

29/06/2009

Artium 2.0

Artium 2.0

El espacio en Youtube.

Hace ya tiempo que es imposible entender el mundo de la comunicación sin hablar a renglón seguido de Internet y de palabras, conceptos y nombres que se han convertido en vocabulario habitual y no sólo para los más jóvenes. Las nuevas tecnologías han cambiado muchas cosas o, cuando menos, han servido para tener una nueva dimensión en cuanto al acceso a la información y su rapidez, con todo lo bueno pero también lo problemático que ello conlleva. La cultura no es ajena. Todo lo contrario. Desde los primeros pasos de producción de casi cualquier materia creativa hasta la meta de la difusión, el camino pasa por la misma senda. Lo que el escritor imagina con su procesador de textos hoy se puede leer en los primeros libros electrónicos. Qué decir de la música. O el cine, la fotografía, la videocreación... La lista es larga.

Además, estos cambios no parecen detenerse para tomar un respiro. La tecnología avanza a un ritmo insospechado y lo que hoy es nuevo, mañana está obsoleto o, cuando menos, requiere una actualización. Y no es un decir. Por eso es necesario estar al día y eso sucede en todos los campos de la actividad cultural.

Casar estas ideas con estructuras como museos o centros culturales, en los que el espacio físico y real es el punto fundamental, puede parecer un tanto extraño dando por hecho que todo el mundo tiene a estas alturas de la película tecnológica su portal convencional. Son, y en el País Vasco hay varios ejemplos, web más o menos trabajadas que más allá de dar algunos datos de ubicación, aspecto arquitectónico, agenda de actividades y un par de detalles suplementarios no suelen complicarse demasiado la vida.

Pero en esto, como en todo, cada vez hay más excepciones, aunque sin llegar a lo que están haciendo algunas instituciones culturales internacionales, con equipos de Internet con varias decenas de trabajadores. Sin llegar a tanto, Artium lleva años dando pasos en este sentido, además ampliando su influencia virtual a través de otras fórmulas y con varios planes en la cartera. El arte contemporáneo tiene una de sus casas importantes en la calle Francia, pero hoy las paredes se extienden más lejos.

Un claro ejemplo de ello son los próximos retos del museo, como la creación de una televisión on line que permita, por ejemplo, la difusión de sus casi

semanales conferencias; o el establecimiento de un sistema de RSS para poder mandar alarmas a los interesados con todas sus novedades; e incluso la difusión de los catálogos virtuales, un campo que está empezando a dar unos más que reseñables frutos; sin olvidar la posibilidad de comprar entradas o realizar determinados tipos de reservas de plazas sin necesidad de esta de forma física en el museo (algo también aplicable a la tienda del centro), aunque en esto ya se han dado algunos pasos en los conciertos de Art+Sound.

Sin embargo, para cumplir con estos retos es necesario entender lo que ya se ha hecho hasta el momento, partiendo de una idea básica: lo que desde hace unos cinco años se ha venido llamando las web 2.0. ¿Y qué es eso?, se preguntará más de uno todavía no muy familiarizado con estas cuestiones. Pues en realidad es bastante sencillo. Se denomina así a los sitios virtuales pertenecientes a una segunda generación basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis o las folcsonomías, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los internautas.

El portal institucional del museo ya incorpora varios de estos aspectos. Así por ejemplo cuenta con los catálogos on line de sus fondos artísticos y de biblioteca, una guía de recursos de arte contemporáneo, dosieres de artistas y una base de datos de creadores jóvenes locales.

Pero poco a poco también se están dando otros pasos. El primero fue saltar a Myspace, aunque esta idea se ha especializado en el espacio que tiene el ciclo Art+Sound. Además, se han creado lugares en plataformas como Youtube (con la posibilidad de hacer alguna que otra pequeña visita guiada a algunas exposiciones de la mano de sus propios autores o comisarios), Twitter, Facebook, WordPress (donde se ubica el blog de Artium), Delicious... Por no hablar de las informaciones que personas ajenas al museo cuelgan sobre él, como es el caso de artistas y conferenciantes.

La comunidad crece con el objetivo de superar las fronteras físicas del edificio de la calle Francia y con la filosofía de que la información sobre el centro puede y debe estar accesible en el mayor número posible de sitios, al tiempo que se facilita el contacto directo y el intercambio con los internautas, se conecten desde donde sea. De momento, además, aquellos que están al otro lado de la pantalla están respondiendo con interés a las diferentes propuestas.

Con el motor del departamento de Comunicación del centro, encabezado por Antón Bilbao, y del área de Biblioteca (con Elena Roseras al frente), todo el museo se ha ido acoplando a esta nueva forma de entender los procesos de trabajo. Artium ha querido romper las barreras de las diferentes áreas que componen su estructura para llevar a cabo una labor transversal donde cada uno de los integrantes sea agente activo, al tiempo que se va a poner en marcha dentro de nada una intranet que favorezca el día a día interno. Y es que el futuro no está por llegar. Es ya presente.