

Ventanas a la calle

Guías de recursos culturales y de ocio en Internet

Pedro Quilez Simón
Biblioteca Regional de Murcia

En este artículo reflexionamos sobre el uso de Internet como vía de difusión de la actividad cultural a nuestros usuarios, realizando unas propuestas sobre qué y cómo deben las bibliotecas informarse e informar sobre la actividad cultural, tanto propia como de su entorno.

La trayectoria reciente de la actividad cultural en España

De forma tímida en los primeros años de la democracia y con una progresión imparable a lo largo de los años 80 y 90, la oferta (y, con el tiempo, la demanda) de actividades de tipo cultural creció exponencialmente en nuestro país tal vez por la inquietud que la sociedad española manifestaba de abrirse, de ofrecer, de comunicarse. Después de tanto tiempo de ser “diferentes”, se quiere ver y, en muchas ocasiones, se quiere mostrar. Así surgen iniciativas desde la Administración Pública, asociaciones, colectivos, fundaciones, particulares, etcétera, con propuestas experimentales y modestas en unas ocasiones (en su mayoría muy voluntariosas e interesantes) y más completas y ambiciosas en otras.

Desde el principio se observa la necesidad de que todo este cúmulo de oferta cultural disponga de difusión, de espacios mediáticos para comunicar su existencia. Funciona entonces muchas veces el boca a

boca (en ámbitos restringidos pero con gran efectividad); en otras es la prensa la que, a la llamada del boato o con verdadera vocación de servicio público, ofrece espacios para la difusión; en el campo audiovisual es la modesta radio el medio más próximo al ciudadano y también el más completo en su información pues la televisión (próxima en las ondas y lejana en el espacio) sólo atiende en general a las propuestas faraónicas o al capricho de los “divinos” del momento.

Al hilo de este desarrollo comienzan a surgir otros medios alternativos a los “establecidos”. Es el caso de los fanzines, de gran popularidad y difusión en los años 80, y de sus primas “serias”, las guías culturales y de ocio, siendo ambos “domesticados” en los 90 mediante la sucesiva aparición de *suplementos culturales en la prensa escrita*. Desde los rotativos más destacados a los diarios de provincias (especialmente éstos) se apresuraron a sacar a la calle suplementos con esa información: exposiciones, funciones de teatro, conciertos, conferencias, cursos y muchos otros actos ganaban terreno en sus páginas como reflejo de la profusión en la actividad cultural de la calle.

Al cerrar el siglo XX y sin que lo adviertan los grandes maestros de la prospectiva (1) fijese usted, se dan algunas circunstancias que alteran esa preeminencia de los rotativos en la difusión de actos culturales: una de ellas es la “diversificación” de los medios, que abren huecos para noticias con

más “corazón” (entrando en el juego del *reality show*, o cotilleo indiscriminado) colocándolos al nivel de sus tradicionales intereses informativos en materia de cultura. Otro motivo de peso es la novedad de que nos queremos ocupar hoy, es decir, la invasión de las nuevas tecnologías de la información y en particular el desarrollo de Internet su inusitada y creciente propagación.

En general, y desde el primer atisbo de este *boom*, existen dos formas de considerar el fenómeno Internet: plaza de abastos mundial o proyecto ilustrado. El primero entiende la extensión de la Red como una enorme oportunidad de lucro en un mercado total. El segundo -que es el que creo que realmente interesa- lo recibe como nuestra segunda oportunidad, tras la Galaxia Gutenberg y en combinación con sus logros, para divulgar el conocimiento universalmente. Tomás Maldonado, un estudioso de la materia, lo expresa diciendo: “las nuevas tecnologías están en condiciones, en algunos sectores específicos, de concurrir a mejorar la calidad de nuestra vida y abrimos útiles caminos de participación democrática” (2). En ese aspecto, esta herramienta tiene tales capacidades que los gobernantes de algunos países le temen hasta el punto de intentar su censura.

Dentro de esta concepción ocupa un papel nada desdeñable la labor de difusión de las actividades públicas de tipo cultural objeto de este comentario.

Abriendo ventanas. La difusión de la información cultural en Internet

Asociado al impulso de la empresa, que ve en la Red una oportunidad publicitaria de gran extensión y de futuro (como se ha apuntado), o al de otras instancias, como el Parlamento Europeo, que ya en 1996 (3) recomendaba no perder el tren de la información en actividades artísticas y culturales de todo tipo, vivimos desde hace unos años la incorporación masiva a la Red de instituciones públicas y privadas que abren ventanas informativas en una progresión similar a la de aquellos primeros años 80. Ayuntamientos, colectivos, centros culturales, artistas, asociaciones, empresas, escritores o particulares, todos quieren estar en Internet y todos tienen algo que dejar en la Red para

los demás.

Pero, ¿qué ha motivado esta fascinación global?, ¿qué ofrece Internet que sea tan atractivo? En mi opinión la oferta de Internet reúne diversos aspectos a considerar por separado: en primer lugar, se trata de una nueva **herramienta** que es suma de otras (*Chat*, *Correo-e*, *FTP*, páginas *Web*); además ofrece como **contenido** cualquier modo de expresión (texto, documentación gráfica, sonido, imagen en movimiento) sin limitación cuantitativa; y también debemos tener en cuenta lo económico y cómodo de su **acceso**, tanto para difundir como para recoger información.

Pero existe otra propiedad que afecta directamente a la existencia creciente de información sobre la actividad cultural en Internet: es la **actualidad**. Este invento ha convertido a la expresión *reciente* en una categoría literal: reciente ya es únicamente lo de hoy. Esta capacidad de puesta al día inmediata es, con mucho, la cualidad más útil cuando usamos la Red como agenda de eventos.

Así pues, superando a televisión y radio en disponibilidad y a la prensa en posibilidades de contenido, Internet se convierte en la guía ideal: puede informar, por ejemplo, sobre la presentación de un libro incluyendo diversas críticas de la obra y la biografía y bibliografía del autor, acompañar esta presentación con imágenes (fijas o en movimiento) y hasta ofrecer la audición de una entrevista con el escritor. No existe mayor ductilidad y plenitud, constituyendo, como hemos dicho, la más fiable, actualizada, económica y atractiva guía para salir de casa, o para no perdernos ese acto que deberíamos disfrutar.

De ahí el tremendo auge de Internet, cuya evolución es tal que pronto podremos asegurar, recuperando una famosa frase, que quien no está en la Red no existe

Naturalmente, no todo es perfección en Internet. Como es sabido, nace como una red abierta a todos, sin control ni ordenación, hecho que ha llevado a que en la actualidad sea un confuso escaparate con numerosas ofertas de información, confusión que constituye su mayor defecto. Tal vez sea porque sus patrocinadores hayan sido los pueblos que Luis Racionero llama “bárbaros de norte” a los que parece importar más la técnica que el contenido (4). Una

tarea más para nuestra civilización mediterránea que, desde los griegos hasta la Enciclopedia, ha perseguido la sistematización del saber.

Así pues, y como todo el que se ha acercado a la Red de Redes sabe, el gran problema es cómo localizar esa profusa y diversa información siguiendo el objetivo que nos interesa. Para esta tarea se idearon los **buscadores**, páginas que ofrecen un motor de búsqueda general por palabras cuyos representantes más populares son Terra, Ozú, Hispavista y Biwe, entre los españoles, y Altavista, Lycos, Yahoo o Google entre los foráneos. A partir de ellos podemos realizar búsquedas sobre nuestro tema de interés aunque, en ocasiones, producen resultados pobres o excesivos.

Los buscadores pueden acabar con nuestra paciencia si buscamos algo muy concreto, y por eso se evolucionó hacia los **portales**. En ellos ya se preselecciona la información y constituyen, de hecho, un recurso al que es recomendable acudir en nuestra búsqueda de información sobre actividades culturales: los tres españoles citados son un buen ejemplo, así como los portales específicos que incluyen noticias, actividades o búsquedas sobre una determinada materia, como es el caso de Guiadelocio, Ocioteca o Encartelymas, sitio este último ilustrativo de lo que es Internet: no intenten buscarlo como página, pues aunque era operativo cuando comencé a escribir este artículo, hoy ha desaparecido.



Para ordenar un poco este batiburrillo que es Internet, podemos decir que se advirtió una potencialidad más en el uso de estas páginas y, dando otro paso, se tuvo en cuenta la territorialidad de las actividades que se incluían en ellas. Así en Recopila2 podemos encontrar una relación de estos portales por

localidades o podemos ir directamente a páginas que se subdividen en páginas por provincias para ofrecer información detallada sobre actividades de ocio y cultura en cada rincón de España. Es el caso de Vivebien, Lanetro, Viapolis o Canal21, aunque algunos tienen también una clara vocación de prensa electrónica, como puede ser el caso de este último.

Otra vía de documentación son las páginas de los gobiernos autónomos o municipales, que suelen ofrecer información muy variada, oscilando casi siempre –en el tema que nos ocupa– entre los recursos turísticos y los culturales: desde información sobre museos, bibliotecas, teatros, cines o recorridos por la ciudad o región, hasta actos más concretos, como conferencias o exposiciones, es lo que encontraremos en páginas como las de los ayuntamientos de Albacete y La Coruña o en la agenda cultural de Valencia.

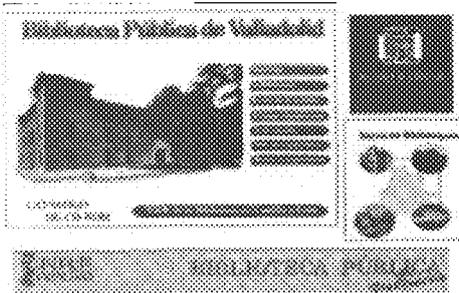
Concretando aún más podemos llegar hasta las páginas de instituciones de museos o bibliotecas, que no deben quedar atrás en esta carrera. El propio Ministerio de Cultura, en el *Plan de Impulso a las Bibliotecas Públicas Españolas*, incluye como uno de los aspectos que definen la nueva imagen de la Biblioteca: el de entidad dedicada “a contribuir, a preservar y difundir el patrimonio cultural local, convirtiéndose en proveedores de información local a través de Internet”, con la ventaja añadida de incrementar así la presencia del idioma español en la Red. Presenta también como objetivo del Plan “demostrar el potencial de las Bibliotecas Públicas como centros de información mediante el empleo de las tecnologías de la información y la comunicación”, así como “aumentar la presencia y visibilidad en Internet de estos centros”.

Pautas para la difusión de la actividad cultural en Internet

Si la biblioteca dispone de página propia hay que utilizarla, lógicamente, para incluir regularmente (la actualización en Internet es al mismo tiempo un gran recurso y una maldición cotidiana) las actividades que se realicen en la biblioteca, e incluso fuera de ella. Si no se dispone de hueco en la Red, al menos podemos hacer llegar a las páginas y

portales mencionados anteriormente la mayor cantidad de información posible.

Muchas bibliotecas difunden ya su actividad en su Web, y podemos visitarlas para ver cómo lo hacen. Recomendamos por ejemplo las de las bibliotecas públicas de Barcelona, Valladolid y Valencia, la biblioteca de Andalucía o la de la biblioteca Regional de Murcia. No les extraña que les recomiende especialmente visitar ésta última porque mi trabajo se desarrolla en ella. Y les puedo garantizar que, tras la instalación de una vía de acceso desde mi terminal a la página (obra de nuestro documentalista, que es el auténtico mantenedor de la página Web) no hay nada más sencillo que actualizar las numerosas actividades que se desarrollan en el centro.



Además de los actos se ofrece a nuestro usuarios una completa información de los servicios a su disposición, así como otras iniciativas como la posibilidad de dejar sugerencias, consultar el catálogo, reservar obras, comprobar los calendarios de ruta de los bibliobuses o acceder a nuestra publicación mensual de sugerencias de lectura "Actual Biblioteca". El éxito de esta página entre los usuarios, cada vez más acostumbrados a usar su oferta telemática, es la mejor prueba de que el futuro de nuestro centro pasa por este tipo de iniciativas.

Desde esta experiencia en nuestra biblioteca podemos sugerir algunas pautas generales a la hora de situar las actividades en la página Web del centro. Agrupamos estas recomendaciones en tres apartados, según debamos tenerlas en cuenta antes de subir a la página la información sobre las actividades, cuando realizamos la difusión de las mismas o en trabajos posteriores a la difusión.

A) PRELIMINARES

Participación del usuario en las actividades. Es decir, ofrecer al usuario un mecanismo para opinar, solicitar más información o proponer iniciativas culturales. Lo más usual es ofrecer la dirección de correo electrónico.

Gestión dinámica de la base de datos. Instalar un acceso para la modificación de la Web de modo que elimine automáticamente las actividades pasadas de la oferta actual (y, a ser posible, las incluya en una relación accesible que haga las veces de memoria para análisis a posteriori).

Actualización regular. Uno de los fallos más corrientes. Se merma mucho la imagen de una institución cuando la información que se ofrece en su página está desfasada.

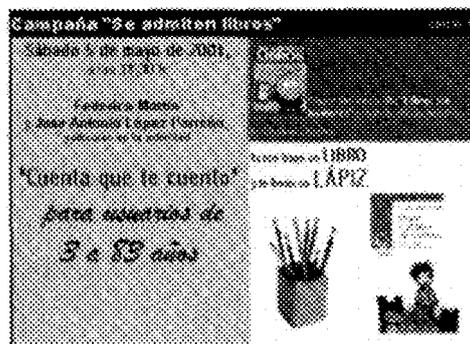
Otros enlaces. Como institución difusora de la cultura, la biblioteca debe dar difusión a otras actividades (preferentemente a las locales) que dispongan de página Web.

Informaciones diversas. El apartado de actividades no sólo puede recoger las actividades de extensión cultural, animación a la lectura o formación de usuarios, sino que también puede ofrecerse información sobre iniciativas o novedades de la biblioteca que no lleguen al público de otra forma: visitas, adquisiciones, nuevos servicios, etcétera.

B) DIFUSIÓN PREVIA A LA ACTIVIDAD

Enlace en la homepage. Puede ir destacado junto a otros servicios e informaciones de la biblioteca o puede también presentarse una lista de la oferta actual, visible desde la entrada a la página.

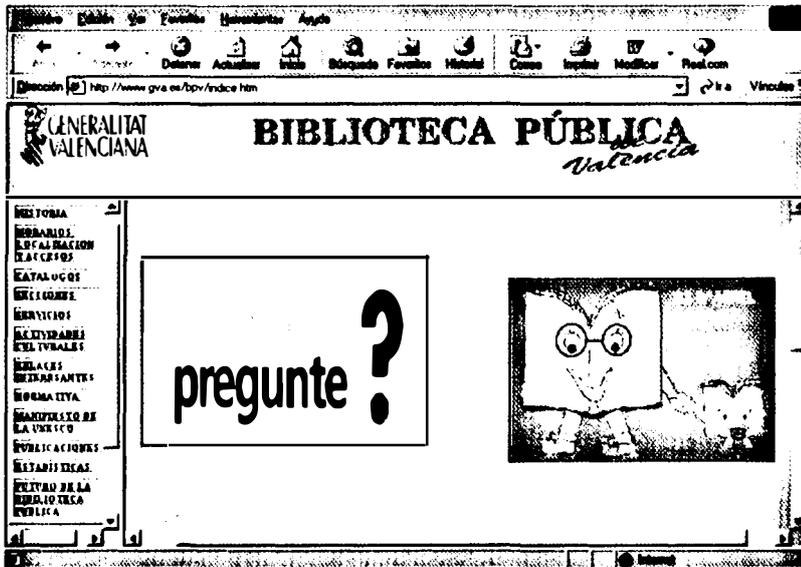
Estructura de la presentación. Se trata de ordenar racionalmente los distintos tipos de actividades. En el caso de la Biblioteca Regional de Murcia las actividades están dispuestas según esta estructura: exposicio-



nes, conferencias y presentación de obras, animación a la lectura, formación de usuarios, actividades especiales (semana o día del libro, de la biblioteca, etcétera), teatro, cursos, audiciones, proyecciones y ciclos.

incluso de vídeo en un apartado especial.

Dossier de prensa. Es conveniente reflejar en nuestra página la repercusión que nuestras actividades han tenido en los medios de comunicación.



El porvenir de una ilusión

“En el preciso momento en que la técnica, a través de la televisión y de los ordenadores, parece capaz de hacer que todos los saberes penetren en todos los hogares, la lógica del consumo destruye la cultura. La palabra persiste pero vaciada de cualquier idea de formación, de apertura al mundo y de cuidado del alma.” (Alan Finkelkraut, *La derrota del pensamiento*).

Estamos hoy, en cierto modo, ante los mismos terrores producidos por la difusión del libro. Los siete tipos de “loco de los libros” que aparecen en la divulgadísima obra renacentista *La nave de los locos* no son más que ese reflejo de temor a la información sin control que asaltó a nuestros antepasados y que deberíamos conocer. El mundo cambia y se repite al mismo tiempo.

Contra el pesimismo social de Fienkelkraut (quien, por otra parte, no nos avisa de futuros peligros, sino de hechos constatados en nuestra sociedad) deberíamos pensar que las nuevas tecnologías no *son* alienantes por sí mismas. Son sólo un producto humano y pensadores como José Antonio Marina, aun recogiendo el espíritu de la cita que encabeza este epígrafe, puntualizan el problema: una persona poco preparada que accede a Internet sigue siendo eso, una persona con poca preparación. El auténtico futuro está (como antes, como siempre) en la formación de cada persona, de la sociedad en conjunto, objetivo al que, si queremos, Internet puede aportar no ya un granito de arena, sino la estructura necesaria para una solución definitiva. Únicamente se necesita voluntad y trabajo: si en las bibliotecas se “domesticó” la indómita variedad de obras escritas, ¿por qué no podemos ir pensando ya en los miles de páginas Web que nos informan y ofuscan al mismo tiempo?.

Lo queramos o no, Internet se impone. Según la última Encuesta General de Medios (abril 2001) más de 6 millones de españoles mayores de 14 años han utilizado Internet en el último mes y somos los europeos que más tiempo navegan por sesión.

Ofrecer una buena descripción e imágenes. Es algo obvio, pero muchas veces la falta de tiempo nos impide comunicar adecuadamente nuestras actividades, quedando unas referencias tan escuetas que no cumplen con su cometido informativo. Debe incluirse, como mínimo, la fecha, el lugar, la descripción de la actividad y, a ser posible, alguna imagen referente a la misma.

Banner destacado. Para determinadas actividades a las que se desea dar una difusión más intensa en la Web puede habilitarse un *banner* flotante o un recuadro fijo en la misma *home page*.

C) DIFUSIÓN POSTERIOR

Como medio de promoción del centro y como referencia para el usuario es interesante subir a la página información sobre los actos que se han organizado en la biblioteca.

Memoria acumulativa. Como apuntamos antes, lo adecuado es que el propio programa acumule las actividades realizadas en una especie de memoria consultable por los visitantes de la Web.

Reportajes. Algunas actividades de mayor calado o de notable interés pueden requerir una presencia más destacada en nuestra página. Esto puede conseguirse mediante la inclusión de fragmentos (de una conferencia, por ejemplo), de imágenes e

PUBLICIDAD

Por otra parte, y en esto tienen mucho que ver nuestras bibliotecas públicas, el usuario de Internet lo tiene cada vez más fácil, pues todo se encamina a posibilitar el acceso a la Red: desde las bibliotecas, desde las salas de ocio con recursos electrónicos (scanner, chat, correo, impresión a color y, por supuesto, acceso a páginas Web), adecuación de tarifas telefónicas... hasta los locutorios tradicionales de Telefónica van a disponer de este servicio con conexiones de alta velocidad a un precio aproximado de 300 pesetas por hora de navegación.

Y sepan que estamos en los rudimentos del invento. Pronto nos avasallará la tecnología WAP, mediante la que podremos rescatar de Internet, a través de nuestro móvil, la información precisa en cualquier momento y lugar. Es, como digo, el paso siguiente, pero, a pesar de todo, no creo que podamos sentir el mismo escalofrío ante unas Meninas digitales, ni será igual pasear por el Patio de los Leones en un entorno virtual. Desengañense, al menos durante muchos años chatear, lo que se dice chatear, será mejor hacerlo fuera de casa y con los amigos. ☑

Notas

- (1) En 1937 el presidente Roosevelt encargó un informe sobre tendencias tecnológicas cuyos resultados no incluyeron la aparición de la televisión, los plásticos, el láser, el reactor o el bolígrafo. Hoy podemos seguir considerando la prospectiva como una ciencia que está lejos de ser exacta. ¡Por muchos años!
- (2) MALDONADO, Tomás. *Crítica de la razón informática*. Paidós Ibérica: Barcelona, 1998
- (3) Se alienta a la Comisión a "investigar posibles formas en que museos, galerías y lugares históricos así como las artes escénicas, incluidas la música, la danza y el teatro, pueden utilizar mejor las tecnologías de la información, incluidos propósitos como, por ejemplo, la publicidad, las reseñas y las representaciones en línea". *Informe sobre la sociedad de la información, la cultura y la educación*. Comisión de Cultura, Juventud, Educación y Medios de Comunicación. Ponente: Eluned Morgan
- (4) Pueblos a los que advierte Racionero "Confundidos por el televisor y el coche, como niños con juguetes nuevos, se olvidan de que se puede ir a la Luna sin saber disfrutar de la vida, del mismo modo que sobre una agricultura neolítica puede aparecer la civilidad griega del siglo de Pericles".

Relación de Webs citados

Portales y buscadores generales

Terra:	www.terra.es
Ozu:	www.ozu.es
Hispavista:	www.hispavista.com
Biwe:	www.biwe.es
Altavista:	www.altavista.com
Lycos:	www.lycos.com (salta a Lycos.es en español)
Yahoo:	www.yahoo.com
Google:	www.google.com

Buscadores específicos

Guía del Ocio:	www.guiadelocio.com
Ocioteca:	www.ocioteca.com
En cartel y más:	www.encartelymas.com (ahora es wanadoo)

Buscadores y guías locales

Recopila2:	www.ociototal.com/recopila2/r_internet/ciudades.html
Viapolis:	www.viapolis.com
Canal 21:	www.canal21.com
Vive bien:	www.vivebien.com
La Netro:	www.lanetro.com

Páginas institucionales

Ayuntamiento de Albacete:	www.albacete.com
Ayuntamiento de La Coruña:	www.aytolacoruna.es
Agenda cultural de Valencia:	http://agenda.cap.gva.es/cast/agenda.htm

Bibliotecas

Biblioteca de Andalucía:	www.sba.junta-andalucia.es
Red de Bibliotecas de Barcelona:	www.diba.es/biblioteques/inici.htm
Biblioteca Pública de Valladolid:	http://bpval.bcl.jcyl.es
Biblioteca Pública de Valencia:	www.gva.es/bpv
Biblioteca Regional de Murcia:	www.bibliotecaregional.carm.es

Otras páginas de interés

Fundación Germán Sánchez Ruipérez:	www.fundacionsr.es
Fundación Bertelsmann:	www.fundacionbertelsmann.es
Edusonet:	www.eduso.net