



La Comunicació al Museu Marítim de Barcelona al segle XXI

Els museus, en la seva definició més àmplia i contemporània, i si guin quines siguin les seves dimensions, han de respondre avui dia a múltiples funcions: recerca, conservació i transmissió de coneixements i sensibilitats. La difusió i la comunicació del seu patrimoni i del seu treball són funcions que han cobrat molta rellevància aquests últims anys pel valor estratègic que tenen en la gestió dels mateixos museus.

Els avenços en tecnologia i l'arribada d'Internet, la web social i la telefonia mòbil han afectat profundament tots els àmbits del món occidental, fins al punt de crear globalment noves formes d'interconnexions, de relacions i de generació del coneixement en la societat. Els museus, com a instrument de desenvolupament social i cultural al servei de la societat, també es veuen afectats per aquests canvis. En general, les institucions s'han apropiat més als ciutadans, els quals ara poden debatre

Susana Navarro
Museu Marítim de Barcelona

sobre elles, participar-hi a través dels nous canals de comunicació que els ofereixen, incidir en les seves decisions i contribuir al seu futur.

El Museu Marítim de Barcelona (MMB), que és una institució permeable als canvis de la societat, i

que està disposada a innovar i explorar noves vies d'actuació que la mantinguin en una posició de lideratge, assumeix aquesta demanda participativa de la societat i la incorpora no només a la seva comunicació, sinó també al nou projecte museogràfic en què actualment treballa.

L'MMB ha treballat els últims anys no només per adaptar-se a les noves formes de relacionar-se amb el públic, sempre buscant la seva participació, sinó que, més enllà d'això, ha sabut avançar-se i implementar les noves tecnologies al servei dels visitants de forma pionera.

La futura guia multimèdia de l'MMB està desenvolupada per a iPod i és compatible amb iPhone. Aquest equip incorpora les tecnologies audiovisuals més actuals (realitat augmentada, RFID, Wi-Fi, Bluetooth, àudio i vídeo) i les posa al servei del visitant per millorar la comunicació abans, durant i després de la visita.

El gestor del web també adopta l'enfocament participatiu i permet distribuir la producció de contingut per tota l'organització.

■ DEL PDA A L'IPHONE

A principis d'aquest nou segle el Museu posa a disposició dels visitants la guia multimèdia interactiva com un servei inclòs en el preu de l'entrada. A través d'aquesta guia, que utilitza la tecnologia PDA, el visitant disposa d'un sistema d'informació i comunicació complet en nou idiomes que complementa la seva visita amb textos, vídeos i continguts addicionals que poden enviar-se a temps real al correu electrònic. A més, ofereix la possibilitat de registrar-se en un sistema d'enviament periòdic d'informació sobre l'activitat del Museu per SMS.



Aquesta tecnologia permet establir una relació comunicativa continuada del visitant amb el Museu més enllà de la mateixa visita. En el marc de les actuacions en política d'accessibilitat de l'MMB, aquesta guia interactiva incorpora també el llenguatge de signes i la subtitulació en català i castellà per fer més accessible i participativa la visita a les persones amb discapacitats auditives.

Per aquesta guia, el Museu Marítim de Barcelona va ser distingit amb el premi Computer-World 2008 a l'Impacto en el Ciudadano en Cataluña, atorgat pel setmanari *ComputerWorld*. El guardó, que es va concedir en el marc del III Foro de Modernización TIC 2008, celebrat el 7 de febrer a

Barcelona amb el lema «Hacia una administración plena», va reconèixer a l'MMB la seva aposta pel benestar del ciutadà mitjançant l'ús de les tecnologies de la informació i les comunicacions.

En aquests moments, l'MMB enceta un procés de renovació i millora. D'una banda, actua sobre l'edifici, treballant en l'última fase del Pla Director de Reforma i Restauració de les Drassanes Reials de Barcelona, per enllestir la recuperació integral d'una de les joies del gòtic civil català. D'altra banda, treballa en el desenvolupament d'un nou projecte museogràfic per a la seva exposició permanent. Per aquesta raó, i fins al 2013, l'exposició permanent esta-



rà tancada i les guies multimèdia no estaran disponibles. El futur MMB disposarà de noves guies que s'adaptaran a les noves tecnologies de la informació i la comunicació.

■ LA COMUNICACIÓ WEB

El 2008 el Museu Marítim de Barcelona va encetar un nou projecte de web corporatiu, aprofitant el canvi en la imatge gràfica del Museu. Aquest nou projecte web havia de millorar l'anterior més enllà de l'aplicació d'un nou disseny de marca, amb l'objectiu de fer més intuïtiva la navegació de l'usuari, augmentar les possibilitats de con-



Patrimoni

L'actual web de l'MMB dóna resposta a la demanda dels usuaris: més interactivitat i participació en l'actualitat del Museu i en la construcció i generació de coneixement.

L'MMB és conscient de la importància de les xarxes socials en la comunicació web i enllaça amb les principals xarxes actuals (Flickr, Facebook, Slideshare, Twitter, YouTube, etc.).

tacte i comunicació dels visitants amb el Museu, fer més visible l'actualitat del Museu, més senzilla l'actualització dels continguts i més flexible l'adaptació als successius canvis tecnològics que es produeixen a Internet i als nous formats informatius que apareixen. En definitiva, aquest nou web, publicat el 2010, com tota la comunicació del Museu havia d'adaptar-se a la demanda dels usuaris: més interactivitat i participació en l'actualitat del Museu i en la construcció i generació de coneixement.

La possibilitat de publicar-hi més imatges relacionades dins de galeries temàtiques i també audiovisuals fa el web més atractiu visualment per un usuari acostumat a

El Museu és conscient que les xarxes socials faciliten la participació i la implicació dels usuaris, que complementen els canals de comunicació bidireccional (atenció telefònica, presencial, etc.) i que els proporcionen respostes immediates i més properes, ja que se situen en el seu context personal. També sap que faciliten la creació de xarxes temàtiques d'usuaris que, alhora, generen un coneixement fonamental i complementari que ajuda l'organització a connectar els seus interessos i a reorientar la seva estratègia en funció d'aquests, si és necessari. Per això, al mateix temps que el web ofereix informació oficial actualitzada, permet distribuir contingut per les xarxes socials, enllaçant



consumir aquest tipus d'arxius, però també a produir-los i a compartir-los. També ofereix la possibilitat de crear un espai personal dins l'MMB registrant-se prèviament en un àrea privada. El web respon a la demanda d'una comunicació més viva amb els usuaris a través de la incorporació dels nous blocs, publicats de forma paral·lela a la comunicació oficial del web corporatiu. El bloc de la Biblioteca i el Centre de Documentació, el bloc d'activitats infantils i el bloc dels docents s'enllacen des del web. Així, els diferents usuaris específics tenen la possibilitat, a través d'aquests blocs, de publicar comentaris i crear debat de forma espontània.

amb les principals xarxes del moment (Facebook, Flickr, Slideshare, YouTube, Twitter, etc.).

El gestor del web també adopta aquest concepte participatiu i permet distribuir la producció de contingut per tota l'organització. Accedint en xarxa al gestor, qualsevol àrea del Museu que desenvolupi activitats i que vulgui compartir la seva tasca, o qualsevol notícia relacionada amb el món marítim, pot fer la seva contribució al web redactant, corregint i actualitzant la informació de determinades seccions (activitats, notícies, convocatòries i beques, etc.). Per donar suport al personal del Museu que col·labora en la gestió del web, s'ha elaborat un manual de treball d'ús in-

tern que inclou: informació tècnica descriptiva del funcionament de l'eina, un breu manual d'estil, l'aplicació de la imatge gràfica als diferents documents que es poden adjuntar (PDF, Powerpoint, etc.). Es tracta d'un document obert, que anirà creixent i transformant-se amb la incorporació de l'experiència de l'ús compartit del gestor i dels possibles canvis en la comunicació web de l'MMB.

■ DE LA WEB SOCIAL AL MUSEU

La web social ha donat pas a una sèrie d'instruments i formes de relacionar-se i compartir que fan que la parti-

visitants i usuaris poden crear, compartir i connectar (opcions participatives en què es basen totes les xarxes socials) entre si al voltant del seu contingut. Crear significa que els visitants poden aportar les seves idees i les seves expressions creatives. Compartir vol dir que els usuaris han de poder debatre, emportar-se a casa (i als seus dispositius mòbils), utilitzar i redistribuir el que veuen i generen durant la visita. I connectar significa que els usuaris han de poder socialitzar i comunicar-se amb altra gent que comparteix els seus interessos.

El Museu Marítim de Barcelona té la intenció d'aplicar aquesta realitat comunicativa a l'espai de l'exposició per-



cipació sigui més accessible que mai. Avui dia, els visitants, la majoria dels quals també són usuaris d'Internet, esperen poder participar activament en les institucions culturals; poder debatre, compartir, reutilitzar i connectar allò que els ofereixen per sentir-s'hi més a prop. L'usuari demana que aquest enfocament participatiu, que ens arriba de la mà de la web social, es traslladi també a l'espai presencial del Museu. Per això, actualment, la interacció amb l'usuari des de l'espai expositiu és el rept que té per endavant qualsevol institució cultural centrada en el seu públic.

Una institució cultural participativa és un espai on els

manent del 2013, en la qual s'han previst espais per a la participació i la interacció amb el visitant i usuari web. L'MMB va més enllà d'incorporar elements interactius com taules interactives tàctils, baranes de transmissió de so o projeccions immersives, que utilitzen diferents tecnologies en interacció amb altres dispositius per recrear determinades sensacions i experiències que milloren la immersió en la visita.

La participació real en la construcció de significat dins l'exposició, la contribució al contingut oficial amb el contingut propi de l'usuari abans, durant o després de la visita, ha de ser possible a través d'una contínua retroali-



Patrimoni

mentació entre l'espai presencial i el web del Museu, i de la presa de consciència de la necessitat que l'àmbit comunicatiu impregni tota l'activitat museística. Les possibilitats de participació són moltes, sobretot si l'espai físic que s'hi dedica dins l'exposició no està emmarcat en cap àmbit en concret. Un espai iMMB podrà acollir, per exemple, exposicions fotogràfiques enterament participatives a través d'una convocatòria per Flickr, o un concurs de receptes de cuina marinera original gravades en vídeos de, com a màxim, tres minuts de durada i que tingui com a jurat els mateixos usuaris del nostre perfil al canal YouTube. Els resultats es podran exhibir a l'espai permanent en un punt específic i, fins i tot, redistribuir-se entre altres activitats relacionades; seguint l'exemple anterior, es pot convidar la persona guanyadora del concurs de receptes a conèixer un dels xefs de renom que col·laboren puntualment amb el projecte de restauració del Museu.

Però no tot són oportunitats en la comunicació del se-

gle XXI, també ens planteja molts reptes: la seguretat de les dades a Internet, situacions legals concretes (de la signatura electrònica a les llicències Creative Commons), la creació de contingut multiplataforma (del mòbil a l'i-Pad), els models d'integració entre contingut i mitjans, els nous formats d'escriptura (del *post* al *microblogging*), els nous models creatius (del *banner* al viral), etc. Així, per a la superació d'aquests reptes, cal la intervenció de professionals de diferents especialitats com poden ser informàtics i enginyers de telecomunicacions, documentalistes, dissenyadors webs, museòlegs, assessors jurídics, etc., que treballin en col·laboració amb els departaments de comunicació. Però, sobretot, el que requereixen aquests reptes és una actuació ràpida i consensuada per solucionar, pas a pas, les situacions ambigües que genera la velocitat a què se succeeixen els canvis de model web (1.0, 2.0 i 3.0) i de la nova tecnologia que els suporta.