

¿Qué deberíamos haber hecho con la web?. La invisibilidad de la cultura en Internet

SILVIA GARCÍA GONZÁLEZ

¿Qué oportunidades ha perdido la cultura para ganar visibilidad en internet?

El título de mi intervención responde a la pregunta que me he formulado personalmente acerca de las webs institucionales en las que he estado involucrada.

Pero también responde a la situación de la red global, el hecho de que la cultura ocupe un mínimo lugar en el entramado social y económico de la red.

La utopía tecnológica ha marcado las últimas décadas del s.XX, y todavía hoy nos presentan como panacea, una sociedad en las que las neveras, los pupitres y hasta las farolas puedan estar conectadas a internet.

¿Y que nos ofrece internet?, ¿cultura, información? o sobre todo, intercambio de mensajes de correo, chats, pornografía, e intereses económicos que determinan la aceleración tecnológica en hardware y software. Este es el espacio invisible que la cultura no ha ocupado.

Invisibilidad de la cultura en Internet

Internet ha resultado ser un medio muy flexible, con un crecimiento orgánico que no respeta las previsiones de los altos ejecutivos, y que ofrece resquicios por los que se han colado los movimientos antiglobalización, se han creado herramientas tan útiles como las Weblogs y movimientos como el Copyleft que plantean alternativas al sistema social y económico.

Pero, en cuanto a difusión, la cultura no ha hecho más que perder visibilidad, y una de las

Museo

¿Qué Deberíamos Haber Hecho con la Web? La Invisibilidad de la Cultura en Internet

razones de esta invisibilidad, podría ser la lentitud de reacción de las instituciones culturales agravada por el peso de la burocracia. Mientras en una institución se discute como debe ser la web institucional (o su reforma), se encarga y se pone en funcionamiento, pueden pasar 2 años, que en internet supone un gran atraso.

La web como herramienta de difusión

Internet supone un gran desafío para los macroimperios mediáticos y los intereses económicos y gubernamentales. Ahora mismo en internet no es más visible quien más medios tiene. En todos los campos, conocemos ejemplos de especialistas voluntarios, que con mucho esfuerzo personal, están construyendo webs con contenidos muy completos, webs laboriosas, que al cabo de un tiempo se convierten en un foro al que acudir.

Además del esfuerzo de personas anónimas que construyen su web personal o su cuaderno de bitácora (o weblog), es asombroso comprobar el esfuerzo colectivo que se está haciendo en el campo del software y los sistemas libres, como Linux, la distribución gratuita de material de calidad a través del copyleft... Internet resulta ser una herramienta perfecta para conectar personas con intereses afines, que consigue poner a trabajar a gente de todo el mundo, saltándose las fronteras y las barreras culturales y económicas.

Pero las posibilidades de esta nueva herramienta, de este nuevo medio de comunicación, no están siendo aprovechadas por la cultura. Hay algunos macroproyectos promovidos por las bibliotecas y entidades como el Instituto

Cervantes que están digitalizando grandes cantidades de documentos para ponerlos al alcance de los investigadores y el gran público. Un gran adelanto desde luego, pero los museos (en España) no están haciendo un esfuerzo parejo para dar a conocer sus fondos, no se está haciendo un esfuerzo coordinado para crear un portal en el que ordenar la información relativa al arte contemporáneo, la arqueología, el patrimonio, la restauración...

Hay algunas buenas webs sobre arte, dispersas, desiguales, creadas a veces con afán empresarial y que después se mantienen a duras penas. Pero las administraciones ofrecen (como mucho) un mero listado de las instituciones que de ellos dependen, sin trabajar en los índices y listados razonados como un instrumento pedagógico más. Desde mi punto de vista esta situación expuesta sin optimismo, probablemente no se prolongará más allá de 2005, ya que más tarde o más temprano, a medida que se populariza internet como un medio para buscar información, también la población empieza a ser consciente de la necesidad de que cierta parte de la información esté ordenada para que sea realmente útil y fiable.

La mayoría de las webs de los museos (excluyendo 2 o 3 grandes museos) cumplen una función meramente informativa de primer nivel, ofrecen información de los servicios, horarios, planos de cómo llegar e informaciones sobre las exposiciones, actividades y publicaciones. La gran mayoría de las webs de los museos están infrautilizadas, colocadas como mera extensión de los folletos.

En estos dos últimos años (2003-2004) el avance ha sido espectacular, gracias a las nuevas herramientas que nos ofrecen los programas, se

puede publicar la base de datos de una biblioteca y algunos museos empiezan a explorar las posibilidades de recorridos y juegos interactivos para el público infantil. Ahora bien, la red internet no permite muchas alegrías todavía, sólo las redes corporativas de las Universidades y empresas tienen acceso real a la banda ancha, la mayoría de los usuarios en sus casas todavía no disponen de ordenadores actualizados con una buena conexión como para permitirse disfrutar de los últimos efectos especiales con tranquilidad.

La web de un museo o centro cultural debería tener varias capas de información. Debería ofrecer rápidamente la información al usuario que sólo quiere saber el precio de la entrada, pero debe también proporcionar material educativo, material para prensa, y un nivel dirigido a interactuar con los niños. Y aún así todavía nos quedarían por atender muchas vías de investigación (en la comunicación con colectivos con minusvalías sensoriales, por ejemplo).

El material de documentación que se puede bajar desde la web, (y la distribución de boletines informativos a través de e-mail) suponen un gran ahorro en cuanto a impresión y distribución de la información, y mejoran la comunicación con el usuario.

Pero supone una inversión en personal (que es justamente donde no va a invertir una institución) en tareas poco visibles, como ordenar y adaptar la información impresa a la web. Además se necesita trabajar en equipos multidisciplinares (informáticos, diseñadores y redactores del contenido), que no necesariamente tendrían que formar parte de la plantilla del museo.

La presencia en la web del arte contemporáneo en España

En el campo del arte contemporáneo español, las entidades que están jugando un papel relevante e investigando con las posibilidades del medio, son aquéllas que ocupan un lugar periférico en relación a los grandes museos de las capitales.

Es el caso de Arteleku en Donosti, y Hangar en Barcelona, dos centros de producción relativamente pequeños, que tienen mucha visibilidad en la web, conseguida a través de boletines bien contruidos, con weblogs actualizadas y muchos proyectos satélites que amplían sus redes de contactos.

Son instituciones muy pequeñas que apuestan por la web como un verdadero medio con el que desarrollar nuevas actividades.

Otros centros como el Caixaforum a través de su mediateca o el Macba a través de un espacio de proyectos, intentan ganar presencia en el mundo del net-art, pero el esfuerzo suele ser desigual y sin continuación en el tiempo.

El caso de la mediateca de Caixaforum resulta bastante particular, porque apostaron por ir almacenando índices temáticos relacionados con el net art y los nuevos medios (aprovechando exposiciones y eventos puntuales), y para eso contaron con personas del propio medio, como es el caso de Laura Baigorri, profesora de la Universidad Oberta de Catalunya, que había sido una de las primeras personas en España en crear un índice razonado de net-art, textos teóricos, revistas y centros. Un índice que ayudó a muchísima gente a no perderse en el nuevo medio, cuando todavía no se sabía muy bien qué era el

Museo

¿Qué Deberíamos Haber Hecho con la Web? La Invisibilidad de la Cultura en Internet

net-art.

Estas son algunas de las iniciativas más voluntariosas en cuanto al uso de la web como herramienta y fuente de recursos, pero ¿por qué no se plantearon proyectos comunes? ¿Por qué no se creó un portal de arte auspiciado por las instituciones?, un espacio en el que ofrecer la información sobre los recursos disponibles, información ordenada y razonada para introducir al público en las distintas posibilidades que ofrece internet.

Quizás en el único campo en el que se está haciendo un esfuerzo continuado desde hace tiempo, es el campo literario, en el que ya hay abundantes archivos digitalizados, y en el que es habitual ver proyectos para coordinar las bases de datos de las bibliotecas.

La impaciencia y las nuevas tecnologías

Los nuevos medios audiovisuales e internet, nos ofrecen, ¡que duda cabe! una nueva vía para la comunicación con el usuario de un museo o centro de arte. Por una parte están las obras creadas específicamente para ese medio, y por otra parte nos encontramos con que mediante vídeos, CD y webs podemos completar la visión de un artista, hacer reconstrucciones de espacios que dejaron de existir hace miles de años....

Pero los espectadores todavía muestran una relación con la tecnología muy curiosa, los mayores de 65, no se van a acercar a lo que para ellos es un cacharro, caro, complicado y frágil. Sin embargo un niño que encuentre un monitor con un programa interactivo en medio de una sala de exposiciones, va a dedicarle a éste, más

del triple de tiempo que a la contemplación de una pieza arqueológica. Primero tiene que entender cómo interactuar, qué iconos nos permiten ir hacia delante o hacia atrás, y si el programa es puramente informativo, o si plantea algún tipo de actividad lúdica.

Por cada interactivo bien hecho, hay 10 contruidos aprisa y corriendo en los que a veces no se siguen las normas más básicas de material pedagógico. Hasta ahora, salvo honrosas excepciones (interactivos supervisados por las universidades, por ejemplo) los encargos de muchas administraciones no eran revisados por especialistas, un modo estúpido de derrochar el dinero.

Vivimos en una sociedad impaciente, y los adultos actuamos en relación con los medios audiovisuales y las obras de arte del mismo modo que los niños (excluyendo los adultos poco familiarizados con los aparatos electrónicos). Si nos ofrecen un juego interactivo en el que hay que cubrir ciertas etapas, no nos vamos a parar a leer la información más completa sobre el mundo prehistórico en el que nos sitúan la acción, por poco aventurero que sea el juego, queremos llegar al final cuanto antes.



Archivo:nenos2.jpg Tamaño 16 X 10,11 cm, resolución 300 ppp, Autor: Silvia García, Título: Niños delante de una obra de Antony Gormley, Año: 2002

Por supuesto también hay ejemplos de CD magníficamente diseñados y webs atractivas para los niños (el juego del Museo Thyssen, y la web de CosmoCaixa en Barcelona por ejemplo); pero tenemos que tener en cuenta que cuanto más compleja sea la web en cuanto a apariencia gráfica, más incompatible va a ser con los ordenadores antiguos, y será un producto “poco solidario”, por lo tanto, ¿que estrategia deberíamos seguir?

La pedagogía política

Es evidente que en España, la cultura está fuertemente condicionada por la política, no solo porque los políticos ponen y quitan los directores de los museos a su antojo, sino porque los políticos deciden el modo en que se invierte el dinero, si en la creación de nuevos centros o en el mantenimiento de los que ya existen.

Los gestores culturales afirman estar hartos de que en cultura se mida el éxito sólo mediante el número de visitantes, todos conocemos el peligro de esas estadísticas que fluctúan, pero es el propio museo el que facilita esos datos a los políticos y a los medios como una forma de legitimación.

Deberíamos de hacer un esfuerzo pedagógico, para transmitir lo importante que es trabajar a largo plazo, trabajar junto a los profesores, antes de que lleguen al museo, y después de que se vayan. Trabajar con todos los estamentos de la sociedad sin paternalismos, buscando el contacto antes de que soliciten la visita guiada.

Si no hacemos ese esfuerzo no nos podemos quejar de la manipulación de la cultura, de la espectacularización de los grandes eventos y fanfarrias.

Cuando aceptamos que las entidades privadas patrocinen una exposición temporal, con muchísimas pantallas, para tener colas espectaculares, mientras el resto del museo se mantiene a duras penas y permanecen vacías las salas con las piezas más valiosas y menos mediáticas, estamos colaborando a que esta situación se perpetúe.

La musealización del Net-art

Si la cultura resulta desesperadamente invisible en el conjunto de páginas de la red internet, todavía resulta infinitamente más invisibles los proyectos realizados específicamente para la red. Con tan solo una década de antigüedad las llamadas obras de web art o de net-art se han encontrado con diversos avatares que no han permitido su necesaria difusión (además de que todavía no hay muchos artistas familiarizados con el nuevo medio, artistas que estén aportando nuevas vías de trabajo sin limitarse a “publicar sus obras en internet”).

Uno de los artistas españoles que utilizó desde los inicios del net art, la red internet como una herramienta para desarrollar sus proyectos, es Antoni Muntadas.

En el año 1994 presentó en Chicago una instalación en la que la parte más importante de la obra se encontraba en internet, File Room. Fue un proyecto creado específicamente para internet como un modo natural de “traducir” preo-

Museo

¿Qué Deberíamos Haber Hecho con la Web? La Invisibilidad de la Cultura en Internet

cupaciones presentes en otros de sus proyectos.

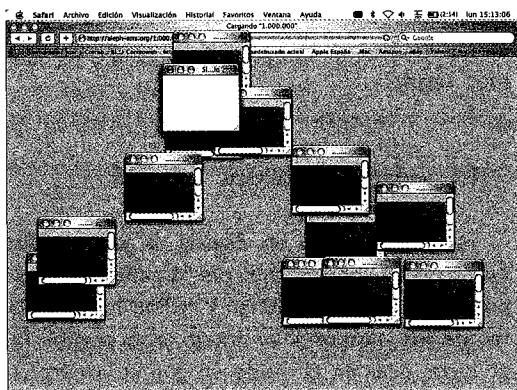
El origen de File Room estaba en otra obra que Muntadas había realizado para TVE. El programa Metrópolis le había encargado un proyecto específico, y él había trabajado sobre los archivos de TVE. El resultado no debió agradar, ya que el proyecto se truncó.

Como un modo de reflexionar acerca de esta censura silenciosa, Muntadas buscó una vía artística que permitiese denunciar los casos de censura artística, y así creó File Room, un archivo mundial de la censura, donde cualquier persona puede introducir el caso del que tenga conocimiento, o si lo prefiere, puede consultar los casos archivados, ordenados por países y presentados en forma de mapamundi interactivo.

Este proyecto fue producido por una galería alternativa, Randolph Street Gallery y expuesto en Chicago por primera vez, pero llegó un momento en que, File Room se encontró con problemas de mantenimiento, hasta que otras instituciones (primero Media Channel y luego The National Coalition Against Censorship), decidieron proporcionarle alojamiento y mantenimiento. Este es un problema habitual de cualquier obra creada para internet (a pesar de que la web también guarda arqueología, páginas que fueron creadas para un fin específico, como la campaña de unas elecciones y que después quedan congeladas durante años).

El mantenimiento de una web, el pago de un dominio, y el alojamiento en un servidor, no son servicios caros, pero aún así, este coste ha supuesto una barrera insalvable para muchos de los proyectos de la corta historia del Net-art.

La primera obra hecha específicamente para internet, que se vendió en España como obra de arte fue la obra de 1.000.000 de Antoni Abad, que fue comprada en 1999 en la feria Arco por Sanitas después de llevarse el premio de Arco electrónico.

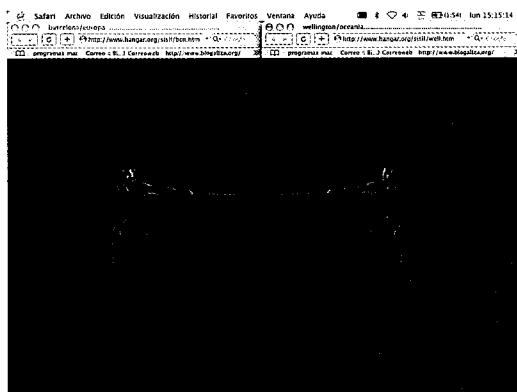


Archivo: beso_abad.jpg, Tamaño 13 X 9,75 cm,
resolución 200 ppp
Autor: Antoni Abad,
Título: 1.000.000
Año: 1999

En una obra anterior Sisif (1995-1996) Antoni Abad había realizado dos versiones de la obra, una en internet y otra en una videoinstalación. Al introducirlas en su instalación espacial, nos encontrábamos en una sala con un hombre y su doble (conseguidos mediante una proyección en esquina con un espejo) que tiran de una cuerda, cada uno para su lado.

Museo

VIII Jornadas de Museología



Archivo:sisifo.jpg
Tamaño 13 X 9,75 cm, resolución 200 ppp
Autor: Antoni Abad,
Título: Sísif
Año: 1996

La “traducción” en internet, no suponía un mero cambio de soporte, ya que Antoni Abad aportaba una visión muy interesante sobre el nuevo medio a través del antiguo mito de Sísifo. Puesto que en internet no conocemos donde está situado físicamente el servidor que aloja las webs que visitamos, Antoni Abad buscó el alojamiento para su proyecto web en dos servidores situados exactamente en las antípodas, uno en Barcelona y otro en Nueva Zelanda. La ventana con uno de los hombres tirando de la cuerda, se abría conectando con el servidor de Barcelona, y la otra ventana con el doble (el correspondiente al espejo en la proyección de vídeo) se abría conectando con el servidor en Nueva Zelanda.

Este proyecto a pesar de que sea difícil de describir con palabras era muy sencillo en cuanto a la estructura de la web, y se correspondía con los inicios de esta nueva vía artística.

Actualmente (finales 2004) cuando intentamos conectarnos a esta obra, la parte de la página alojada en Nueva Zelanda no está operativa.

A veces es un problema transitorio, pero es muy habitual que en internet las webs sean visibles durante un tiempo y después desaparezcan.

No pretendí con mi intervención mostrar un panorama cargado de pesimismo al hablar de Internet y arte contemporáneo. Tan solo pretendí contrarrestar un cierto triunfalismo que confía en las nuevas tecnologías como encarnación de los nuevos profesores y mediadores de la mirada artística. Proyectos que apuestan por llenar una sala de pantallas para “cautivar” al espectador, olvidando que en multitud de museos pequeños hay fondos interesantísimos a los que no se les han renovado las cartelas desde los años 60, que no tienen dinero para un simple televisor y sin embargo le sobran contenidos que se deberían haber aprovechado en un esfuerzo conjunto.