cambridge/ Massachusetts, Harvard University Press, 1953; reed. 1978 y 1982) sobre la importancia histórica de la estampa como medio cultural se publicó por primera vez en 1953. En España hubo que esperar a 1975 para que apareciese una traducción bajo el título: *Imagen impresa y conocimiento. Análisis de la imagen prefotográfica*. Barcelona, Gustavo Gili, Barcelona. Curiosamente la obra original se encuentra libre de derechos y puede descargarse libremente en el siguiente enlace: <https://archive.org/details/printsandvisualc009941mbp/page/n7>

mediadas como ocurría en las prácticas fotográficas y gráficas del pasado por la labor de un saber técnico y especializado ajeno al que era necesario recurrir.

4. CONCLUSIONES: HACIA UN VACIADO DE SIGNIFICADOS HISTÓRICOS DE LA POSMODERNIDAD Y LA ACTIVACIÓN CULTURAL Y SOCIAL A TRAVÉS DE LAS PANTALLAS.

Es posible que nuestro estupor ante estas nuevas formas culturales de estar en los museos o de comportarse de un modo nuevo con los *self-media*, remiten a lo que ocurrió en los inicios de la modernidad, cuando la alta cultura de entonces, se escandalizaba por la ligereza con la que las clases medias y sobre todo las más populares renunciaban a la lectura en favor de la contemplación de revistas gráficas que contenían imágenes de gran tamaño y poco texto impreso, o que contemplaran ficciones y realidades en las pantallas de las barracas de cine que sustituían a las tradiciones culturales del teatro o de la ópera.

Es cierto que la actual cultura del microrrelato, soportada por la posmodernidad, la liviandad de las reflexiones, el desplazamiento de la lectura y el pensamiento débil que favorece las impresiones visuales inmediatas están generando otro tipo de espectadores y otra clase de sociedad que, es muy posible, haya venido para quedarse y desarrollarse en una dirección que ya se está apuntando en las redes sociales, pero que todavía no ha concluido en todas sus nuevas formas y a pesar de su aparente novedad sigue viviendo de remedos de tradiciones anteriores, lo que explica que quienes representan ante una obra de Edvard Munch en Oslo, están reviviendo sin saberlo la práctica ya casi olvidada de los “*cuadros vivientes*” que atravesaron siglos de nuestra cultura y aún pueden contemplarse en los orígenes del cine traspasados de los recursos narrativos del teatro popular. (Fig. 6).

Autores como Antón Patiño²² aluden a la idea de *fractalidad* que se da en la experiencia visual digital y posmoderna. La realidad, capturada con los dispositivos y sobre todo activada en las pantallas del nuevo espectador digital, se ha convertido en sí misma en un *interfaz*, según las acertadas reflexiones de Ingrid Guardiola (Fig. 7):

“Para entender una sociedad y sus necesidades de expresión, creación y comunicación, sería necesario poder captar el valor simbólico de las imágenes en función del discurso de quien las ha creado y del contexto en el que han sido expuestas y recibidas. Únicamente así se podrá percibir qué esconden, cuál es

22 PATIÑO, Antón, *Todas las pantallas encendidas. Hacia una resistencia creativa de la mirada*, Madrid, Fórcola, 2017, pp. 49-56.



Fig. 7. Espectadores ensimismados con sus móviles y sus capturas "artísticas" en el Museo del Louvre de París. Foto: Bernardo Riego, 2017

su intención y su moral, que hacen entre nosotros, y a qué juegan"²³.

Pero es, sobre todo, Han Byung-Chul, cuando nos habla de ese *enjambre digital* en el que ahora nos encontramos, cuando tenemos la certeza de que las experiencias han cambiado, aunque algunos dispositivos ya estaban en el pasado, aunque eran usados de otro modo. Estamos ya transitando la nueva cultura digital en sus múltiples manifestaciones, a veces todavía algo imprecisas, pero cada vez más y más intuitivas y sin referencias a las prácticas que estuvieron vigentes en el pasado:

"El medio digital es un medio de presencia. Su temporalidad es el presente inmediato. La comunicación digital se distingue por el hecho de que las informaciones se producen, envían y reciben sin mediación de los intermediarios. No son dirigidas y filtradas por mediaciones. La instancia intermedia que interviene es eliminada siempre"²⁴.

BIBLIOGRAFÍA

- BLOM, Philipp, *Años de vértigo. Cultura y cambio en Occidente, 1900-1914*, Barcelona, Anagrama, 2010.
- BLOM, Philipp, *El coleccionista apasionado. Una historia íntima*, Barcelona, Anagrama, 2013.

23 GUARDIOLA, Ingrid, *El ojo y la navaja. Un ensayo sobre el mundo como interfaz*, Barcelona, Arcadia, 2019, p. 45.

24 BYUNG-CHUL, Han, *En el enjambre*, Barcelona, Editorial Herder, 2014, p. 33.

- BYUNG-CHUL, Han, *En el enjambre*, Barcelona, Editorial Herder, 2014.
- CARR, Nicholas, *El gran interruptor. El mundo en red, de Edison a Google*, Barcelona, Deusto, 2009.
- CASTELLS, Manuel (coord.), *La sociedad red. Una visión global*, Madrid, Alianza, 2006.
- CRARY, Jonathan, *Suspensions of perception. attention, spectacle, and modern culture*, Massachusetts, Mit Press, 1999. (Edición española: *Suspensiones de la percepción. Atención, espectáculo y cultura moderna*, Madrid, Akal, 2008).
- FLICHY, Patrice, *Lo imaginario de Internet*, Madrid, Tecnos 2003.
- FUSI, Juan Pablo, *Un siglo de España. La cultura*, Madrid, Marcial Pons. 1999.
- GUARDIOLA, Ingrid, *El ojo y la navaja. Un ensayo sobre el mundo como interfaz*, Barcelona, Arcadia, 2019.
- IVINS, William M. Jr., *Prints and visual communication*, Cambridge/ Massachusetts, Harvard University Press, 1953. (Edición española: IVINS, William Mills, *Imagen impresa y conocimiento. Análisis de la imagen prefotográfica*. Barcelona, Gustavo Gili, Barcelona, 1975).
- JIMÉNEZ BLANCO, María Dolores, *Una historia del museo en nueve conceptos*, Madrid, Cátedra, 2014.
- LOTMAN, Yuri M., *Cultura y explosión. Lo previsible y lo imprevisible en los procesos de cambio social*, Madrid, Gedisa, 1999.
- MATTELART, Armand, *Historia de la sociedad de la información*, Barcelona, Paidós, 2002.
- PATÍÑO, Antón, *Todas las pantallas encendidas. Hacia una resistencia creativa de la mirada*, Madrid, Fórcola, 2017.
- PORTÚS, Javier, *Museo del Prado (1819-2019). Un lugar de memoria*, Madrid, Museo Nacional del Prado, 2019.
- PRENSKY, Marc, *Enseñar a nativos digitales*, Madrid, Ediciones SM, 2011.
- READ, Oliver y WELCH, Walter L., *From tin foil to stereo. Evolution of the phonograph*, Indianapolis, Howar W. Sams, 1977.
- REYERO, Carlos, *Observadores. Estudiantes, aficionados y turistas dentro del cuadro*, Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona, 2008.
- RIEGO, Bernardo, *La Construcción social de la realidad a través de la fotografía y el grabado informativo en la España del siglo XIX*, Santander, Universidad de Cantabria, 2001.
- RIEGO, Bernardo, "Las nuevas prácticas culturales con las imágenes digitales y el recorrido de su arqueología histórica", *Leña al Mono*, 5-6 (agosto-octubre 2017), pp. 24-26; disponible: <https://bernardoriego.files.wordpress.com/2018/02/bernardo-riego-prc3a1cticas-culturales-con-las-imc3a1genes-2017.pdf>
- TALEB, Nassim Nicholas, *El cisne negro. El impacto de lo altamente improbable*, Barcelona, Paidós, 2011.
- TURKLE, Sherry, *En defensa de la conversación. El poder de la conversación en la era digital*, Barcelona, Ático de los Libros, 2017.
- WELCH, Walter L y BURT, Leah Brodbeck Stenzel, *From tinfoil to stereo. The acoustics years of the recording industry, 1877-1929*, Gainesville, University Press of Florida, 1994.