

De la Pantalla a la Piel: Sobre la Virtualidad de los Museos

Helena González

Introducción:

El presente testimonio tiene como propósito motivar la visita presencial a los museos, en un mundo -el post covid- que nos induce a equiparar la virtualidad con la experiencia vital, sensorial. Asimismo pondré a su consideración la noción de SENTIR frente a los objetos museales, a partir de algunos autores.

I. Actualmente, los ordenadores (los llamo así porque ordenan la información que consumimos, no computadoras, porque escasamente empleamos estas máquinas para hacer operaciones matemáticas) nos posibilitan un acceso inmediato y aséptico al cúmulo de objetos del mundo, incluidos los definidos por la UNESCO como patrimonio cultural. Durante la pandemia de Sars-CoV-19 muchos museos enriquecieron su oferta tecnológica. Y los que pudieron invertir en interfases especializadas en generar visitas virtuales, entendidas como simulaciones del tránsito en salas no dudaron en hacerlo.

En este contexto, la experiencia del SENTIR, se hizo a un lado.

Las percepciones visual y auditiva obnubilaron la importancia de los otros sentidos, que por cierto no son 5, pues hoy se habla de uno o dos más. La INTRACEPCIÓN y la PROPIOCEPCIÓN como veremos más adelante, son muy importantes, pues se refieren a la instancia psicológica conocida como YO.

Aclaro que no estoy en contra de la tecnología *¿qué habríamos hecho sin películas, música, e información durante el confinamiento?*

Este testimonio forma parte de los contenidos del Día Internacional de los Museos celebrado por el Consejo Internacional de Museos (ICOM) Capítulo México, 2021 con el tema de: *El Futuro de los Museos: Recuperar y Reimaginar*



La experiencia del SENTIR, se hizo a un lado.



Kenny Scharf en Wynwood Walls, Miami. Fotografía: Ian Zagury, 2021.

Lo que propongo es recuperar la importancia de ser visitantes de a pié en los museos. Entender que la cultura de la imagen lisa, aplanada y aséptica de la que habla Byul Chung-Han, cuando se refiere a la idea de belleza en la contemporaneidad, NO debe ser nuestra guía para disfrutar de lo exhibido en los museos. Pongo un ejemplo:

*Ver los platillos del menú de un restaurante,
no es lo mismo que consumir lo que ofrecen.*

Pero ¿cómo sentir, o volver a sentir después del confinamiento?

Propongo una experiencia de base cero para volver a los espacios expositivos, centrada en la EXPERIENCIA SENSORIAL/AFFECTIVA. Dejar un poco de lado “el museo edificio, el museo colección, el museo educación y el espacio digital que va de la web.2.0 a la 5.0”, según las categorías propuestas por el maestro Lucio Lara en su conferencia sobre los Museos Mutantes en días pasados.

Decía él que estas variantes de museos no se excluyen, sino que se COMPLEMENTAN, aunque privilegian las funciones educativas del conocimiento científico y las humanidades, y se enfocan en las políticas culturales descolonizadoras de moda.

Yo lo que propongo en cambio, es un paradigma sensorial, que por cierto es el que basa con mucho la creación artística.

Dice el artista David Salle en “How to see”, que:

*comúnmente hablamos de estilos, de ideas y de temas representados.
No del lenguaje del arte.*

Con mucho, lo que se expone actualmente se refiere al famoso “artspeak” que llena los cedularios, las bibliotecas y por ende las tiendas de los museos.

Ese discurso responde a la pregunta ¿QUÉ?, pero no al ¿CÓMO SENTIR? recordándonos que antes que nada, las obras de arte (y demás objetos exhibidos en los museos) son objetos sensibles, no conceptuales.

Frank Stella dijo:

“Lo que ves es lo que ves”.

Cosa que por cierto me recuerda los cursos de mediación impartidos por el Dr. Mario Poggio en el Jardín Borda, en Cuernavaca: “¿Qué ves?”, nos pregunta frente a las obras expuestas, para luego tratar de generar nuestro propio discurso como espectadores.

¿Qué ganamos al hacernos esta pregunta?



Una visitante contempla la obra de Francis Bacon, “Tres estudios para una crucifixión”, en el Museo Guggenheim de Bilbao.
Foto:



Público asistente en la Tallera Siqueiros.

Partiendo de esta base que apunta a lo sensible, tal vez la recuperación de nuestros cuerpos, y por ende de nosotros mismos, además de potenciar nuestra creatividad.

2. En “Una historia natural de los sentidos”, la lúcida ensayista Diane Ackerman, se refiere a las percepciones de nuestro cuerpo como sinónimos de la historia de la humanidad. Su cartografía de los sentidos es al mismo tiempo una poética y una justificación de la vida. Y ¿en dónde sino en los museos encontramos los mejores estímulos del mundo, incluido el mundo natural? Vistos así, los museos nos llevan a la estética comparada y la correlación de las artes. Menudos temas de la Estética.

Pero no es eso lo que me propongo abordar ahora, sino la exaltación de los sentidos en el siglo XX, y sobre todo la noción de visualizador, pues ya lo sabemos, es el sentido de la vista el que acapara un sinfín de intereses y discursos. Casi como sucede en nuestro cerebro, gran cantidad de energía se la lleva la memoria ejecutiva vinculada al procesamiento de la percepción visual. Vivimos en la Era de la Imagen.

*Pero la
imagen
también es
superficie.*



UNAM
Patrimonio
MEC-EDUPAZ

Por otro lado, Mario Perniola, profesor de Estética en la Universidad de Roma menciona en su libro “Del sentir”: una “inteligencia sentiente”, en la que sentir es igual a conocer, añade que es asunto procesal:

vamos siendo, a medida que vamos sintiendo.

Valga la pena recordar que SENTIR se refiere tanto a la vida afectiva, como a las sensaciones y que en italiano SENTIR significa antes que nada ESCUCHAR.

— Y aquí insisto en el concepto de ARTE como la posibilidad de poner en práctica de manera sincrónica tanto las sensaciones, como los afectos con pureza e intensidad—

Pero volvamos al mundo de la virtualidad post Covid. La virtualidad se refiere al conocimiento del mundo desde un ordenador, en un acto que desmaterializa el exterior -en un contexto libre de contagios virales, o sea, una experiencia centrada en un mundo accesible o desactivable mediante el botón de encendido/apagado.

En este mundo, la vista-imagen es nuestra llave de acceso.

insisto en el concepto de ARTE como la posibilidad de poner en práctica de manera sincrónica tanto las sensaciones, como los afectos con pureza e intensidad



Imagen del libro How to Visit an Art Museum de Johan Idema.



Visitantes del Museo del Louvre fotografiando a La Gioconda de Leonardo Da Vinci. Fotografía:

3. Pero lo grave no es sólo que la vista-imagen se lleve las palmas de la atención, dejando los demás sentidos a la zaga. Además, en ese mundo en soledad, dice Perniola, no sentimos, sino que experimentamos LO YA SENTIDO previamente:

“Para nuestros abuelos, los objetos, las personas, los sucesos estaban para ser sentidos, les hacían vivir una experiencia interior, que les causaba alegría o tristeza, se identificaban con ellos, sensorial, emotiva y espiritualmente, o por el contrario, no los notaban o se negaban a notarlos.

Mientras que, para nosotros, los objetos, las personas y los sucesos, son algo ya sentido, que nos absorbe con una nota sensorial, emotiva y espiritual determinada de antemano... hoy se exige al hombre tanto de la participación como de la indiferencia, tanto de la sensibilidad, como de la insensibilidad, se lo libera de la carga, del esfuerzo, de la responsabilidad, de la atención, de la elección, de la aplicación, para que no derroche la ingente cantidad de energías que se consume al sentir... y el sentir ha adquirido una dimensión anónima, impersonal y socializada”.

Esta cualidad del sentir actual es parte de la SENSOLÓGÍA, el termino que equipara el falso sentir con ojos, oídos, paladares anónimos que sienten por nosotros. En el mundo de comunicación de masas, nos dictan el ritual a seguir. Incluso la de nuestro propio cuerpo (la intrasección de la que hablábamos antes, propuesta por las neurociencias).

Dice Perniola:

“Me llama poderosamente la atención que no percibamos como ya sentida la que para nosotros debiera ser la experiencia más inmediata e íntima, la de nuestro propio cuerpo, hoy objeto de una atención cosmética, terapéutica y hedonística sin precedentes”...pero aclara que incluso esta la percibimos desde una noción narcisista, pasada por la experiencia social del cuerpo. Des-apropiada, a manera de experiencia especular, reflejo de la de otros. Es una experiencia imitativa, reflejo, posterior, retocada. Como si nos halláramos en el limbo “en el que ya se conocen las sensaciones de bienestar y de malestar psicofísico”...un mundo en el que todo se concibe -y vende- como un fármaco o un tóxico. Gracias a ello, el individuo ya no tiene que preocuparse por atesorar un mundo interior, sino uno re-presentado.



Imagen del libro How to Visit an Art Museum de Johan Idema.

*“el sentir
pierde su
carácter
íntimo,
privado, e
inalienable...
La autonomía
del sentir
queda en sólo
PERCIBIR.”*

Cuando Perniola usa la metáfora

de una estatua “del mármol que recupera la piel”, que vuelve a la vida, quiere evitar el mundo de simulacros-superficie-imagen en el que vivimos.

Me interesa que se destaque que lo frío y apático de las pantallas se extiende a lo afectivo.

Conste que el italiano NO aconseja el camino inverso: *de la piel al mármol -o a las pantallas*. Hacerlo nos llevará a ser como la ninfa ECO de la mitología griega, que no sentía, que sólo repetía, obedeciendo a una terrible condena de los sentidos.

Y es que internautas o cibernautas que somos, viajamos en internet, la www, la red durante gran parte de nuestra vida diurna. Allí, como ECO, reproducimos información y estimulamos al otro a partir de sensaciones anónimas.

Somos neo-fanáticos, según Perniola, porque formamos parte de la cultura del espectáculo, que nos ha venido acostumbrando a la cultura de las sensaciones exacerbadas, al SENSACIONALISMO en el que:

*“el sentir pierde su carácter íntimo, privado, e inalienable.”
La autonomía del sentir queda en sólo PERCIBIR.*

Vivimos una especie de extrañeza de uno mismo, NO nos reconocemos y la consecuencia es la desaparición de la congruencia del YO mente-cuerpo. La identidad personal. La capacidad de la PIEL que puede sentir ternura, calidez, suavidad y otras sensaciones que son al mismo tiempo sentimientos.

Por algo el escritor Paul Valéry decía que

*“nada hay más profundo en el ser humano
que la piel”.*



4. El viernes 7 de mayo, en su editorial del periódico “Reforma”, Juan Villoro reseñaba “Mundo Dron”, libro de reciente aparición de Naief Yehia, destacando que las pantallas, desde el cine hasta los smartphones, han modificado la conducta humana: “al satisfacer tantas necesidades -reales o ilusorias-, la compañía de estos aparatos es aceptable y a veces preferible a la de otros seres humanos.

Por algo el sistema Android se llama así”. Pero tener un amigo auténtico requiere trabajo, es como una planta, hay que regarla y cuidarla.

En cambio:

“Nuestros afectos se involucran cada vez más con aplicaciones intangibles y aparatos que nos representan a distancia y no nos exigen mayor cosa”

Por si fuera poco, el dron es la nueva extensión de la mirada humana. Vemos a través de los ojos de otros. La virtualidad de los museos, esa oferta que no nos permite pasar de las imágenes, fomenta como dice Villoro la intimidad remota, no la sensibilidad y el sentimiento propio de los objetos que resguardan los museos. La experiencia sensible se acható a pasos agigantados por la pandemia.



Visitantes del Louvre contemplando La libertad guiando al pueblo de Eugene Delacroix. Fotografía:

El futuro inmediato nos permitirá experimentar los espacios inmersivos, de la museología contemporánea y los museos interconectados, que podrían ser la propuesta posmoderna de “El museo Imaginario” de André Malraux, pero eso no resuelve por completo el ejercicio del SENTIR.

La lejanía de la virtualidad no genera la intensidad de las reacciones afectivas propias de la realidad del ciudadano de a pie.

Los museos, y en especial los de arte, contienen potentes aparatos sensibilizadores por su unicidad, novedad, colorido, cualidades táctiles, luminosas e ideológicas. El medio cuenta. El medio es el mensaje.

Hoy desde las neurociencias sabemos que la mente detiene la atención en lo novedoso, lo claro, lo colorido y lo original.

Pensemos en la relevancia estética de lo incierto y en neuro-transmisores como la dopamina y la acetilcolina, que ante estos estímulos generan nuevas sinapsis. Si los expertos en Neuroaprendizaje proponen para las aulas escolares el aprovechamiento de lo interesante, por qué en los museos no hablamos de la química cerebral.

En el prólogo de su “Fenomenología de la percepción”, M. Merleau-Ponty dice:

«Toda consciencia es consciencia de algo»

No es algo nuevo. Kant evidenció, en la Refutación del Idealismo, que la percepción interior es imposible sin percepción exterior; que el mundo, como conexión de fenómenos, se anticipa a la cons-ciencia de mi unidad, es para mí el medio de realizarme como consciencia.

“El mundo fenomenológico es, no ser puro, sino el sentido que se transparenta en la intersección de mis experiencias y en la intersección de mis experiencias con las del otro, por el engranaje de unas con otras; es inseparable, pues, de la subjetividad e intersubjetividad que constituyen su unidad a través de la reasunción de mis experiencias pasadas en mis ex-periencias...”

(Merleau-Ponty p. 19).



Shepard Fairey en Wynwood Walls, Miami. Fotografía: Ian Zagury, 2021.

Se refiere en suma, a la generación de un YO a partir de la experiencia de todos los sentidos. Y si estos se alimentan de arte, la experiencia será inmejorable.

El escritor Jorge Volpi en su excelente libro “Leer la mente” dice:

“En su calidad de herramienta evolutiva, el arte no puede sino perseguir una meta más ambiciosa. ¿Cuál? La obvia: ayudarnos a sobrevivir y, más aun, hacernos auténticamente más humanos... El arte no sólo es una prueba de nuestra humanidad: somos humanos gracias a él”

(Volpi, p.14,15).

Además, recordemos las “neuronas espejo” de Rizzolatti, ubicadas en las áreas motoras del cerebro, esas por las que somos empáticos. Más allá del valor del patrimonio como proveedor de datos, las historias que nos narran las “puestas en escena” de los museos, acentúan nuestra interacción social y nuestra capacidad de ser solidarios.

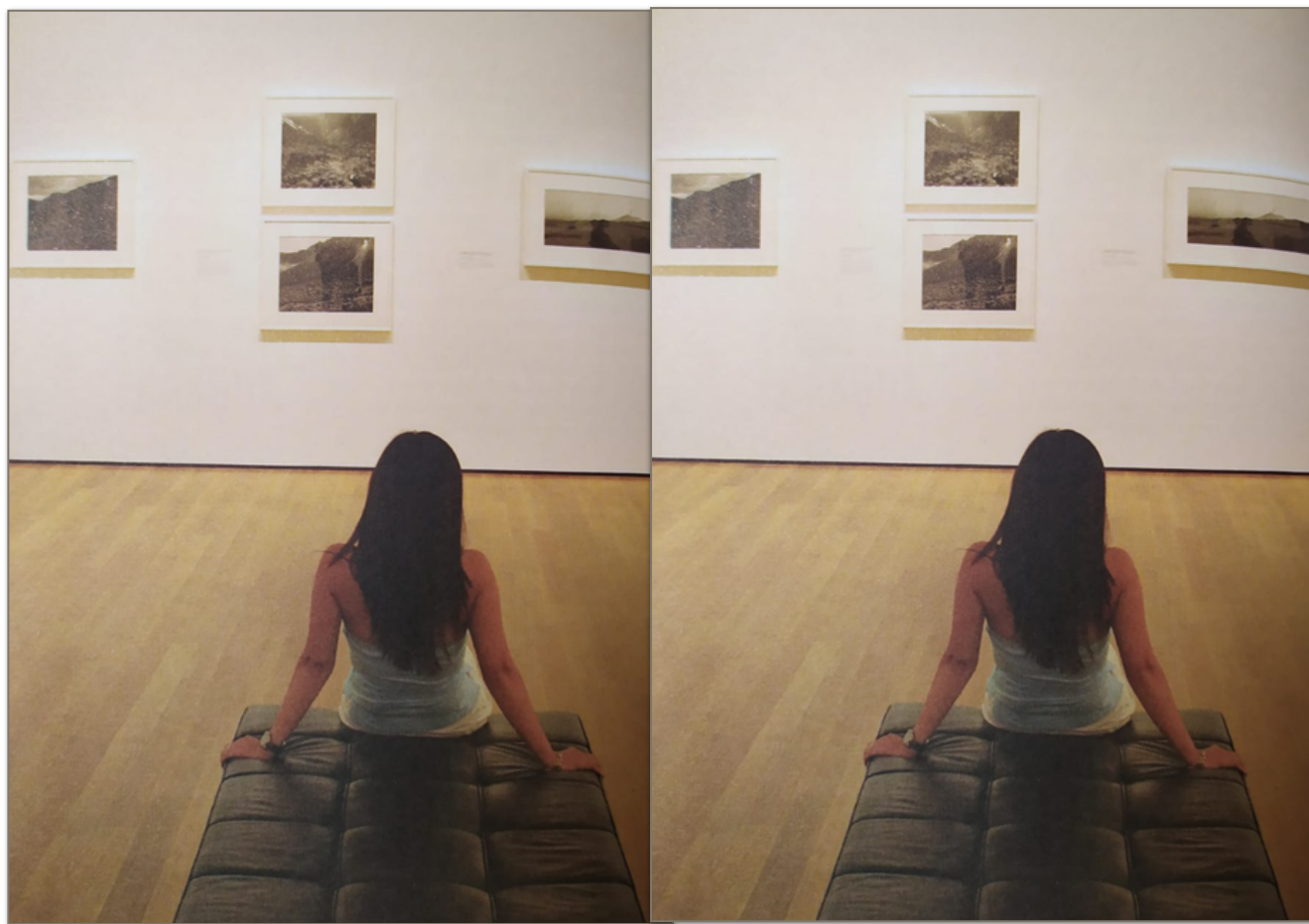


Imagen libro de Johan Idema: "How to Visit an Art Museum" P. Y mas referencia

Especial atención merecen los museos que hablan de modos de vida y se especializan en el cultivo del gusto, además de los pensados para públicos infantiles, porque la belleza no debe entenderse como un onanismo estéril o sinónimo de diversión, aunque no está mal que algunos montajes nos hagan reír. El arte es el anzuelo para volvernos más humanos.

*Sin el arte,
la instancia YO se hallaría sola.*

Para escapar de la esquizofrenia y no ser como la ninfa ECO, hay que acudir al encuentro de los otros reales, los del presente y los del pasado. Salir de las pantallas.

5. Quedaría medir el bienestar social vinculado a la existencia de estos espacios democráticos. El 3 de mayo pasado, el periodista Eduardo Cruz Vázquez publicó en www.pasolibre.GRECU.mx un artículo titulado "Rezago social y competitividad: ¿y en dónde la cultura? En el que concluye que en nuestro país no existen indicadores para medir los beneficios de la cultura; que el bienestar social se sigue midiendo a partir de conceptos como "casas habitación con piso de tierra o pavimentado", sanitarios y drenaje.

El CONEVAL mide el Índice de rezago social en quinquenios y toma en cuenta cifras del INEGI, pero como dice Cruz Vázquez, no se alcanza a ver la relación entre los acervos culturales de los estados, sus sectores culturales y el IMCO (Instituto Mexicano para la Competitividad), que mide talento con inversión, lo que se supone se traduce en mayor bienestar para sus habitantes-, está en pañales.

C oncl uyo:

La invitación a re-imaginar los museos se la debemos a la crisis económica y social que vive el planeta en tiempos de pandemia. Hay quienes avizoran que la Historia del fin del mundo, entendida como la de la escritura -la que cataloga, actividad fundamental de los museos-, comienza una nueva etapa.

La postscript de las programaciones informáticas de la esfera digital.

Inevitable recordar a Baudrillard y su trans-estética que repite imágenes sin contenido. Afortunadamente hay quienes como la escritora Irene Vallejo, son más optimistas. Cuando esta exitosísima autora habla de la tecnología en “El Infinito en un Junco” dice que los catastrofistas advierten que los libros son especie en extinción por la expansión caníbal de internet.

Pero los historiadores y antropólogos nos recuerdan que en las aguas profundas los cambios son lentos. Creemos que lo nuevo tiene más futuro y en realidad sucede lo contrario. Cuando algo lleva más tiempo entre nosotros, más porvenir tiene.

Lo más nuevo perece antes...

el futuro avanza siempre mirando de reojo al pasado...

“Es más probable que en el futuro haya monjas y libros que Whatsapp y tabletas, sillas y mesas que pantallas de plasma, fiestas que rayos UVA, dinero que drones, música.

La música y la búsqueda de la espiritualidad no se irán nunca.

Lo más nuevo perece antes...

el futuro avanza siempre mirando de reojo al pasado...



David Choe en Wynwood Walls, Miami. Fotografía: Ian Zagury, 2021.

En el mundo se ha demostrado que es más probable la permanencia de lo viejo que la tecnología.

La rueda, la silla, la cuchara el libro ya no admiten, en su depurada sencillez mejoras radicales. Han superado la prueba de los siglos, rozan la perfección en su humilde espera utilitaria.”

Irene Vallejo, (op cit)

Así los museos, desde el arcaico museo de Alejandría pegado a la célebre Biblioteca, hasta los comunitarios de hoy. Exhiben objetos y su potencial de conexión con la intimidad, -nuestra intimidad-, es insustituible. Vayamos por ella. Desacralicemos la razón. Hagámosle caso a Paul Valery cuando dice:

“Algunas veces la razón me parece ser la facultad de nuestra alma para no comprender nada de nuestro cuerpo.”

Bibliografía:

- Merleau-Ponty, M. (1994). Fenomenología de la percepción. (Cuarta ed.). España: Península.
- Villoro, Juan. (7 de mayo de 2021). Mundo dron. Reforma, 9.
- Vallejo, Irene. (2020). El infinito en un junco. (Primera ed.). España: Siruela.
- Idema, J. (2014). How to visit an Art Museum. (Primera ed.). Ámsterdam: BIS.
- Ackerman, Diane. (1990). Una historia natural de los sentidos. (Tercera ed.). España: Anagrama.
- Lord, G. D. & Lord, B. (1999). The Manual of Museum Planning. (Primera ed.). Reino Unido: The Stationery Office.
- Malraux, André. (1965). El Museo Imaginario. (Primera ed.). España: Cátedra.

