

# Del arte al periodismo y la innovación

El Dossier de este número 90 de *Telos* conecta con el que publicamos hace nueve meses sobre la Cultura Digital y con artículos anticipatorios recogidos en otros números anteriores, pero tiene entidad propia. Los museos y, por extensión, el patrimonio cultural, constituyen uno de los campos de actividad cultural que mayores cambios ha sufrido desde su nacimiento histórico en forma de museos nacionales, como gran escaparate de los cambios sociales y del papel del arte en su seno.

De los grandes museos-nación como recopilación exhaustiva del arte estatalmente legitimado por el pasado al museo espectáculo regido por las novedades de recopilaciones y eslóganes inéditos, por las vanguardias inmediatas, por las estrellas (obras descubiertas, restauradas en su luz original, reunidas en nuevas combinaciones...); del objetivo central de conservación y formación de los artistas futuros a la taquilla como indicador del éxito; de las obras materiales estables a los objetos inmateriales e inasibles; del arte «auténtico» e incontestable a los campos más indefinidos (las motos, la moda, ...): los museos resumen así los destinos de la cultura contemporánea, todavía en su versión analógica, como un laboratorio de nuestra historia social. En paralelo, se mantenían, inalcanzables, las utopías diversas de un arte abierto, enlazado con el espacio cotidiano, integrado en la vida social.

Tales transformaciones palidecen en comparación con las sufridas en la era digital por los museos y el patrimonio cultural, un campo que todavía carece de una investigación acorde con su trascendencia. De ahí el *call for papers* emitido por *Telos* en su web que rezaba así: «La mayoría de los museos e instituciones culturales han realizado un gran esfuerzo por integrarse en esta nueva era digital, aunque en muchos casos se ven desbordados por la rapidez con la que se producen los cambios tecnológicos. Directores, comisarios, conservadores, responsables de comunicación... todos ellos analizan las mejores prácticas y estrategias a desarrollar en sus diferentes ámbitos de responsabilidad. Son conscientes de que quedarse al margen del aprovechamiento de los nuevos medios digitales puede conllevar una pérdida de relevancia difícil de recuperar a posteriori (...). El objetivo de este dossier es realizar un exhaustivo análisis, desde diferentes perspectivas, de cómo los museos e instituciones

culturales han integrado las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en su gestión interna y en la conservación y divulgación del arte y el Patrimonio cultural».

Como resultado de este llamamiento y de una estricta valoración y selección anónima, y bajo la coordinación de un experto en este ámbito, Mario Quijano (Instituto Superior de Arte de Madrid), presentamos aquí una colección coordinada de textos que pretende contribuir a llenar estos vacíos. Así, José Nicolás del Río (Universidad de Santiago de Compostela) realiza una detallada revisión histórica del aterrizaje de los museos en Internet; Pablo Castilla (Telefónica) evalúa el salto producido en los últimos años en la relación entre los museos y sus usuarios, en términos de información y de participación; Soledad Gómez (Patronato de la Alhambra) examina la transición de la museología a las redes sociales, y Agustín Martínez, Carlos Oliva y Ana María Rodríguez-Rivas (Universidad Rey Juan Carlos) analizan detalladamente el caso emblemático de la comunicación (interna y exterior) del Museo Reina Sofía.

Los Puntos de Vista encargados por *Telos* a profesionales destacados en este campo complementan a la perfección la visión múltiple de una problemática más compleja de lo que podría imaginarse a primera vista: Jaime Solano (Universidad Carlos III) plantea la utilidad de los dispositivos móviles para el acceso a los museos y exposiciones; Mayte Ortega (Museo Reina Sofía) estudia el impacto de las TIC en la conservación del arte contemporáneo; Mónica Bello se basa en la larga experiencia del concurso VIDA, del que es directora artística, y Javier Celaya (portal dosdoce.com) valora críticamente la relación de los museos con las redes sociales. Ya fuera del dossier, en la sección de Experiencias, se presenta una aportación importante en forma de estudio de caso: un análisis detallado de Google Art Project, a meses de su lanzamiento, aportado por Raquel Herrera (Universidad Oberta de Catalunya).

Esta entrega de *Telos* abre también el campo a otras temáticas del mundo de la comunicación, de las TIC y de sus innovaciones empresariales y culturales. A destacar, en primer lugar, el texto de nuestro Autor Invitado, Silvio Waisbord, un notable investigador de origen hispano en la Universidad George Washington, que repasa las conclusiones principales de la investigación científica sobre las relaciones entre periodismo y política, para concluir una auténtica agenda de reflexión para el futuro. Para quien mantenga esa curiosidad sobre el comportamiento de los medios de comunicación masivos, es aconsejable la lectura complementaria del texto de Marina Santín (Universidad Rey Juan Carlos de Madrid) sobre cómo la concentración multimedia determina en buena medida la agenda de noticias, anteponiendo los intereses mercantiles a los principios éticos periodísticos.

El contenido de este número examina otras problemáticas y enfoques de gran interés. De esta forma, en Perspectivas, Juan Carlos Miguel (Universidad del País Vasco-EHU) disecciona las estrategias de Google, diversificación y compras, para fijar sus grandes retos y problemas para el futuro inmediato de su liderazgo incuestionable; y David Selva (Universidad de Sevilla) repasa la historia del videoclip y su nueva vida relanzada en Internet.

En Análisis, Francisco Cabezuelo (Universidad Complutense) y Javier Sierra (Universidad Abat Oliva Ceu) se plantean los retos de formación del nuevo periodista, con propuestas finales concretas; y Julio Navío y Marta Solórzano (UNED) abordan la compleja problemática de las inversiones en infraestructuras de telecomunicación con la vista puesta en el desarrollo de la

sociedad del conocimiento.

En fin, pero no en último lugar, incorporamos aquí Tribunas de Comunicación de dos investigadoras señeras y recientemente incorporadas a nuestro Consejo Científico: Margarita Ledo (Universidad de Santiago de Compostela) que se atreve a reflexionar sobre los destinos de la creación artística en el marco del proyecto europeo. Y Dolors Reig (Universidad Oberta de Catalunya) que se plantea la necesidad de integrar la Red con la vida social, comenzando por la formación. Junto a nuestras secciones de actualidad de servicio al lector, creemos poder afirmar que esta edición de *Telos* de números redondos está ampliamente a la altura de la trayectoria de nuestra publicación en los últimos años.

