



Junta de Andalucía
Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico
INSTITUTO ANDALUZ DEL PATRIMONIO HISTÓRICO



REVISTA **PH**
ISSN 2340-7565

Sección Debate (*revista PH 101, octubre 2020*)

Debate 17: Hacia una nueva institucionalidad cultural. Modelos emergentes de gestión de museos e instituciones desde el diálogo con otros agentes culturales

Textos provisionales [pre-prints]

Game over. A la forma de entender lo museal

Gerardo Jesús García Olivares | gestor cultural

En el film de Quentin Tarantino *Pulp Fiction* los personajes de Mia Wallace y Vincent Vega, interpretados por Uma Thurman y John Travolta respectivamente, van al restaurante temático Jack Rabbit Slim's: una experiencia de inmersión total en la década de los 50 del siglo XX. En el restaurante, figuras icónicas de esa época sirven las mesas y se diseña un universo de objetos fetiche, carteles de películas y formas de presentación de la comida, al servicio de sentir la vivencia de estar en esa década. "Esto es como un museo de cera viviente", le dice el personaje de Travolta al de Uma Thurman.

Creo que esta escena expresa de manera significativa algunas de las experiencias museográficas actuales que, buscando la interactividad, la inmersión sensorial y la innovación museográfica, fracasan estrepitosamente, frustrando las expectativas de la persona visitante porque la interactividad, la mayoría de las veces, no alcanza ni de lejos las prestaciones ya habituales de dispositivos tecnológicos como smartphones, tablets y ordenadores de uso cotidiano. Frecuentemente los montajes están estropeados o son simplistas: un botón que acciona una bombilla, proyecciones de gran formato o humo aromatizado, configuran un tipo de inmersión rudimentaria que termina transformándose en un estorbo para el visitante, y en la que la innovación es más un reclamo publicitario que una innovación verdadera.

Y es que los museos deben ser una experiencia sinestésica para poder competir en una sociedad marcada por la *hiperculturalidad*, según propone Byung-Chul Han, en la que el proceso de globalización acelerado a través de las nuevas tecnologías elimina la distancia en el espacio cultural. La cercanía surgida en este proceso crea un cúmulo, un caudal, de prácticas culturales y formas de expresión. El proceso de globalización tiene un efecto acumulativo y genera densidad. Los contenidos culturales heterogéneos se amontonan unos con otros. Los espacios culturales se superponen y se atraviesan. La pérdida de los límites también rige el tiempo.

El museo como sumo espacio cultural no escapa de esta cuestión, surgiendo nuevas realidades museales fuera de toda regla, de todo establishment cultural, poco ambiciosas, museografías mínimas acordes con los nuevos tiempos, y que pueden trastocar los conceptos acordados sobre la forma de entender lo que es un museo, llevándonos necesariamente a la reflexión.

Como puerta de entrada a esta reflexión, expondré a continuación una experiencia que ejemplifica a la perfección este fenómeno. Se trata de un espacio museográfico que, sin pretender ser ambicioso ni en el proyecto ni en la instalación, ni en la inversión requerida para su puesta en marcha, constituye toda una innovación expositiva, una experiencia inmersiva avanzada y una auténtica innovación de gestión museal. En la localidad alicantina de Ibi, que cuenta con una larga tradición en la fabricación de juguetes, y en la que ya existe un museo dedicado a la experiencia en dicho sector, ha surgido el Museo del Videojuego Arcade Vintage.

En él, cientos de piezas de un gran valor simbólico, llegadas desde colecciones particulares, algunas compradas y otras cedidas, con paneles explicativos que incluyen información detallada sobre la evolución histórica y tecnológica del fenómeno, cartelas perfectamente descriptivas, una sala de restauración, un recorrido que acaba en la tienda de detalles donde se puede comprar todo tipo de merchandising, y una imagen corporativa potente que lo invade todo, hasta la señalética del baño, no dejan lugar a dudas sobre que nos encontramos en un museo. Y efectivamente, lo es; pero no es un museo corriente. La exposición instalada brinda una experiencia totalmente interactiva, que hace que al final del recorrido el visitante exprese claramente que el tiempo se le ha pasado volando y ha quedado con ganas de repetir, lo que se refleja en un aumento de las reservas previas, ya que la demanda es tan alta que cuesta conseguir entradas. ¿Cuántos gestores de espacios museográficos hemos deseado esto?

Y debemos necesariamente preguntarnos qué es lo que está representado en este museo: ¿una tecnología específica dedicada al ocio, una forma de jugar, una serie de artefactos representativos de una época no muy lejana en el tiempo



Junta de Andalucía

Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico

INSTITUTO ANDALUZ DEL PATRIMONIO HISTÓRICO



REVISTA
PH
ISSN 2340-7565

pero que ya tienen valor objetual, una forma de sociabilidad, una forma de jugar, o el juego como algo inmaterial que necesita del jugador-visitante para cobrar vida?. Un juego de bolos en una vitrina de un museo etnográfico perfectamente identificado no juega por sí solo. Igual pasa con las máquinas pinballs, arcades, consolas, pero en este caso cuando el visitante se acerca a una máquina con la que puede jugar de manera ilimitada, ya que está incluido en el precio de la entrada, se produce la magia y en ese instante el objeto transmuta y pasa a ser secundario, y el juego surge como objeto inmaterial musealizado, en el que el jugador no es una estatua de cera viviente, como propone Tarantino, sino la esencia misma del museo y lo que da sentido a lo expuesto.

El Museo Arcade Vintage representa una nueva forma de entender y hacer cultura y por supuesto de gestionar museos. Surge de una asociación de aficionados al videojuego que construyeron la colección y se auto organizaron en pos de construir un espacio en donde mostrar la forma de ser y de vivir el jugar en los 80'. El museo está siendo un éxito. Abriendo solo los sábados y con reserva previa, y en ocasiones entre semana para colegios, han alcanzado la cifra de más de 15.000 visitantes en 9 meses, prácticamente sin promoción. El espacio cedido por el ayuntamiento es autogestionado por la asociación, y ofrece todo los servicios de un gran museo, como visitas guiadas, concursos para el desarrollo de nuevos talentos, restauración de piezas, conferencias y charlas.

Este museo dice *game over* a la forma común de entender lo museal, obligándonos a reflexionar sobre ello. Es una forma heterodoxa de hacer un museo, no por ello menos riguroso, exhaustivo y ambicioso en cuanto a conseguir la mejor calidad para los visitantes, prescindiendo del aura sagrada del espacio museístico. Y como dice Byung-Chul Han, la eliminación del aura de lo que entendemos como museo no deber ser entendida como una carencia de profundidad o una banalización del concepto, sino como una aspiración humana de apropiarse las cosas a través de una eliminación de la distancia. Y este museo, desde su lugar propio, lo consigue respondiendo afirmativamente a la pregunta: ¿Qué pueden aprender las instituciones culturales al interactuar con otros agentes culturales y con proyectos liderados por colectivos sociales? ¿Y en sentido inverso?

BIBLIOGRAFÍA

- CHOAY, F. (2019) *L'allégorie du patrimoine*. París: Le Seuil, 2019
- HAN, B. C. (2018) *Hiperculturalidad*. Barcelona: Herder Editorial, 2018
- SZKUDLAREK, B.; ROMANI, L.; CAPRAR, D. V.; OSLAND, J. S. (ed.) (2020) *The SAGE Handbook of Contemporary Cross-Cultural Management*. Londres: SAGE Publications Limited, 2020
- VON OSWALD, M.; TINIUS, J. (2020) *Across Anthropology: Troubling Colonial Legacies, Museums, and the Curatorial*. Leuven: Leuven University Press, 2020