

Los museos como mediadores de la memoria en la era digital

Museums as mediators of memory in the digital age

Pedro Cagigal

ISSN (imp): 1390-4825

ISSN (e): 2477-9199

Fecha de recepción: 03/2017

Fecha de aceptación: 05/2017

Resumen:

En la era de las cámaras digitales, las redes sociales, el big data y la autorepresentación, ¿dónde queda el rol del museo como custodio de la memoria? En ese artículo se indagará en cómo se intersectan y dialogan el museo y los medios digitales, en tanto administradores y medios de la memoria social. Se abordará los retos que enfrenta el museo al incorporar nuevas tecnologías en el espacio expositivo y como herramientas educativas, enfatizando en procesos colectivos de generación de sentidos. Se revisará tendencias en el museo virtual y sus problemáticas en torno a la apertura de colecciones. Finalmente, se abordarán los retos del museo como mediador en procesos de cocuraduría y coproducción de contenidos con comunidades.

Palabras Clave: Museo, tecnologías digitales, museo virtual, cocuraduría, memoria social, contenidos coproducidos, mediación comunitaria

Abstract:

In the age of digital cameras, social networks, big data and self-representation: What is the role of the museum as a custodian of memory? This article looks into the intersections and dialogs between the museum and digital media, as managers and mediums of social memory. It will approach the challenges of incorporating new technologies in exhibitions and as educational tools, focusing on processes of collective creation of meaning. It will review tendencies in the virtual museum and constraints regarding the opening of collections. Finally, it will discuss the museum's challenges as mediator in processes of co-curation and co-production of content with communities.

Key words: Museum, digital technologies, virtual museum, co-creation, social memory, coproduced content, community mediation

Autor:

Máster Pedro Cagigal (Quito, 1979). Licenciado en artes visuales por la Universidad Católica del Ecuador y Máster en Cultura y Sociedad Digital por King's College London. Docente Universidad de la Artes Ecuador. Fue artista y realizador audiovisual, miembro del colectivo Wash lavandería de arte. Ha trabajado en proyectos de investigación relacionados a medios digitales y políticas de ciencia y tecnología. Se ha desempeñado como director del proyecto Diferencial del Centro de Arte Contemporáneo de Quito (2011), Coordinador del Centro de Arte Contemporáneo de Quito (2012) y Subsecretario Técnico de Emprendimientos Culturales del Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador (2016).

Introducción

Las tecnologías digitales se han ido incorporando más en nuestras vidas y han impactado el funcionamiento de instituciones como el Estado, la empresa y la familia. El museo tiene una particular propensión a verse influenciado por ellas, pues comparten la misma materia prima: memoria y comunicación social. La abrumadora cantidad de información que las tecnologías digitales pueden generar, almacenar y procesar, así como las prácticas en redes sociales, han cambiado nuestra manera de administrar la memoria y comunicarnos a través de ella. ¿Dónde queda el museo como repositorio de memorias colectivas y espacio de encuentro y narrativa social ante este mega archivo global deslocalizado, omnipresente, que brinda una exhaustiva serie de posibilidades de participación y de encuentro? Las nuevas tecnologías han tenido un efecto catalítico en el proyecto del museo, expandiendo sus posibilidades (Parry, 2007, p. 139) y afectando todas sus áreas (Marty, 1999, p. 1085): la recopilación e interpretación, el almacenamiento, la administración y la exposición. Sin embargo, no podemos decir que los cambios tecnológicos son los únicos responsables de la transformación del museo. Los sistemas tecnológicos y sociales están interrelacionados y no deben ser entendidos como entidades separadas (Van House and Churchill, 2008, p. 297), sino como elementos articulados que se complementan buscando adaptarse al ahora.

Este ensayo busca compilar un panorama general sobre la relación entre museos y medios digitales en relación al manejo de la memoria en la actualidad, revisando diversas aproximaciones teóricas a la incorporación de nuevas tecnologías en el museo y a los retos que esto implica para la administración de colecciones. Se analizará el uso de tecnologías en el espacio expositivo para dispositivos museográficos y como herramientas educativas, enfatizando en procesos colectivos de generación de sentidos. Se revisará tendencias en el diseño de páginas web institucionales y en la digitalización de colecciones. Finalmente, se abordarán los retos del museo como mediador en procesos de cocuraduría y coproducción de contenidos con comunidades. El museo se debate entre abrirse a la incorporación de

diversas voces y confrontar la pérdida de control que esta apertura conlleva sobre sus discursos y responsabilidades. La noción de una memoria institucional oficial entendida como unidad estable se confronta a una nueva crisis; ahora nos enfrentamos a las posibilidades y problemas de la construcción de una memoria colaborativa, mutable y hasta personalizable.

Nueva administración de la memoria

Las consecuencias de la web 2.0, con usuarios más propositivos, autoorganizados y exhibicionistas, ya son evidentes. Se puede pensar en el *crowdsourcing*, el *crowdfunding* o el *open source* como estrategias digitales contemporáneas, pero éstas no son del todo nuevas, se basan en principios ancestrales de lo comunitario, lo público y las lógicas de producción creativa. En el caso de los museos ha habido un enfoque en la participación de la comunidad desde inicios de la década de 1970 con la “Nueva museología” (Ross, 2004, p. 8). Aquí se planteaba una transformación desde una colección singular y experta hacia un espacio de diferentes involucramientos educativos (Srinivasan et al. 2009, p. 266). Se buscaba principios más democráticos en contextos multiculturales (Message, 2006, p. 14). Los museos se tornaron en “gestores sociales, trabajando con las comunidades para transformar la realidad”¹ (dos Santos, 2010, p. 5). Sin embargo, varias décadas después, podemos preguntarnos sobre la novedad de la “nueva” museología. Actualmente encontramos propuestas derivativas, como por ejemplo la “Sociomuseología” en Brasil (ibit), un concepto aún en construcción, o el “Nuevo Museo” de Kylie Message (2006), pero que mantienen esta función social cohesitiva, educativa, propositiva y transformadora del museo.

En ese sentido de transformación, José Luis Brea (2007) usa para el museo la metáfora de un “mar de pensamiento” tomado de la novela *Solaris* de Stanisław Lem (1961) y la posterior película de Tarkovsky (1972). Este mar/museo trae el pasado al presente con la vivacidad de lo real (Brea, 2007, p. 44). El museo proyecta a

¹ Todas las citas son traducciones del autor.

su contexto inmediato una reflexión curada en base a fragmentos del pasado que construyen las narrativas del presente e influyen el futuro. A diferencia de los archivos y las bibliotecas, los museos son más que lo que Manuel Castells (2010, p. 431) llama “repositorios de temporalidad”, ya que interpretan, construyen y proyectan narrativas, legitimándolas.

La memoria es esencialmente social (Piaggott citado en Somerville y EchoHawk, 2011, p. 651) y los museos han sido los guardianes de esta memoria social, delineando las percepciones de lo valioso y lo importante (Geary citado en Schwartz y Cook, 2002, p. 8). Los museos cambiaron junto con la llegada de la revolución mecánica para influir profundamente los imaginarios comunes en los estados coloniales, catalogando -juntando y separando- regiones, lenguajes, monumentos y demás (Anderson, 2006, p. 164). Pero hoy en día, cuando nuestras memorias colectivas y personales son digitalizadas a más velocidad (Van House y Churchill, 2008, p. 297), e incluso se puede especular con un “recuerdo perfecto”, un registro total (Blanchette, 2011), ¿acaso el museo pierde su hegemonía sobre las memorias y las narrativas locales?

Nuestra memoria cultural siempre ha sido producida y mediada a través de la tecnología (Sturken, 2008, p. 75). Y como tecnología de la memoria, Brea (2007, p. 45) asocia al museo con la memoria de las computadoras, planteando que el museo debe dejar de trabajar como una memoria ROM, que lee, clasifica y recupera, y empezar a trabajar más como una memoria RAM, que procesa información a través de administración y conectividad. El museo como medio de comunicación es capaz de articular una cultura viva con el patrimonio (Castells, 2010, p. 432). En ese mismo sentido, Ross Parry (2007) afirma que el museo tiene que replantear sus especificidades como *medio* en la construcción de sentido. Utilizando los preceptos de “el medio es el mensaje” de McLuhan (1964), recalca la importancia del medio/museo como un agente vigente de sentido social que aprovecha sus características tridimensionales, multi sensoriales y en donde el conocimiento adquiere una forma espacial (Parry, 2007, p. 11). Como medio, podemos aplicar al museo

contemporáneo las tres características de lo digital que plantea Mark Deuze (2003): *interactividad*, que es un principio básico del museo educativo, *multimedialidad*, como espacio donde se combinan muchos medios y se articulan otras expresiones culturales; e *hipertextualidad*, como prácticas de construcción colectiva que enlazan sentidos y contenidos.

La “experiencia” del museo puede ser considerada como su razón de ser, su capacidad de “fabricar experiencias -más que de confirmar una realidad-” (Hein, 2000, p. xi). La cualidad única del museo es que puede proveer experiencias que no encontramos en otros lugares (Trant, 2010, p. 310). Los museos rompen de cierta forma el paradigma de la *inmediatez* de los medios digitales. Esta *inmediatez* se refiere al anhelo de transparencia tecnológica, de generar la ilusión de lo representado como presente (Bolter and Grusin, 2000). Por ejemplo, el éxito de la inmersión en las tecnologías de realidad virtual depende de cuánto nos olvidamos del medio que la posibilita. En el museo nuestra presencia es real frente a una serie de medios expuestos, no solo se siente como real, estamos ahí analizándolos. Y es en esa presencia vivencial que el museo es más que un medio, el museo también son personas trabajando presencialmente con y reaccionando a una comunidad a la que se pretende influenciar.

Por eso es complejo intentar trasladar la experiencia vivencial del museo a lo virtual. Lo presencial y lo virtual generan distintas experiencias y distintos acercamientos al conocimiento. Dentro de las paredes del museo, la potencialidad de la experiencia está en la interacción entre las personas (Lave, 1998). “El conocimiento está generado discursivamente a través de la participación en la conversación con otros” (Srinivasan et al. 200, p. 266). Una afirmación es asumida como conocimiento cuando es “tratada como conocimiento por los miembros de una comunidad de confianza” (ibid). En cambio, visitar la página web de un museo es usualmente una experiencia individual, sin una mediación que contextualice o personalice la información (Frost, 2010, p. 240). A pesar de esto, Internet nos abre nuevas posibilidades de compartir y socializar conocimientos y saberes colectivamente. En la web se generan conexiones y asociaciones

entre personas con valores, opiniones y gustos similares. Estas colaboraciones y articulaciones de visiones e intereses en nodos tienen un potencial enorme para fortalecer y ampliar las relaciones entre museo y comunidades específicas. Las experiencias del museo virtual y presencial no tienen por qué ser excluyentes si se sigue el principio de generar conocimientos a través de promover diálogo y relaciones sociales.

Tecnologías en la visita al museo

Dentro del museo los objetos personifican el conocimiento; creamos sentido a través de lo que sabemos sobre ellos y de las relaciones que establecemos en torno a ellos. (Srinivasan et al. 2009, p. 267). De alguna forma los objetos renacen en una nueva “realidad museográfica” (Hein, 2000, p. 69). La particularidad de cada colección define y valoriza a los museos. En un mundo donde cada vez más las experiencias son producidas, traducidas y delineadas por los medios, el museo aparece como “el” lugar para encontrar lo “auténtico” (Müller, 2002, p. 23). Entonces: ¿cómo se incorporan las nuevas tecnologías en las visitas para mediar entre públicos y colecciones?

La implementación de medios digitales en las exposiciones apunta a generar visitas más atractivas y dinámicas con pantallas táctiles, juegos con sensores o visualizaciones interactivas de datos que permiten navegar por grandes corpus de información. Se promueven descargas en la red a través de boletos inteligentes² o códigos QR, que permiten conectar objetos con más información. Se generan aplicaciones para teléfonos con juegos, acertijos y demás. Iniciativas como el *QRator project* (2011) permiten además incorporar comentarios y registros del público en los archivos del museo. Hay una tendencia a incentivar e involucrar a los públicos para que exploren y creen conexiones e historias (Wolff y Mulholland, 2013). Los dispositivos móviles pueden ser usados para adquirir información adicional, documentar y compartir. Pero el museo también tiene que permitir separarnos de las pantallas. Algunos

dispositivos tecnológicos no promueven una interacción de humano a humano e inhiben el intercambio social (Heath y Von Lehn, 2010). Centrar el museo en los grandes despliegues tecnológicos también levanta preocupaciones sobre una Disneyficación del museo y sobre una delimitación menos clara entre éstos y los parques temáticos (Müller, 2002, p. 29).

Las tecnologías digitales tienen la capacidad de extender los límites del museo de varias formas. Permiten trabajar con distintas temporalidades alrededor de las visitas, incluyendo actividades pre y post visita. Por ejemplo, en el área *Key Stage 3* del Museo de Londres hay actividades para estudiantes de 13 y 14 años donde se les divide en grupos y entrega teléfonos celulares para asignarles actividades y preguntas. Los jóvenes fotografían, toman nota y hacen una suerte de investigación alrededor de las muestras. Se promueve un uso posterior de redes sociales, en clase y en casa, para narrar y compartir sus experiencias y opiniones con compañeros, profesores y personal educativo o curatorial del museo (Charitonos et. Al, 2012). Así, la visita se extiende por fuera del museo y genera una experiencia que implica investigación, discusiones, aproximaciones críticas y socialización del conocimiento. Además, el museo adquiere aportes para analizar y mejorar la calidad de sus visitas.

En resumen, si bien las nuevas tecnologías pueden colaborar con el proceso de aprendizaje del visitante, también lo pueden aislar y distraer, creando una innecesaria distancia con los objetos. Su potencial parece residir tanto en promover un público activo, que entiende la experiencia del museo desde su quehacer, como en traspasar los límites físicos y temporales del museo.

El museo virtual

En esta búsqueda por ampliar sus límites, algunos museos se enfocan en sus páginas web. Su diseño es un gran desafío que tiene que responder a elementos como: “espacio, tiempos, links, narrativas, interactividad, producción de valor y accesibilidad” (Müller, 2002, p. 27). La páginas pueden ser un sustituto de la visita para quienes no pueden llegar al museo, pero

² Por ejemplo el British Music Experience (BME, 2014).

principalmente tienen que enfocarse a promover las visitas y no reemplazarlas. Además, el museo virtual implica nuevas responsabilidades sobre la pertenencia y el licenciamiento de los contenidos, la recopilación de datos y el uso de éstos. Digitalizar las colecciones también cambia sus sentidos: así como los objetos se alienan al entrar en el museo, adquieren nuevos significados cuando entran a la web (Müller, 2002, p. 5). La expansión del museo hacia lo digital abre muchas preguntas: ¿Qué nuevas relaciones se establecen con el objeto real? ¿Qué posibilidades y qué derechos tiene el museo sobre los contenidos colaborativos que se generen a partir de la interacción del público? ¿Qué tan permisivo puede ser el museo al ceder su colección y su discurso al público?

Los museos tienden a diseñar páginas web que mantienen una curaduría interna, pero también se están planteando páginas que permiten algún tipo de cocuraduría pública a través de contribuciones por redes sociales o *crowdsourcing* (Sabharwal, 2012, p. 597). Según Fiona Cameron, (2006), podemos identificar tres generaciones en la evolución de las páginas web de los museos: la primera presenta líneas narrativas con imágenes y textos didácticos; la segunda, esquemas multimedia, diferentes sistemas de navegación y mapas semánticos; y una nueva generación, aún imaginada, permitiría búsquedas avanzadas, personalización y creación de contenidos, interrelación de contenidos entre múltiples usuarios, árboles hiperbólicos y personalización de mapas para la investigación.

Vemos una tendencia a la apertura de contenidos, pero aún hay varios desafíos. En ciertos casos, el acceso a las colecciones requiere una suscripción pagada y solo permite la visualización de contenidos. Los investigadores Eschenfelder y Caswell (2010) encontraron tres tendencias al realizar entrevistas con especialistas sobre el acceso a colecciones digitalizadas. La primera plantea que los museos son guardianes y tienen que proteger sus colecciones, las cuales no deberían ser de libre acceso, ya que el museo debe poder explotarlas económicamente para su sostenibilidad (Ibit). Aquí vemos el miedo de un museo más tradicional a perder su control sobre los sentidos creados y su valor exclusivo. Los museos se han definido por la exclusividad

de sus colecciones; la escasez ha dictado la lógica de su valor (Shirky y Foucault citados en Cairns and Birchall, 2013). Al digitalizar sus colecciones, ¿cómo pueden garantizar que se reconozca su origen cuando otros las usen? Además, aparece un quiebre con la autoridad del curador, la cual es amenazada cuando el usuario puede descubrir y enseñar relaciones temáticas por su cuenta (Cameron, 2006, p. 333). También se suman temores alrededor de la creación de interpretaciones no especializadas que puedan entrar al dominio público.

La segunda tendencia planteada por Eschenfelder y Caswell (2010) propone que las colecciones deberían ser completamente abiertas al uso público. Aquí convergen los debates del museo como espacio público, de los derechos ciudadanos sobre las instituciones financiadas por el Estado (en el caso de los museos públicos), de las políticas por una libre circulación del conocimiento y de la *cultura libre*. Asociamos también a esta perspectiva el cambio que ha habido en los roles tradicionales de autor, editor, publicista, distribuidor y consumidor con los medios digitales (Trant, 2010, p. 307) y una tendencia a producir, reproducir y remezclar manifestaciones culturales (Postigo, 2012, p. 1170). Desde la perspectiva de la educación museográfica, la generación de conocimiento a través de objetos no solo implica percepción y cognición, sino también interpretación, proposición e intencionalidad (Srinivasan et al. 2009, p. 269). Aquí el museo abre las puertas a una resignificación colectiva de sus colecciones y una relación más fluida con la comunidad, proponiendo un proceso continuo de interpretación crítica. Sin embargo, los temores descritos anteriormente no se han resuelto.

Frente a esta coparticipación, la tercera tendencia identificada por Eschenfelder y Caswell (2010) propone un acceso regulado para proteger a los grupos fuente que han generado material. Se cuestionan los derechos que adquieren los museos y archivos sobre los contenidos coproducidos. Se asume que la decisión de poner este tipo de contenidos en el dominio público tiene que ser compartida con las comunidades que han participado. Como ejemplo podemos citar el archivo de Mukurtu Wumpurrarni-kari, que reconoce los protocolos

de los grupos indígenas que lo alimentan y su derecho a decidir qué y cómo quieren compartir el patrimonio levantado, creando una plataforma digital con distintos permisos de acceso (Srinivasan et al. 2009, p. 273).

La aplicabilidad de las visiones expuestas dependerán de las particularidades de cada museo y sus políticas coyunturales. Recordemos que hay varios museos que luchan económicamente por mantenerse y mantener sus colecciones en contextos adversos. Aquí, la digitalización puede ser una alternativa para proteger las colecciones, pero la prioridad económica sigue siendo el resguardo y la protección de la colección física. Las visiones y posibilidades de la construcción colectiva de memorias locales legitimadas por el museo nos enfrentan a la construcción contemporánea del espacio y la opinión pública.

Espacios y narrativas compartidas

Vemos que el museo lucha con los niveles de acceso a sus colecciones en lo digital. Si bien la apertura es necesaria para una relación más dinámica y actualizada con la comunidad, ésta pone en riesgo los valores tradicionales del museo. Para algunos museos esta apertura contradice totalmente un modelo de gestión en base a propiedades y exclusividades, además del control sobre su propia especialidad. La web ha permitido que el concepto de curaduría se expanda de una narrativa planteada por especialistas hacia un espectro mucho más amplio de investigación, recopilación, asociaciones lúdicas o personales, con nuevos mecanismos de circulación y colaboración. Aparecen neologismos en el campo formal como *curaduría digital*, en referencia a la preservación y generación de valor sobre corpus confiables de información digital (Digital Curation Centre and Giarretta citados en Bradley 2007, p. 160); o como *curaduría social*, en relación a las “prácticas de distribución y marketing de contenidos multimedia, agregándoles significación social” (Belk citado en Villi et. Al, 2012). Además, en el día a día, hemos desarrollado prácticas autocuratoriales donde seleccionamos y exponemos experiencias y gustos en las redes sociales como presentación o promoción de uno mismo (Van Dijck, 2013, p. 205-211). ¿Cómo

la narrativa del museo compete, adhiere, ordena o complementa todas estas nuevas historias y *displays*?

Algunos museos y archivos intentan aprovechar estas nuevas prácticas curatoriales para mejorar su difusión y alcance. El *Toledo Attic Project* (2013) en Ohio, por ejemplo, tiene una colección donde los visitantes contribuyen con historias, imágenes y comentarios. Su página web, además, ha incorporado un acceso directo a redes sociales como Pinterest o Storify, en las que cualquiera puede asociar y circular sus visiones personales del contenido. Idealmente, las tecnologías digitales posibilitan al museo rescribir el sentido y significado de sus colecciones a través de una voz polisémica (Cameron, 2006 p. 327), en negociación con los miembros de una comunidad (Somerville y EchoHawk, 2011, p. 651). En este sentido, el rol del curador tendría que mutar de maestro a transmisor o facilitador y asistente, estimulando al visitante a conjugar contenidos basado en sus propias necesidades (Heumann en Cairns y Birchall, 2013).

Sin embargo, la narrativa del museo sigue siendo recelosa. La nueva museología permite la incorporación de modelos consultivos y la participación de la comunidad en exhibiciones y en procesos de interpretación educativa. Pero estas colaboraciones usualmente son temporales, no suelen ser guardadas en pos de una preservación a largo plazo, ni entran en los sistemas de documentación de los museos (Srinivasan et al. 2009, p. 265). Además, el museo suele extraer el mayor beneficio del valor adquirido por la participación comunitaria. El museo sigue privilegiando la voz experta y parece no poder evadir su responsabilidad formal. Su narración se basa en contenidos históricos verificables y en un discernimiento justificado sobre la pertinencia de lo que se guarda. Por eso, para que los sistemas de cocuraduría con comunidades se puedan integrar a la narrativa histórica del museo, se hace necesario un acompañamiento especializado y cercano que refuerce el valor histórico-social de los procesos. Pero no únicamente eso, idealmente el museo tendría que compartir ciertos aspectos del manejo y los beneficios de los saberes generados con la comunidad.

Las micro políticas del museo tienen la posibilidad de transformar las relaciones con lo público y el lugar de enunciación de las narrativas oficiales. Muestra de esto son proyectos como el del Museo *Te Papa Tongarewa* de Nueva Zelanda que cede espacios para la coadministración con las comunidades Maori y Pakeha, invitando a un director de cada comunidad. El museo brinda espacios, asesoría museográfica y curatorial para que estas comunidades cuenten su propia historia (Message, 2006, p. 167-182). Así mismo, el proyecto de digitalización del Centro Cultural y Museo Nacional *Vanuatu*, además de una colección digital para exhibición pública, plantea una plataforma relacional para la comunidad con una serie de herramientas de búsqueda para mejorar su comunicación y mapear su memoria, respetando sus creencias, restricciones y taboos (Geismar, 2011, p. 142).

Aquí los museos usan su legitimidad social y su posibilidad transformadora para convertirse en espacios de experimentación con lo público, que pueden ser transmitidas a otros sectores. Pero esto requiere que el museo esté dispuesto a ceder en la construcción de su narrativa y que esté capacitado para responder a la complejas preguntas de quién representa a la comunidad, qué voz se guarda, porqué y cómo.

Conclusiones

Hari (2): ¿Alguna vez pensabas en mí?

Kris Kelvin: Sí, pero no siempre. Sólo cuando me sentía triste.

Solaris (1972)

Podemos pensar al museo más allá de su función como medio de almacenamiento y comunicación, al tener una interacción presencial con sus públicos y la posibilidad de transformación social a través de imaginarios socialmente contruidos. La incorporación de nuevas tecnologías puede potenciar la creación colectiva de sentidos y expandir los límites del museo. Sin embargo, el museo enfrenta varios retos en lo virtual, como buscar nuevos modelos de gestión y propiedad intelectual que no se basen solamente en exclusividad y escasez. También requiere ampliar el rol de sus

especialistas para crear nuevos mecanismos de acompañamiento a procesos de investigación y generación de saberes con comunidades, que brinden sistemas de acceso consensuados, sin restringir totalmente la circulación de los contenidos y saberes recopilados.

La narrativa oficial de la memoria es constantemente disputada, no solo por el museo, sino por la producción artística y de entretenimiento, por los nuevos discursos políticos, por las nuevas aproximaciones críticas de la academia y por la producción de contenidos que transitan en la web, entre otros. Nuestra historia no es un texto lineal, estable y consensuado, se parece más a una narrativa hipertextual, de múltiples capas, fluida, recontextualizable y hasta personalizable, con los riesgos que esto implica. En la memoria digital se conjugan las lógicas de la tradición escrita y oral, por la fijeza de la primera y la maleabilidad y adaptabilidad de la segunda. Recordamos cuando necesitamos recordar, cuando la melancolía y los afectos del presente nos obligan; recordamos para enfrentarnos con nuestro aquí y ahora, en lo personal y en lo colectivo.

El museo enfrenta el reto de mediar todas estas aproximaciones y narrativas que componen una memoria digital plural y viva. Enfrenta también el desafío de proteger los acontecimientos de revisionismos políticamente guiados, o de interpretaciones que busquen apropiarse de símbolos y objetos desvirtuando los hechos. Pero, entendiendo que toda narrativa tiene una dimensión política, debe decidir en torno a qué causas situarse. El museo tiene la posibilidad de negociar entre distintos sentidos e interpretaciones sobre un mismo objeto o acontecimiento, entendiendo que pueden adquirir nuevos significantes a través de voces no especializadas pero representativas. Esto requiere de versatilidad en la adaptación de sus especialidades para dotar de sentido, autenticidad, legitimidad y valor a las narrativas generadas colectivamente, enfocándose tanto en las necesidades de las comunidades participantes, como en los procesos de cohesión social entre varios sectores. Pensando en una construcción colectiva de la memoria del presente para uso futuro, el museo necesita más herramientas y

facilidades para acercarse y negociar con las comunidades.

Tanto el museo como Internet son medios multimediales y polisémicos a través de los cuales se disputa la esfera pública. El museo tiene la ventaja del balance analítico y el diálogo presencial frente a la ensordecedora conversación de todos en la web. En la era de la reproducción digital, el museo parece estar pasando de enunciador a mediador de la historia; a ser un árbitro de narrativas.

Bibliografía

- Anderson, B. (2006). *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*. New York: Verso.
- Bassett, C. (2008). Narrative machines. En *The Arc and the Machine: Narrative and New Media* (pp. 5-42). Manchester ; New York : New York: Manchester University Press.
- Blanchette, J. F. (2011). The noise in the archive: oblivion in the age of total recall. En *Computers, Privacy and Data Protection: an Element of Choice* (pp. 25-38). Springer Netherlands.
- BME. (2014). Smartickets. Recuperado 19 de abril de 2014, a partir de <http://www.britishmusicexperience.com/smartickets>
- Brea, J. L. (2007). *Cultura RAM, mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica*. Barcelona: Editorial GEDISA.
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (2000), *Remediation: Understanding New Media*. New York: The MIT Press.
- Cairns, S., & Birchall, D. (2013). Curating the digital world: past preconceptions, present problems, possible futures. Presentado en The annual conference of museums and the web, Portland, USA: Archives and Museum Informatics.
- Cameron, F. (2006). Digital Futures I: museum collections, digital technologies, and the cultural construction of knowledge. *School of Philosophical and Historical Inquiry, University of Sydney*, 325-340.
- Castells, M. (2010). Museum in the information era: cultural connector of time and space. *ICOM*, 227-436.
- Charitonos, K., Blake, C., Scanlon, E., & Jones, A. (2012). Museums learning via social and mobile technologies: (how) can online interactions enhance the visitor experience? *British Journal of Educational Technology*, 43(5), 802-819.
- Deuze, M. (2003). The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New Media and Society*, 5(2), 203-230.
- dos Santos, P. (2010). To understand new museology in the 21st century. *Sociomuseology*, 3(45), 5-13.
- Eschenfelder, K. R., & Caswell, M. (2010). Digital cultural collection in an age of reuse and remixes. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology* 47(1).
- Frost, O. C. (2010). When the object is digital: properties of digital surrogate objects and implications for learning. En *Museums in a Digital Age*, ed. Ross Parry. London ; New York: Routledge.
- Geismar, H. (2011). Social relationships and digital relationships: rethinking the database at the Vanuatu Cultural Center. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 133-155.
- Heath, C., & Van Lehn, D. (2010). Interactivity and collaboration: new forms of participation in museums, galleries and science centers. En *Museums in a Digital*

- Age, ed. Ross Parry. London ; New York: Routledge.
- Hein, H. S. (2000). *The Museum in Transition: A Philosophical Perspective*. Washington: Smithsonian Books.
- Macek, J. (2013). More than a desire for text: online participation and the social curation of content. *Convergence*, 19, 295-302.
- Marty, P. F. (1999). Museum informatics and collaborative technologies: the emerging socio-technological dimension of information science in museum environment. *Journal of the American Society for Information Science*, 50(12), 1083-1091.
- Message, K. (2006). *New Museums and the Making of Culture*. Oxford, UK ; N.Y., NY: Bloomsbury Academic.
- Müller, K. (2002). Museums and virtuality. *Curator*, 45(1), 22-33.
- Parry, R. (2007). *Recoding the museum: digital heritage and the technologies of change*. London; New York: Routledge.
- Postigo, H. (2012). Cultural Production and the Digital Rights Movement. *Information, Communication and Society*, 15(8), 1165-1185.
- QRator Project. (2011). QRator Project. Recuperado el 4 de enero de 2017, a partir de <http://www.qrator.org/about-the-project/what-is-qrator/>
- Ross, M. (2004). Interpreting the new museology. *Museums and Society*, 2(2), 84-103.
- Sabharwal, A. (2012). Networked co-curation in virtual museums: digital humanities, history, and social media in the Toledo's Attic Project. *International Journal of Heritage in the Digital Era*, 1(4), 588-608.
- Schwartz, J. M., & Cook, T. (2002). Archives, records, and power: the making of modern memory. *Archival Science*, 2, 1-19.
- Somerville, M. M., & EchoHawk, D. (2011). Knowledge with community significance. *Library Trends*, 59(4), 650-662.
- Srinivasan, R., Boast, R., Furner, J., & Becvar, K. M. (2009). Digital museums and diverse cultural knowledges: moving past the traditional catalog. *The Information Society*, 25, 265-278.
- Sturken, M. (2008). Memory, consumerism and media: reflections on the emergence of the field. *Memory Studies*, 1(1), 73-78.
- TAP. (2014). Toledo's Attic Project. Recuperado 4 de enero de 2017, a partir de <http://www.toledosattic.org/>
- Tarkovsky, A. (1972). *Solaris*.
- Trant, J. (2010). When all you got is «the real thing»: museums and authenticity in the network world. En *Museums in a Digital Age*, ed. Ross Parry. London ; New York: Routledge.
- Van House, N., & Churchill, E. F. (2008). Technologies of memory: key issues and critical perspectives. *Memory Studies*, 1, 295-308.
- Villi, M., Moisander, J., & Joy, A. (2012). Social curation in consumer communities: consumers as curators of online media content. *Advances in Consumer Research*, 40, 490.
- Wolff, A., & Mulholland, P. (2013). Curation, curation, curation. *Knowledge Media Institute - The Open University*, 1-9.