Google Art Project: La construcción de la mirada omnisciente

POR **RAQUEL HERRERA FERRER**

Se compara el proyecto de navegación museística *Google Art Project* con representaciones fotográficas y cinematográficas precedentes. Así se define un modelo de representación que aproxima la mirada del espectador a la omnisciencia mediante la máquina

El ojo que todo lo ve. O casi. A finales de enero de 2011, y en colaboración con 17 museos de primer nivel mundial, la empresa Google presentó su proyecto *Google Art Project* (GAP), que tras teclear la URL homónima en cualquier ordenador permite recorrer las principales salas de esos museos y acercarse a sus obras maestras hasta extremos que superan la visión humana corriente.

La navegación puede iniciarse o bien a través de las obras (*View Artwork*) o bien a través de los museos y ambas opciones pueden intercambiarse en cualquier momento. Al hacer clic en cada obra se puede pasear por la sala que la alberga, saltar alegremente a otra sala, a otros pisos e incluso salir fuera, porque se basa en la tecnología *Street View*, que hasta entonces se había empleado para retratar las calles de las principales ciudades del mundo.

Existen diversos elementos innovadores en este enfoque. El más llamativo para el aficionado al arte, el estudiante o para cualquier otro curioso que se tope con el proyecto navegando por Internet es el nivel de detalle con el que se puede observar cada obra. Cuando el visitante se acerca a un cuadro (o escultura), puede escudriñarlo mediante un potente zum que le permite ver las grietas de los rostros o los detalles en segundo plano y desplazar en todo momento el centro de la imagen. Estableciendo una breve comparativa, GAP excede las expectativas de ampliación fotográfica que filmes como *Blow up*, de Michelangelo Antonioni (1966), o *Blade Runner,* de Ridley Scott (1982), se han encargado de cultivar.

Fundación Telefónica
Telefónica

Ampliación y divulgación

En *Blow up*, un fotógrafo promiscuo y displicente del *swinging London* sale a dar una vuelta en busca de inspiración y acaba fotografiando a una pareja de enamorados en el parque. Cuando lo ve, la mujer corre a su encuentro y le exige que le entregue el carrete, pero el fotógrafo se niega. Una vez en su estudio, revela las fotos y se percata de que lo que parecía una mancha en una esquina es en realidad un muerto, presumiblemente asesinado por la pareja mencionada. Pero mientras el fotógrafo va a avisar a un amigo, la mujer le sustrae todas las copias y negativos. Tan solo queda una foto que se ha deslizado entre los electrodomésticos, un borrón en blanco y negro que impide determinar lo que la imagen revela y que da por concluida toda forma de evidencia, registro y representación del crimen.

En *Blade Runner*, un policía del año 2019 debe eliminar a los 'replicantes', robots de apariencia humana que, tras escapar de una colonia extraterrestre donde servían de esclavos, han vuelto a la Tierra en busca de respuestas sobre su fecha de caducidad. Rastreando una habitación de hotel, el policía encuentra una fotografía que le llama la atención y la introduce en un sofisticado aparato que combina televisión, ampliadora e impresora a todo color para comprobar su corazonada: lo que en principio no parecían más que manchas son en realidad escamas de piel de serpiente artificial, que una de las 'replicantes' lleva en un espectáculo de cabaré.

El policía localiza a esta 'replicante' y le da caza en una secuencia ralentizada, donde el cuerpo de la mujer yace como el maniquí de un escaparate, pese a que todos sus esfuerzos por sobrevivir no pueden considerarse sino humanos. Puede que la avanzada tecnología (ficticia) de la película revele 'algo' sobre la fisiología de la serpiente artificial (y, por extensión, sobre la de cualquier otra criatura sintética, como pueden ser los propios 'replicantes'), pero ese mismo escrutinio no revela 'nada' sobre la naturaleza compleja de los robots protagonistas.

En este sentido, estos dos filmes no solamente investigan mediante la ampliación de imágenes, sino que además establecen 'ampliaciones narrativas', al abrir paréntesis en el género predominante en cada uno de ellos: *Blow up* parece un documental costumbrista sobre los usos y abusos de los jóvenes modernos en el Londres de 1960, hasta que una imagen inesperada plantea un dilema moral narrado a ritmo policíaco; *Blade Runner* moderniza la estructura clásica del cine negro mediante un enfoque futurista que revela la tensión entre el poder de las miradas de las máquinas y las limitaciones de comprensión de lo que constituye humano.

Ambas películas confluyen en un tipo de investigación policial que se ha popularizado en las series televisivas de investigación forense, donde el escenario del crimen no se rastrea solamente in situ, sino también mediante el análisis exhaustivo de imágenes. Ante la ausencia de crimen, los espacios de GAP se liberan de connotaciones siniestras y reemplazan la mirada del investigador por la de un espectador *voyeur* más que tolerado. Ante la ausencia de crimen, la navegación invita a la gula visual, a la mirada que parece conocer por mera acumulación de imágenes.

La percepción de las obras parece sugerir intelección inmediata, pese a que la única evidencia

Fundación Telefónica
Telefónica

de lo que supone aplicar *Google Street View* para navegar museos es la de su propio exhibicionismo virtuoso. La omnipotencia de Google en la mediación entre contenidos físicos y digitales es lo que canaliza la supuesta omnisciencia de la mirada del usuario. La hegemonía comercial de la empresa estadounidense se reitera en forma de seductor susurro visual: «Mira lo que Google vuelve a ofrecerte»…

Institucionalización y democratización

Estimulante resulta también en GAP la posibilidad de crear una colección propia de obras a partir de la navegación realizada (*Create an Artwork Collection*). Las obras favoritas pueden seleccionarse y guardarse para próximas consultas, de modo que un nuevo canon personal se suma a los ya elaborados por historiadores, comisarios e instituciones museísticas. Esta nueva oportunidad de clasificación trasciende los planteamientos del 'museo imaginario' propuesto por el escritor André Malraux (2010, original de 1947).

En su artículo sobre GAP, el investigador y comisario Pau Waelder (2011) menciona a Malraux respecto a la metamorfosis que ejerce el museo sobre las obras de arte al despojarlas de su contexto y sentido original. Waelder opina que GAP ofrece una doble descontextualización en la misma línea, pues tanto las salas como las obras que las ocupan se distancian del mundo físico y ofrecen un grado de detalle superior al de la percepción común.

Pero lo que Waelder valora negativamente («Esta es, en definitiva, la clave del acercamiento de Google a la experiencia del visitante del museo, el de una simple cartografía que se aplica por medio de unas herramientas creadas para otros fines»), parece positivo a ojos de Malraux, que ya en los propios museos detecta un 'estilo', una capacidad de aglutinar y sobre todo relacionar obras que les permite dialogar de maneras insospechadas, por lo que cabría preguntarse si acaso GAP, con sus opciones diversas de navegación, incluida la de crear una colección propia, no es capaz de generar ese mismo tipo de 'estilo'.

En términos de crítica institucional del arte, el estilo tiende a considerarse como una imposición hegemónica por parte del museo respecto a lo que se exhibe y valida como arte. Pero ¿no habrá llegado un punto en que esa hegemonía puede imponerse también desde cualquier usuario anónimo, en que la dinámica del museo se ha integrado en la vida cotidiana? De hecho, Malraux comenta que los libros de fotografías que constituyen el 'museo sin paredes' no sirven para añadir un estilo exclusivo, sino múltiples: «La fotografía, que al principio constituía un modo modesto de dar a conocer las obras maestras indiscutibles a los que no podían comprar los grabados, parecía que debía limitarse a confirmar los valores asumidos. Pero hoy en día se reproducen cada vez más obras y en mucho mayor número, de tal manera que los sistemas de reproducción afectan a la selección de obras reproducidas. La difusión de estas obras se ve alimentada por una comercialización cada vez más sutil y extendida, que a menudo sustituye la obra maestra consolidada por aquella que resulta significativa y otorga el placer de conocer en vez de limitarse al de admirar. Antes se hacían grabados de Miguel Ángel, pero ahora se fotografía a los pequeños maestros, la pintura naíf y las artes desconocidas. Se fotografía todo aquello que pueda ordenarse siguiendo un estilo» (Malraux, 2010, p. 88).

El autor francés parece haber prefigurado la propuesta de GAP, pese a que según Pau

Fundación Telefónica
Telefónica

Waelder el enfoque corporativo de Google y los museos que han firmado el acuerdo con él restringe cualquier tipo de intervención de otra clase, incluida la apropiación artística. De nuevo en términos de crítica institucional, las reservas respecto a que una empresa multinacional como Google imponga en colaboración con los museos 'guardianes' del canon artístico occidental su hegemonía resulta comprensible, pese a que hay que reconocer que tal imposición antecede tanto a la empresa informática como a los museos: pensando por ejemplo en la concepción tradicional de los libros de arte, no ha habido mucho lugar para distribuir todas aquellas ideas que no estuviera validadas por determinadas editoriales mediante determinados discursos. El análisis del mundo del arte, aunque sea de un producto como *Google Art Project*, no puede realizarse como si fuera exógeno a las instituciones que en gran medida lo configuran.

Malraux habla en calidad de teórico experto que parece sentirse cómodo en el ámbito tanto de los museos como de la edición vinculada a la fotografía y las artes plásticas. Pero pese a las limitaciones técnicas e ideológicas del ámbito museístico en general y de GAP en particular, aún es posible, como comenta Waelder, que otros teóricos o artistas más resistentes a la institucionalización y la intervención empresarial hallen modos de apropiarse del proyecto artístico de Google para realizar lecturas críticas de la página. Es más, hay que insistir en que otro de los elementos más estimulantes de GAP es que apela al que se interesa por el arte en calidad de aficionado.

La proliferación de redes 2.0 para manipular e intercambiar contenidos también permite divulgar opiniones e imágenes sobre los museos. Por una parte, se corre el riesgo de que cada persona acabe interiorizando el carácter institucional del museo en sus prácticas creativas, adaptándose a la personalización y segmentación del mercado que se le asigna; pero también puede considerarse que los programas de edición y distribución actuales presentan infinitas posibilidades de remezcla que escapan a las formas de lectura dominante y fomentan precisamente esa actitud de 'museo extendido en la vida cotidiana' que tanto maravilló a Malraux.

Realización y personalización

Existen en GAP otros elementos destacables que pueden rastrearse históricamente. De manera específica, se han remozado dos conceptos que vienen aparejados desde mediados de la década de 1990: la representación tridimensional del espacio a modo de visita virtual y la adopción del punto de vista en primera persona del espectador que recorre ese espacio. En ambos sentidos, hay que recuperar la novedad que supuso la invención de *Quick Time Virtual Reality* (QTVR) por parte de la empresa Apple en 1994, un formato de archivo para visualizar imágenes panorámicas en que el espectador adoptaba el punto de vista de la cámara.

Aunque QTVR sigue existiendo, la democratización de las tecnologías de visualización panorámica y la preeminencia de proyectos realizados con cámaras de alta definición como GAP han relegado el proyecto de Apple. El sistema fue utilizado por algunos museos a finales de 1990 y principios de la década pasada para satisfacer la demanda creciente de visitas virtuales en los denominados 'entornos inmersivos' (aquellos que rodean al espectador), en consonancia con la consideración de la realidad virtual como paradigma de representación

Fundación Telefónica
Telefónica

digital. No obstante, como ha ocurrido con otras tantas nociones y productos del entorno digital, la burbuja de la realidad virtual se desinfló pocos años después de inventos como QTVR[1].

En el caso de GAP, se observa un deseo distinto de penetrar en la realidad del museo y digitalizarlo, de etiquetar y clasificar las obras físicas en el ordenador para generar un puente entre el espectador y el museo. Pese a que la tecnología empleada por Google no difiere completamente de la que inventó Apple para QuickTime, este planteamiento sugiere que GAP se adscribe a un nuevo término en desarrollo: el de la realidad aumentada.

De acuerdo con esta segunda perspectiva de la realidad, el mundo físico y el virtual se superponen e interconectan cada vez más, pero no se difuminan. En cambio, la premisa de la realidad virtual, que alimentaron tanto los desarrolladores tecnológicos como las ideas de simulación y simulacro de Jean Baudrillard, la necesidad de un *Manifiesto ciborg* redactado por Donna Haraway y filmes de herencia 'ciberpunk', como *Días extraños* (1995, Kathryn Bigelow) y *Matrix* (1999-2003, Andy y Lana Wachowski), planteaba que se acabaría produciendo alguna forma de fusión entre el mundo físico y los entornos digitales. Aunque GAP permite hacer cosas que no se pueden hacer sin emplear la tecnología, como ver detalles microscópicos de un cuadro o bajar a la recepción del museo a simple golpe de ratón, el tipo de abstracción que sugiere la realidad aumentada retiene la función deíctica: 'Esta es una grieta del cuadro, esta es la recepción del museo', etc.

En GAP, la realidad física y la virtual se interpelan como en los títulos de crédito de la serie de televisión *The Borgias* (Showtime, 2011, dirigida por el cineasta Neil Jordan). Los autores de los créditos de esta serie no han optado por las formas infográficas convencionales, que consistirían o bien en mostrar pinturas de los Borgia con sobreimpresión de los nombres de actores y equipo de producción o bien en mostrar imágenes de los actores, extraídas o no de los propios episodios de la serie. Estos créditos en cuestión presentan pinturas que se deshacen al derramarse lo que no se distingue si es tinta o sangre. Las pinturas dan paso a planos detalle de los personajes televisivos en acción e indican así las posibles discrepancias entre los personajes históricos, los que se retrataron en las pinturas de la época y los que se encarnan en la versión televisiva.

Asimismo, la adopción del punto de vista en primera persona que presentan tanto QTVR como GAP refleja continuidad en la manera de introducir al espectador en la navegación. Sin embargo, los precedentes audiovisuales no constituyen necesariamente antecedentes consolidados de este tipo de planificación.

En la enseñanza académica de la historia del cine se suele utilizar el film *La dama del lago* (1946, Robert Montgomery) para ejemplificar el punto de vista en primera persona. Pero esta innovación técnica en un medio acostumbrado a narrar en tercera persona no obtuvo la acogida deseada. Como comenta la crítica de *The New York Times* de la época: «Pese a convertir a la cámara en participante activo en vez de relator ajeno, el señor Montgomery no ha logrado explotar al máximo las posibilidades que sugiere esta técnica inusual. Ya que tras pasar unos minutos mirando cómo una mano alcanza un pomo, o se enciende un cigarro o levanta un vaso, o viendo cómo una persona se desplaza hacia ti como si viniera directamente de fuera de la pantalla, la novedad empieza a agotarse».

Fundación Telefónica
Telefónica

En el cine comercial estadounidense, la primera persona se reservó para trabajar la ausencia del protagonista como inquietud, perturbación o amenaza, para la representación del asesino como el portador del casco en *Días extraños* o de la *madre* de Norman cuando apuñala al policía y cae escaleras abajo en *Psicosis* (1960, Alfred Hitchcock).

No obstante, la tendencia a emplear la primera persona se ha recuperado en el campo de los videojuegos. Seguramente porque los primeros que la utilizaron, los juegos de disparo en primera persona (*first person shooters*), apenas tenían trama y no necesitaban de la presencia de actores para conectar con el público. La proliferación de juegos de este tipo ha fomentado que se use la misma perspectiva para juegos que no tienen por qué implicar disparos, así como en creaciones de arte digital de inspiración detectivesca, donde el objetivo no pasa necesariamente por perseguir y disparar a los criminales, sino por explorar entornos.

GAP asume la trasposición de la tercera a la primera persona y de la investigación policíaca a la curiosidad entrometida: el punto de vista deja de asociarse al género cinematográfico que lo vio nacer. Pero en parte GAP sí recoge el espíritu de los juegos de disparo, como resume la aseveración de Alex Galloway (2007) respecto a la intersección entre videojuegos y geopolítica: «La selección [del objetivo] no importa nada, lo que importa es la ejecución, [por lo que este tipo de juego resulta una] metáfora del modelo neoliberal».

Legislación y limitación

Y por último, pero no menos importante, pese a su sofisticación técnica, GAP presenta algunas restricciones para acceder a las obras que conviene tener en cuenta: ni todas las salas de los museos participantes se pueden visitar, ni todas las obras pueden verse. Más allá de las obras en proceso de restauración y las salas en reformas, la prensa se ha hecho eco de que algunas no son accesibles por limitaciones relativas a los derechos de reproducción.

Por tanto, se puede considerar que las limitaciones a este proyecto no son tanto de acceso económico como legal. No es necesario viajar al museo para ver las obras. No solo porque existen libros con fotografías accesibles en escuelas, universidades y bibliotecas públicas, sino también porque un *software* como el de GAP permite navegar las salas mediante una conexión de Banda Ancha. Ahora bien, la brecha digital consolida que aquellos que acceden a la Banda Ancha sean los mismos que lograron alfabetizarse en primer lugar. Y siguiendo también el modelo de desarrollo industrial occidental, los límites continúan siendo corporativos: no solo de las compañías de seguros y coleccionistas privados que poseen y por tanto recortan el acceso visual a las obras, sino también de los bancos de imágenes y otros recursos privados de conocimiento que restringen el acceso universal.

Cuando André Malraux escribió *Le musée imaginaire* consiguió los derechos de reproducción de imágenes de cuadros y esculturas. Entonces la distribución se limitaba a los libros especializados y las fotos se captaban en blanco y negro, de un modo preciso pero no del todo realista dada la ausencia de color. En el momento en que se presenta *Google Art Project*, basta con hacer clic en el apartado Google Images de Google para acceder a diversas versiones de las mismas fotos que difundió Malraux, a todo color y en distintos tamaños, dentro y fuera del sistema legal de reproducción de imágenes. Asimismo, *Wikipedia* ofrece el banco de recursos

Fundación Telefónica
Telefónica

Wikimedia, que difunde gratuitamente imágenes de dominio público, lo que permite divulgarlas sin límites y, para el caso que nos ocupa, sin borrones.

Sin embargo, en la época actual también resulta fácil que protección y restricción se confundan. Las quejas respecto a que se vean los rostros de los ciudadanos en imágenes captadas con *Google Street View* aluden al derecho a la intimidad y a la propia imagen. Los borrones de la misma tecnología aplicada a GAP pueden provocar que el usuario español establezca una correlación con esos mismos derechos porque la legislación de su país vincula la explotación de la obra con el derecho (inalienable) de autor. Pero en el marco legislativo del *copyright* que aúna los museos exhibidores de obras, su explotación (no necesariamente a manos de los artistas ni de sus herederos, sino de corporaciones, bancos u otras entidades capitalistas) y la empresa estadounidense que es Google, lo que está en juego son una suerte de derechos patrimoniales que remiten a los beneficios empresariales y no al respeto a la identidad de las personas o de las obras.

Google Art Project bascula, pues, entre la novedad que supone la aplicación minuciosa de un callejero a los interiores de museos internacionales y la creación de una colección propia por parte del usuario, siguiendo en cierta medida el ideal democratizador comentado por André Malraux en *Le musée imaginaire*. Al mismo tiempo, reelabora cuestiones formales, como la representación tridimensional y en primera persona, que se libera de las connotaciones negativas de la narración de intriga y misterio para sugerir un modelo de realidad mixta, entre lo real y lo virtual, pero también a caballo entre la proliferación de imágenes de *El Aleph digital* que es Internet y su legislación, que sigue siendo eminentemente restrictiva y capitalista.

Bibliografía

Antonioni. M (1966). *Blow up: deseo de una mañana de verano* [ed. En DVD, 2004]. Madrid: Turner Entertainment.

El País (11 de abril de 2011). Crecen los problemas de *Street View* en Europa. *Ciberpaís* [en línea]. Disponible en: *http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/Crecen/problemas/Street/View/Europa/elpeputec/20110411elpeputec_1/Tes* [Consulta: 2011, 20 de abril].

Galloway, A. R. (2007). Acción del juego, cuatro momentos. *Artnodes* [en línea], No. 7. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Disponible en: *http://artnodes.uoc.edu/ojs/index.php/artnodes/article/view/765* [Consulta: 2011, 20 de abril].

Google. *Google Art Project* [en línea]. Disponible en: *http://www.googleartproject.com* [Consulta: 2011, 20 de abril].

Ludovico, A. (2010). Archivos distribuidos, contenido del pasado, contenido para el futuro. *Artnodes* [en línea], No. 10. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Disponible en: *http://artnodes.uoc.edu/ojs/index.php/artnodes/article/view/n10-ludovico* [Consulta: 2011, 20 de abril].

Malraux, A. (2010). *Le Musée Imaginaire*. París: Gallimard Folio Essais (Ed. original de 1947,

Fundación Telefónica
Telefónica

revisada en 1965).

Proctor, N. (2011). The Google Art Project: a new generation of museums on the web [en línea]. Disponible en: *http://www.curatorjournal.org/archives/489* [Consulta: 2011, 20 de abril].

Scott. R. (1982). *Blade Runner.* Madrid: Warner Home Video (Ed. en DVD de 2006).

Schonfeld, E. (2009). Augumented Reality VS Virtual Reality: Which One Is More Real? [en línea]. Disponible en: http://techcrunch.com/2010/01/06/augmented-reality-vs-virtual-reality/ [Consulta: 2011, 20 de abril].

Waelder, P. (2011). Google Art Project, en el museo imaginario [en línea]. Disponible en: *http://laboralcentrodearte.uoc.edu/google-art-project-en-el-museo-imaginario/* [Consulta: 2011, 20 de abril].

Williams, T (2011). The glory is in the detail of the Google Art Project [en línea]. Disponible en: *http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2011/feb/04/google-art-project-museum-visits* [Consulta: 2011, 20 de abril].

Wikipedia. *Google Street View* [en línea]. Disponible en: *http://maps.google.com/intl/es/help/maps/streetview/* [Consulta: 2011, 20 de abril].

Wikipedia. *Quick Time Virtual Reality* [en línea]. Disponible en: *http://www.quicktimevirtualreality.com/* [Consulta: 2011, 20 de abril].

Youtube. *Let's Enhance* [en línea]. Disponible en: *http://www.youtube.com/watch?v=Vxq9yj2pVWk* [Consulta: 2011, 20 de abril].

Notas

1 La publicación especializada en tecnología *TechCrunch* ha utilizado las estadísticas de *Google Trends* para mostrar el auge del término 'realidad aumentada' en las búsquedas, al tiempo que disminuían las que se hacían en torno al término 'realidad virtual'. Las noticias sobre ambos conceptos parecen igualarse hasta el pico de crecimiento experimentado por el primero en 2009 (Schonfeld, 2009).

Fundación Telefónica
Telefónica