

poco hábito en el manejo de Internet en los quehaceres profesionales. Dicho de otro modo, en la dificultad de cambiar de un día a otro rutinas de trabajo muy arraigadas, a pesar de los potenciales beneficios que nuevas metodologías pudiesen aportar. Por el contrario, los gestores abonados a Musealia valoran altamente aquellos contenidos que pueden disfrutar de forma pasiva, es decir, que no requieren de su participación y que no obligan a cambiar su tradicional modo de trabajo. Destacan en valoración los contenidos teóricos preseleccionados, seguidos de los enlaces comentados. Otro punto exitoso ha sido la posibilidad de aprovechar publicitariamente el portal de acceso libre, ya que los museos asociados disponen de espacios promocionales preferentes que les permiten acceder a su público potencial a través de Musealia de una forma efectiva.

En el ámbito público se constata también la poca participación en las distintas formas de interactividad disponibles, hecho que contrasta con el incremento constante de usuarios y, elemento a destacar, el número de visitas por usuario. En la actualidad Musealia ofrece, aparte de su agenda y directorio originales, una sección de noticias del ámbito museístico, actualizada diariamente, que se ha convertido en la oferta más valorada por los usuarios des-

pués de la agenda de actividades. Como novedad más reciente, se ha lanzado la iniciativa de los "Amigos de Musealia" con la intención de fidelizar a sus usuarios mediante registro gratuito, ofreciendo diversas contrapartidas como descuentos en los museos, un boletín quincenal de destacados y diversas promociones puntuales. Esta última iniciativa se ha puesto al servicio de los museos socios como canal alternativo de acceso a su público con una gran y provechosa segmentación. En el poco tiempo que ha estado vigente ha conseguido registrar a más de quinientos usuarios, cifra que valoramos altamente.

Varias son las perspectivas que se abren para el proyecto a partir de este momento. Por un lado es necesario mantener los esfuerzos en la definitiva consolidación del portal en Cataluña, para afrontar, lo más pronto posible, su expansión al resto del Estado. En este sentido se contempla la posibilidad de contar con una alianza estratégica, de características ya muy definidas, que aúne esfuerzos para asegurar la viabilidad del proceso. El otro punto donde se están concentrando energías es en la rentabilización del posicionamiento de Musealia como referente en Museos y TIC.

Efectivamente, el know how acumulado durante los años de puesta en marcha del proyecto del portal, así como la experiencia

académica y profesional de sus miembros, ofrece un punto de partida excelente para desarrollar trabajos de consultoría así como de producción y diseño web. La apertura de esta nueva línea de actuación ha surgido de forma natural fruto de las necesidades concretas de algunos de nuestros museos socios que, cada vez con más frecuencia, nos iban planteando sus dudas respecto al horizonte que les planteaba Internet. Efectivamente las TIC sugieren excitantes posibilidades que, evidentemente, no están exentas de riesgo e incertidumbres. La ineludible incorporación de los centros museales en la Red tiene unas directrices que hay que conocer y que, precisamente, todavía estamos estableciendo entre todos día a día. Cada museo tiene que diseñar su propia "estrategia" de red que le permita adaptar sus características individuales, su misión y sus diversas funciones a un escenario que exige el dominio de unas reglas de juego específicas. Musealia se ofrece para acompañar al museo en esa transición a la dimensión virtual, una transición que tiene que dejar de plantearse en términos de aventura para establecerse como un reto apasionante de infinitas posibilidades.

Guillem d'Efak Fullana Ferre
Socio-Director de Musealia S.L.

Proyectos y experiencias

Canal Cultura. El canal digital de la cultura de Barcelona

Canal Cultura, www.bcn.es/canalcultura, es una nueva contribución al desarrollo de la Barcelona digital y desea jugar un papel fundamental en la difusión cultural en el ámbito digital de la ciudad de Barcelona, de sus exposiciones temporales, de las actividades de sus bibliotecas, de la difusión de las colecciones patrimoniales de nuestros museos investigando nuevos lenguajes multimedia en red que enriquezcan y den nuevas perspectivas a la difusión cultural en línea.

Un poco de historia

Canal Cultura nació a partir de una de las ideas planteadas en el Plan Estratégico del Sector Cultural, presentado el 5 de mayo

de 1999, concretamente en la línea estratégica 3 que proclama la voluntad de incorporar Barcelona en los flujos de la cultura digital.

El Canal Cultura tiene como objetivo principal la articulación de un canal temático de la cultura que utilice todas las posibilidades creativas que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Quiere convertirse en un nuevo espacio para los operadores culturales de la ciudad y para todos los ciudadanos interesados en la cultura.

La vitalidad cultural de Barcelona es enorme y aunque el Canal es un proyecto im-

pulsado por una administración pública, tiene la voluntad clara y definida de dar cobijo a todas las iniciativas culturales de la ciudad independientemente de si son promovidas por el sector público o por el privado.

A partir de esta idea embrionaria formulada¹ en los Proyectos de actuación del Plan Estratégico se inició una ronda de consultas con profesionales del sector, para recoger ideas e ir delimitando las necesidades y posibilidades de este producto tan atípico en el sector público. Una vez recogidas las diversas aportaciones (entre las que podemos destacar la del Rector de la Universidad Oberta de Catalunya, la de los respon-

086 - 087

Debate e Investigación

Proyectos y experiencias

PH46 - Diciembre 2003

sables de Infonomia.com, de en-red-and-o y del periódico digital Vilaweb entre otros) se redactó un proyecto preliminar que fue aprobado por el Consejo de Dirección del Instituto de Cultura. Este proyecto se puso a concurso público en enero de 2002, adjudicándose a la empresa Lavinia TC en abril de 2003.

¿Pero qué es el Canal Cultura?

El Canal Cultura es un canal digital temático del sector de la cultura de Barcelona que muestra las posibilidades tecnológicas y creativas que tiene la red, incorporando elementos multimedia. En consecuencia es un nuevo espacio público de comunicación, información y creación para la comunidad cultural y para los ciudadanos interesados en la cultura. También tiene la voluntad de convertirse en un **soporte multi-canal** trabajando en una convergencia de medios que aúne las prestaciones de Internet, la telefonía móvil y la televisión.

Este ambicioso planteamiento requería básicamente dos tipos de desarrollo. Por un lado un proyecto de desarrollo tecnológico que construyera la plataforma técnica necesaria para sostener todas las funcionalidades requeridas. Por el otro lado, era necesaria la constitución de un equipo de redactores especializados en periodismo digital y el establecimiento de unos flujos de comunicación fluidos entre los diversos agentes implicados: programadores culturales de la ciudad, gabinetes de prensa, salas de exposiciones, asociaciones culturales de diversa índole, museos municipales, consorciados y privados de la ciudad y el equipo que elaboraba toda esta información en bruto. Para ello se contaba con la nutrida base de datos municipal de agenda cultural en la ciudad (www.bcn.es/cultura).

A grandes rasgos, el Canal ofrece al usuario dos tipos de productos. Por un lado se recoge la actualidad informativa, clasificada en los diversos ámbitos de la cultura. Esta sección actúa como revista de actualidad multimedia, proporcionando crónicas y artículos enriquecidos con enlaces de ampliación y relacionales además de filmaciones en vídeo de entrevistas o visitas a exposiciones o una galería de imágenes.

En este sentido se tiene muy en cuenta la calidad informativa de lo que se ofrece, y el hecho de dar cobertura en profundidad a los diferentes acontecimientos, voluntad que ha nombrado al Canal finalista en los Premios Europeos de Periodismo Digital², concretamente en la sección de Periodismo de Investigación por un reportaje sobre una serie de exposiciones temporales y la ampliación del Museo Picasso de Barcelona, titulados La mirada multimedia del arte en Barcelona³.

En segundo lugar, el Canal incide en la oferta de servicios en línea para los usuarios interesados en la cultura, entre los cuales una de los más relevantes es el Archivo Multimedia, que aspira a convertirse en un archivo digital del acontecer cultural en Barcelona. A partir de un potente buscador, es posible encontrar documentos sonoros, textuales, de imagen o audiovisuales relacionados entre sí y que pueden servir para aportar un contexto histórico o ampliar información relativa a una noticia de actualidad.

Otro de los servicios ofrecidos en el Canal es la oferta de rutas culturales por la ciudad, virtuales o presenciales, de temática muy amplia y diversa. Allí se puede recorrer la Barcelona romana, los jardines históricos de la ciudad, los mercados centenarios, una ruta de lugares picassianos, los trazos de Japón en Barcelona o, cómo no, un recorrido por los principales edificios de Gaudí.

También se ha planteado como alternativa a los directorios de enlaces recomendados, ordenados generalmente por amplios criterios temáticos que resultan de poca utilidad para el usuario, el ofrecer una serie de enlaces culturales comentados, seleccionados y cualificados de ámbito nacional e internacional sobre algunas de las más interesantes iniciativas en línea de este sector.

Para sus responsables el Canal tiene como una prioridad el incentivar la participación del usuario. Y para ello dispone de diversas herramientas, tales como encuestas semanales relacionadas con la actualidad cultural o la posibilidad de votar las actividades

¹ Canal Cultura. Crear un canal temático del sector cultural de la ciudad. El nuevo canal en Internet se define por sus contenidos culturales. Es un nuevo espacio público virtual y de comunicación, de encuentro y de trabajo de la comunidad virtual.

² <http://www.net-media.co.uk/awards/shortlist.asp>

³ http://bcnweb13.bcn.es:81/NASApp/ccwcanalcultura/web/html/noticias/NoticiaFitxa.jsp?noticia_PK=793&seccio=141

más interesantes para construir un verdadero "Pulso cultural de la ciudad" o, por supuesto un espacio de foro abierto a todos aquellos que quieran expresar públicamente su opinión o la posibilidad de participar enviando propuestas multimedia.

Entre las próximas iniciativas cabe destacar la puesta en marcha de un sistema de personalización de la home del Canal, en la que el usuario pueda seleccionar y priorizar sus áreas temáticas de interés y la suscripción a un boletín digital semanal con las actividades destacadas de la semana además de añadir, una vez al mes, un apartado de reflexión y de contraste con acciones y políticas culturales externas a la ciudad de Barcelona.

Entre los objetivos a asumir de cara al año 2004 se contempla el salto a la opción multicanal -sistema de avisos por telefonía móvil, desarrollo de utilidades para PDA -de las cuales el Canal ya ha llevado a cabo algunas experiencias piloto- y como proyecto central, la edición y difusión de una agenda cultural multimedia por Televisión y que pueda ser consultada en diferido a través del web el resto de la semana.

La plataforma multicanal y personalizada permitirá que el usuario pueda elegir cuando, como y donde quiere acceder a la información cultural.

El Canal Cultura trabaja para difundir y promover el consumo cultural (amplia los canales de información y promoción de la producción cultural de Barcelona), para crear nuevos públicos, para explorar las posibilidades de Internet en la promoción internacional del turismo cultural de calidad en Barcelona, para fomentar la emergencia de propuestas innovadoras y para estimular la producción y la demanda de contenidos multimedia, realizando el rico patrimonio de la ciudad y la vitalidad de sus formas de expresión artística.

Conxa Rodà

Laura Solanilla

Dirección de Información y Comunicación

Instituto de Cultura

Ayuntamiento de Barcelona