

L'EINA

El museu en línia del Museu d'Història de Catalunya

MARIVÍ GOMIS

MIQUEL ÀNGEL HERMOSILLA



En el darrer quart de segle, hem assistit a un canvi radical en els sistemes de producció i organització. La societat industrial ha donat pas a la societat de la informació.

Aquest terme, molt en voga en els últims anys, ha estat profusament utilitzat però poques vegades s'ha fet un esforç per definir i reflexionar com s'han de situar estratègicament els museus en aquest nou canvi que estem experimentant.

De fet, una de les preguntes plantejades en la sessió inaugural de l'ICOM en el seu congrés general a Barcelona el 2001 era

si en aquesta nova societat de la informació els museus serien capaços de tenir un paper central o bé es convertirien en peces de museu.

Tenim el convenciment que els museus tenen un paper cabdal en aquesta nova configuració per dos motius fonamentals.

En primer lloc, per la seva capacitat d'actuar com a connectors socials de temps i espais en una societat accelerada i globalitzada; i en segon lloc, per la seva capacitat d'actuar com a factoria de coneixement que permet la reflexió, el diàleg, el debat i la participació social.

El paper del museu en la societat de la informació: el museu en línia

L'arribada d'Internet ha suposat una autèntica revolució en tots els àmbits de la societat. El món de la cultura no ha estat aliè a aquesta revolució, i és un dels camps que hi ha entrat amb més força. La superació de les barres espai-temps és, probablement, l'avantatge principal que veuen en Internet els consumidors de cultura, ja que permet l'accés a productes culturals des de distàncies remotes durant les 24 hores del dia, 365 dies l'any. Això retorna al museu físic en forma de beneficis (major difusió, nous mitjans per a la transmissió del missatge, etc.), el més important dels quals és l'augment de visitants.

Els museus s'enfronten al repte d'integrar-se en aquest nou context de la societat de la informació de forma adequada a les seves finalitats. És per això que cal definir els objectius bàsics del museu en línia, que es poden resumir en dos: acomplir la missió del museu físic, i satisfer les expectatives que el públic es crea davant d'un museu d'aquestes característiques. En l'assoliment d'aquests objectius rau la diferència entre fer un veritable museu en línia o publicar a la xarxa un tríptic informatiu del museu físic.



Per tant, és necessari que els museus en línia disposin de recursos adients a l'entorn d'Internet, ja que només es pot denominar museu virtual aquell que desenvolupa continguts en línia amb museografia i funcionalitats pròpies. Així, un dels seus avantatges més immediats és la conversió de l'efímer en permanent.

L'èxit o fracàs del museu en línia dependrà de la capacitat que tingui el museu per situar-se en la nova societat de la informació. Una de les claus d'aquest èxit romandrà en l'habilitat per oferir al visitant una experiència satisfactòria, és a dir, una experiència única i diferenciada com a element que proporciona valor afegit i fa competitiu el museu. I entenem com a experiència el conjunt de sensacions, coneixements i impressions que el visitant adquireix mitjançant la visita i que fan que aquesta perduri en la seva memòria.

Aquest objectiu d'oferir una experiència reforça la idea que els museus en línia no han de ser només una còpia informativa del museu físic, sinó que s'han de plantejar noves fórmules de comunicació del missatge museal i proposar noves experiències que satisfacin les necessitats del públic del segle XXI. A més de mantenir fidel el públic habitual, ha d'aconseguir captar un nou tipus de públic habituat a altres formes d'accedir a la informació.

Davant d'aquest repte, els responsables dels museus han de preguntar-se què volen oferir en aquest nou mitjà: si volen *e-musealitzar* la col·lecció permanent, si es pretén *e-musealitzar* les col·leccions temporals, si es vol crear experiències en línia pròpies, si es pretén digitalitzar els fons catalogats, si es pretén facilitar l'accés en línia a la biblioteca, si es dotarà de funcionalitats la botiga per convertir-la en un comerç electrònic i, finalment, com se'n preveu el finançament. La resposta a aquestes preguntes donarà les pautes per a la creació del museu en línia. Per materialitzar eficaçment aquestes normes,

el museu en línia ha d'aconseguir un equilibri en el desenvolupament dels diferents elements que integren el lloc web:

- una arquitectura de la informació consistent, adequada i coherent;
- un disseny atractiu i funcional, i
- una programació que doti de recursos eficaços les diferents iniciatives que proposa el web.

L'evolució del Museu d'Història de Catalunya a Internet

El 28 de gener d'enguany el Museu d'Història de Catalunya va fer un pas més en la seva estratègia de difusió i comunicació. Aquell dia s'inaugurava el museu en línia de l'MHC, un lloc web que substituïa les anteriors pàgines infor-

llà. No només cal donar informació perquè el públic pugui arribar-hi, s'han d'aprofitar els nous recursos per motivar la visita d'una audiència més àmplia. Així, el públic hi troba, a més de les dades bàsiques per arribar al museu, uns continguts complementaris a la visita física, una extensió virtual del museu físic.

El museu en línia és, a més, una conseqüència del seguiment de la missió del museu: ampliar-ne la difusió, l'abast. El Museu d'Història de Catalunya és ara accessible per persones d'arreu del món. La història del país és material de divulgació per a estudiants, investigadors i curiosos amb només un clic. D'aquesta manera, es facilita la inclusió de la visita al museu del Palau de Mar en els recorreguts



matives del museu. Segons el ressò de la premsa, el museu passava a obrir les 24 hores del dia. Les diferències bàsiques d'aquests dos moments digitals del museu es troben en els objectius. El conjunt de pàgines web que s'havia estat servint des del web de la Generalitat de Catalunya tenia la finalitat de posar a l'abast de tothom la informació bàsica perquè el públic conegués el museu i el pogués visitar. Amb l'actual museu en línia, ara amb adreça pròpia (www.mhcat.net), els objectius del museu van més en-

turístics dels milers de viatgers que la ciutat acull al llarg de l'any. La creació del museu en línia de l'MHC significa, també, la demostració de la vitalitat de l'entitat, que ha perseguit durant molt temps el que ara ja és una realitat: incorporar el museu a l'avantguarda de les institucions culturals europees.

Les noves possibilitats

El museu en línia ofereix els continguts que la seu física proporciona i incorpora altres recursos que ara es posen a l'abast de to-