

CULTURA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS ¿HACIA UNAS POLÍTICAS E-CULTURALES?

Santi Martínez Illa

Roser Mendoza (webliografía)

Introducción

Este artículo quiere aportar elementos de reflexión y debate, con el punto de mira puesto en el ámbito local, y más específicamente en el de la acción cultural pública. El nivel de gobierno local no es únicamente el que lidera la intervención pública en cultura en la mayoría de países, sino que también es este el marco idóneo donde se puede articular la acción cultural pública con la acción cultural y artística de base amateur y asociativa fundamental para lograr una cultura más participativa y abierta a las inquietudes y demandas de la ciudadanía. Y es en este ámbito local donde se puede evidenciar de una forma intensa el impacto de las TIC en la cultura, con todas las oportunidades que el nuevo entorno tecnológico puede suponer para el desarrollo cultural, pero también con todas las tensiones y problemáticas que conlleva.

La dimensión cultural de las TIC es innegable tanto si se contempla la cultura desde una concepción amplia en el sentido más antropológico, como si se toma su concepción más delimitada a aquellos ámbitos que de forma habitual se incluyen dentro del sector cultural. Si se centra exclusivamente en esta segunda dimensión, queda fuera de duda que la irrupción de las TIC ha sido un factor determinante en la conformación de los procesos de producción y consumo cultural en este cambio de siglo.

Con respecto al sector público, más allá del fuerte impacto que el nuevo marco tecnológico haya podido suponer desde un punto de vista instrumental en buena parte de los sectores de intervención cultural, tanto si se trata de la lectura pública, patrimonio cultural o artes visuales y escénicas, la irrupción de las TIC pone sobre la mesa nuevos elementos de debate sobre aspectos que han estado en el centro de la definición de las políticas culturales contemporáneas, como son el acceso a la cultura y la participación cultural de la ciudadanía, los derechos culturales o la relación entre cultura, economía y sociedad.

Las TIC han puesto, por ejemplo, nuevos recursos e incluso nuevos vehículos al servicio de la creación artística abriendo posibilidades casi impensables hasta hace bien poco, pero quizás lo más importante, es que también han posibilitado alterar la re-

lación entre creadores, y entre creadores y públicos destinatarios, y han establecido nuevas vías de acceso a la creación artística y la cultura en general. Tampoco se puede dejar de lado otro aspecto crucial vinculado a la expansión de las TIC: la tensión global-local con la amenaza de homogeneización cultural asociada a los procesos de globalización que están fuertemente vinculados.

La Declaración de Principios de la Cumbre Mundial de La Sociedad de la Información (2003) hace eco de esta realidad, dedicando un apartado de forma explícita a la "diversidad e identidad culturales, diversidad lingüística y contenido local". Entre otros contenidos referidos a la cultura, el Plan de Acción firmado en la cumbre propone textualmente: "Crear políticas que apoyen el respeto, la conservación, la promoción y el realce de la diversidad cultural y lingüística y del patrimonio cultural en la Sociedad de la Información, como se recoge en los documentos pertinentes acordados por las Naciones Unidas, incluida la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural. Esto incluye alentar a los gobiernos a que conciben políticas culturales que promuevan la producción de contenido cultural, educativo y científico y el desarrollo de industrias culturales locales adaptadas al contexto lingüístico y cultural de los usuarios"¹. Es en este contexto que cabe plantear el concepto de "políticas e-culturales".

En nuestros días cualquier institución, entidad o iniciativa cultural tiene que estar presente en la red de forma prácticamente ineludible.

Políticas e-culturales

Vaya por delante que cada vez que echamos mano del prefijo mágico "e" para formular algún tipo de definición o concepto, pisamos la ralla del fácil nominalismo, pero también es cierto que dicha fórmula mágica nos permite solucionar la papeleta, ni que sea de forma provisional y transitoria, aunque sea a costa de encadenar un sinfín de neologismos de dudosa longevidad.

Esta previa viene al caso ya que para hablar de políticas e-culturales, no se puede sortear la referencia a un neologismo previo como e-cultura que también bebe de las mismas fuentes semánticas. Sin pretender aquí sentar criterio, y a falta de la correspondiente inscripción en los registros académicos, se podría acordar que este concepto se refiere a todos los procesos culturales que se desarrollan en alguno de sus estadios a través de la red, en parte o en su totalidad.

Por tanto no se trataría tanto de poner un acento "e" en las políticas culturales, digamos "convencionales", como de incorporar las oportunidades y de afrontar los retos

que el nuevo paradigma tecnológico supone para el desarrollo cultural de las colectividades. La proliferación de las TIC pone encima de la mesa nuevos elementos de debate sobre aspectos que se sitúan en el centro de la definición de las políticas culturales contemporáneas, como son el acceso a la cultura y a la participación cultural de la ciudadanía, los derechos culturales o la relación entre cultura, economía y sociedad. Si cabe hablar de políticas e-culturales es por la necesidad de dar una respuesta desde la intervención cultural a esos nuevos retos y oportunidades relacionados con el desarrollo de Internet, empezando por el propio acceso a Internet.

Es así que el debate sobre la fractura digital no puede quedar de ninguna manera al margen de la definición de las políticas culturales; la fractura digital es fractura social, pero también -y quizás ante todo- fractura cultural. Puesto que Internet supone una nueva y revolucionaria fórmula de acceso a la cultura y de apropiación de contenidos culturales, las políticas e-culturales tienen un largo camino por recorrer.

1. El impacto de las TIC en viejos y nuevos procesos culturales

Se puede presentar de antemano un listado extenso de acciones y procesos dentro del sector cultural que comportan una fuerte relación con la nueva cultura digital. Un listado que incluye desde acciones de alcance más general o intersectorial, hasta las más propias o específicas de los diferentes sectores culturales. Obviamente, conviene advertir que en un entorno muy cambiante, tanto en uno como otro caso, este listado es necesariamente provisional y se encuentra en constante evolución. Así, con respecto al ámbito general se pueden mencionar las acciones clásicas de edición y difusión de sitios web; creación y difusión de software libre; foros, chats, weblogs y listas de correo, etc... En cuanto a acciones más específicas o delimitadas a diferentes ámbitos sectoriales conviene hacer referencia al acceso virtual a archivos, bibliotecas, museos y colecciones; e internet radio o Internet TV (*streaming media*); net-art; proyectos culturales y artísticos en red (procesos abiertos, *work in progress*); e intercambio musical y audiovisual en red.

La edición y publicación de páginas web (*web publishing*) no es desde luego una acción privativa del sector cultural sino que forma parte con los foros, chats, weblogs y listas de correo de las que se puede considerar como estrategias más básicas y universales de la nueva cultura digital. En nuestros días cualquier institución, entidad o iniciativa cultural tiene que estar presente en la red de forma prácticamente ineludible. En este sentido, y constatando que la difusión de contenidos culturales requiere un tratamiento y un cuidado específicos, con unos ciertos criterios y garantías de calidad, a nivel de la Unión Europea se han llevado a cabo diferentes iniciativas².

Estos tipos de estrategias básicas tienen, además, un componente determinante: pueden actuar como detonante o revulsivo fundamental a la hora de implementar o

potenciar estrategias en red por parte de las organizaciones y los agentes culturales tanto institucionales como asociativos.

En cuanto al software libre, el debate y las acciones abiertas alrededor de esta cuestión se encuentran en este momento en un primerísimo plano de actualidad. No se puede dejar de mencionar el gran dinamismo mostrado por los agentes involucrados en esta cuestión, tanto desde sectores institucionales, como, sobre todo, no gubernamentales³. Si bien la incidencia de este fenómeno traspasa ampliamente los "límites" del sector cultural, no se puede perder de vista, que en el fondo de los debates sobre este tema se plantean aspectos cruciales de política cultural: se hace hincapié en cuestiones como la difusión y el acceso, en la idoneidad de este software en las estrategias en favor de la diversidad cultural y de las culturas minorizadas⁴.

2. Una breve mirada sectorial

Una mirada necesariamente muy breve sobre las implicaciones a nivel sectorial, y con atención preferente a los ámbitos de intervención cultural pública que nos lleva en primer lugar a los servicios bibliotecarios. A nadie escapa que el impacto de las TIC sobre las instituciones y los servicios bibliotecarios ha sido de un profundo calado. No insistiremos aquí en el extraordinario vuelco que en su día supuso la introducción de los procesos digitales en la estructura organizativa y de gestión de estas instituciones. Que duda cabe que las TIC han transformado las bibliotecas, sus objetivos y finalidades; sus formas y funciones; sus usuarios y sus usos. Pero lo que quizá resulta más interesante es analizar la reacción del sector bibliotecario ante los desafíos que la nueva situación estaba planteando: en su momento el sector cogió el toro por los cuernos, y se adjudicó un papel de protagonista principal en la transición hacia la sociedad del conocimiento, manifiesto de la IFLA/Unesco (1994) mediante⁵. Como resultado de este posicionamiento, las bibliotecas públicas en muchos sistemas culturales, empezando por nuestro propio país, están adquiriendo un protagonismo indiscutible como espacios de referencia en políticas de acceso y alfabetización digital.

En referencia al acceso virtual a servicios como las bibliotecas o a instituciones patrimoniales como archivos, museos y colecciones, cabe constatar las inmensas posibilidades que se han abierto para la consulta de catálogos y fondos y el acceso remoto a determinados servicios.

En referencia al acceso virtual a servicios como las bibliotecas o a instituciones patrimoniales como archivos, museos y colecciones, cabe constatar las inmensas posibilidades que se han abierto para la consulta de catálogos y fondos y el acceso remoto a determinados servicios. Cabe recordar que, para el sector bibliotecario y archivístico, la digitalización constituyó un auténtico *big bang* en un trayecto en el que probablemente todavía nos encontramos en las primeras etapas y dónde se pueden prever interesantísimas líneas de dinamización cultural. Estas posibilidades no han pasado en ningún modo inadvertidas en la ya citada Declaración de Principios de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (2003), donde se exhorta de forma explícita a los gobiernos a "formular políticas y legislaciones nacionales para garantizar que las bibliotecas, los archivos, los museos y otras instituciones culturales puedan desempeñar plenamente su función de proveedores de contenido (lo que incluye los conocimientos tradicionales) en la Sociedad de la Información, especialmente, ofreciendo un acceso permanente a la información registrada".

Por lo que se refiere a museos y archivos, estas instituciones cuentan ya con una extensa trayectoria en la cuestión, tanto por lo que se refiere al plano teórico y metodológico como en el desarrollo de iniciativas y proyectos. La plataforma "*Museums and the Web*"⁶ exhibe un catálogo impresionante de las mejores prácticas en la materia, que recoge en su convocatoria anual desde el año 1999. En nuestro país, la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) cuenta con un equipo de trabajo "Òliba" especializado en este ámbito. En el seno de este grupo, Cesar Carreras ha llevado a cabo un análisis de la presencia de los museos de Cataluña en la web (Carreras 2004) en el que establece un criterio de clasificación a partir de las metodologías propuestas anteriormente por autores como Teather y Willhem (1999) y Sigala (2004).

Según esta metodología, se establecen cuatro niveles en el desarrollo de la presencia en web de un museo o institución patrimonial: 1) nivel de presencia, difusión e información práctica; 2) web con réplica de los espacios físicos y reproducción virtual de la visita; 3) web con contenidos específicos que permite una verdadera interactividad; y finalmente, 4) web con acceso a una base de datos de las colecciones. Sin llegar a establecer en ningún momento un gradiente, parece claro que el primer nivel corresponde a una presencia básica, y que el nivel 3, con contenidos específicos y propuestas de interactividad sea quizás la opción con más fuerza desde un punto de vista museográfico. Las réplicas virtuales de las visitas que en cierto modo se pueden contemplar como "la salida natural" del museo en la web, desde el punto de vista del acceso, plantean ciertos interrogantes en el sentido museológico (Carreras 2004).

Mención aparte requiere el acceso a las bases de datos sobre los fondos, que afecta tanto a museos como -y muy especialmente- a archivos y bibliotecas, puesto que

en este punto se abren inmensas posibilidades en el establecimiento de metodologías y redes, el ámbito del compartimiento y la sindicación de contenidos⁷.

En el ámbito de las artes escénicas, la irrupción de las TIC hasta el momento se ha concretado más en la esfera de la gestión *-marketing, tiketing-* que en los contenidos⁸. Pero en este sentido, tampoco faltan ejemplos de la incorporación de las TIC en los procesos creativos, con propuestas espectaculares, normalmente vinculadas a planteamientos de representaciones simultáneas, con la incorporación de tecnología *streaming*⁹.

Y en relación a esta tecnología, con Internet radio e Internet TV, la red ha abierto la posibilidad de promover acciones culturales alternativas con una gran dosis de interactividad y sorteando el componente comercial y la banalización creciente que caracteriza los medios de comunicación de masas. La red constituye, pues, un canal alternativo muy interesante para determinados proyectos audiovisuales.

Por lo que respecta a las artes visuales, el net art ha sido uno de los aspectos de la nueva cultura digital que ha generado un debate más intenso, cuando menos en el campo conceptual. Para los teóricos, y sobre todo, para los practicantes, el net art es algo más que arte digital (Alsina 2004), entienden éste como el vehículo creativo que utiliza apoyo y tecnología digital para su realización y se tiene que entender también como algo más que un determinado tipo de expresión artística que se difunde a través de la red (Lora 2003). Para los net-artistas, la creación artística tiene un componente esencial de interactividad que comporta un proceso de creación abierto y colectivo, que a menudo también incorpora una fuerte dosis de reflexión y compromiso social (Garí 2003), hecho que ha generado un nuevo debate en torno al concepto de artvismo (Casacuberta 2004)¹⁰.

La constatación de este retraso se puede argumentar con el hecho que no fue hasta el año 2003 que se celebró un foro de debate internacional de un cierto nivel sobre e-cultura.

3. TIC y contenidos culturales: el concepto de "e-cultura"

En fin, a estas alturas nadie puede dudar que el sector cultural ha sido con toda probabilidad el que ha padecido de forma más intensa el impacto del desarrollo de las TIC. El debate alrededor de la propiedad intelectual que se planteó prácticamente en paralelo al desarrollo de Internet se acentuó con la generalización de determinadas fórmulas de la distribución o intercambio de productos digitales *-fundamental-*

mente grabaciones musicales- a través de la red, o la polémica sobre la "piratería" de diferentes productos audiovisuales -atendiendo a la determinante dimensión económica de la cuestión- no hacen sino confirmar que el factor clave de la sociedad del conocimiento no se encuentra tanto en el desarrollo tecnológico de todo aquello que se relaciona con Internet, sino en la producción, el acceso, el control y la apropiación de los contenidos que puedan circular. Y que estos contenidos son, en esencia, contenidos culturales¹¹.

Sin dejar todavía la cuestión, ciertamente determinante de la propiedad intelectual, cabe mencionar la iniciativa *Creative Commons*¹² y su relación con el concepto de *copy left* puesto que abre una línea de trabajo interesantísima sobre el acceso a contenidos culturales a través de la red.

Es en este contexto que conviene situar la irrupción del concepto de e-cultura, que en principio no deja de ser uno de tantos neologismos relacionados con el nuevo paradigma digital y tecnológico que hicieron fortuna de forma probablemente transitoria. Sin pretender aquí establecer una definición canónica, se podría acordar que este concepto se aplicaría a todos los procesos culturales que se desarrollan en alguno de sus estadios a través de la red, en parte o en su totalidad.

Visto esto, referirse a la dimensión cultural de las nuevas tecnologías es casi más que una obviedad, casi una tautología. En nuestro entorno inmediato, qué procesos culturales no se desarrollan en alguno de sus estadios a través del medio digital, ni que sea en los aspectos más periféricos del proceso. Ahora, y cada vez más, la cultura tendrá un elevado componente de e-cultura, con todas las implicaciones y consecuencias que ello supone. Al hilo de este ensayo de definición y anticipando el concepto de densidad o intensidad e-cultural que se desarrolla a continuación, resultaría muy conveniente evitar una identificación entre e-cultura y estrategias de difusión y presencia web en Internet por parte de las organizaciones culturales, una identificación que todavía está al uso y que resulta sin lugar a dudas limitada¹³.

Por lo tanto, quizás más que hablar de la relación entre las TIC y la cultura, o medir sus impactos, habrá que fijar el punto de mira en establecer cómo se inserta el desarrollo de las TIC y su uso en el desarrollo cultural de las sociedades. Establecer hasta qué punto la incorporación de las TIC puede suponer un plus, un valor añadido, un vuelco determinante respecto a los medios o los formatos convencionales en alguno de los estadios del proceso de producción y consumo cultural, en la dinamización cultural y en el desarrollo cultural de las colectividades.

Hasta qué punto, y volviendo a las políticas culturales, las TIC podrán abrir nuevas puertas de acceso a la cultura y la creación, y en consecuencia, hasta qué punto la "fractura digital" no constituye una amenaza especialmente intensa y aguda para el

desarrollo cultural de las sociedades.

3.1 Estrategias públicas e-culturales: ¿un despegue demasiado lento?

A tenor de lo que hasta aquí se ha expuesto, cabría esperar que tanto el concepto como, sobre todo, las implicaciones del nuevo escenario creado por la expansión de Internet haya tenido un reflejo en consecuencia dentro de los planteamientos de las políticas culturales actuales, pero lo cierto es que este posicionamiento no se ha producido de forma automática. Aun cuando no se dispone de elementos de juicio suficientes que permitan contrastar esta valoración, parece que, por una parte, desde el sector público no se ha reaccionado con celeridad ante el nuevo escenario, pero también es cierto que en estos momentos podemos estar asistiendo al principio de lo que puede ser la eclosión de las "políticas e-culturales".

La constatación de este retraso se puede argumentar con el hecho que no fue hasta el año 2003 que se celebró un foro de debate internacional de un cierto nivel sobre e-cultura. Nos referimos a las jornadas de trabajo de Zagreb (Croacia) auspiciadas por CIRCLE/Culturelink Network que fueron probablemente la primera ocasión dónde se trató el concepto de e-cultura y sus implicaciones en una plataforma internacional de estas dimensiones. Bajo el título de "eCulture: The European Perspective"¹⁴, se debatieron varios aspectos del nuevo escenario e-cultural, empezando por las políticas culturales, pero resulta muy sintomático que fuera precisamente este ámbito de trabajo el que aportara más escasos elementos en el debate, especialmente con respecto a las aplicaciones concretas, en cuanto a políticas públicas de ámbito estatal, o de niveles territoriales inferiores. El grueso de las aportaciones se sitúan en ámbitos como el informacional o de las industrias del conocimiento, pero se podrían contar con los dedos de una mano las presentaciones referidas a políticas culturales específicas¹⁵.

De esta dimensión poliédrica se desprende el concepto de densidad o intensidad cultural de las estrategias sobre TIC.

Aun cuando no se puede elaborar un diagnóstico a partir de un elemento tan puntual, los contenidos y las temáticas tratadas en esta conferencia se puedan utilizar como un buen test de la asunción del nuevo escenario tecnológico por parte del sector cultural en general, y del sector público en concreto. En este sentido, se detecta un claro desplazamiento hacia el desarrollo de las estrategias sectoriales -con claro predominio del sector privado- por encima de las transversales o territoriales que constituye el ámbito preferente de implementación de las políticas públicas.

Este sesgo comporta que el debate sobre el impacto de las TIC en la cultura esté a menudo decantado hacia aquellas cuestiones que más afectan o inquietan al sector privado -impacto económico, propiedad intelectual- en perjuicio de cuestiones como las nuevas posibilidades de participación cultural y el acceso a los nuevos contenidos que son básicas para las políticas públicas.

Por lo tanto, y a pesar de la relación consustancial entre nuevas tecnologías y cultura, no creemos estar muy equivocados si afirmamos que -salvando todas las excepciones y particularidades- el sector cultural en general, y más concretamente el sector cultural público no ha sido especialmente precoz en reaccionar de forma decidida para adaptarse al nuevo escenario. Quizás por la propia magnitud del fenómeno y por las fuertes implicaciones de todo orden que éste supone para el propio sector cultural, éste se ha mostrado poco predispuesto a asumir las consecuencias que todo cambio comporta, y a explorar las posibilidades que se abren en el nuevo escenario.

Poniendo por delante el desconocimiento de otras realidades nacionales o estatales, no creemos demasiado aventurado suponer que esta situación no es privativa de nuestro país, cuando menos se constata la dificultad de encontrar documentación publicada sobre proyectos en esta dirección que se hayan podido llevar a cabo en otras latitudes, incluidos países que cuentan con altos niveles de penetración en cuanto a usos tecnológicos y de acceso a la red.

Y en esta misma línea constatar también que a nivel europeo, no deja de resultar ilustrativo que las iniciativas con más fuerte contenido e-cultural surgidas de los proyectos y programas de cooperación comunitarios, no se hayan acogido al paraguas del programa marco de referencia para el sector cultural, es decir, el "Cultura 2000" sino que se hayan promovido dentro de otros programas e iniciativas comunitarias sobre la sociedad de la información. Resulta muy ilustrativo el hecho que el Plan de Acción comunitario denominado eEuropa incluya en una docena de líneas de acción e-sectoriales, pero entre esta ninguna sobre e-cultura¹⁶.

Como contrapeso a todo esto, se constata un cambio notable de tendencia en los últimos años, que es justo cuando han empezado a proliferar muchas de las iniciativas y proyectos actualmente en curso en diferentes países de Europa -Flandes¹⁷, Austria¹⁸-, así como Canadá¹⁹ y muy especialmente en Australia²⁰.

A modo de conclusión sobre los temas tratados en este apartado se puede apuntar:

- En primer lugar constatar un arranque lento con cierto retraso de las políticas públicas de e-cultura, que las sitúa a distancia del despliegue que se ha producido desde el sector privado.

- Así, y quizás como contrapeso a este efecto, en los últimos años se está produciendo una aceleración de las mismas.

- Constatar asimismo el predominio de las acciones sectoriales -y de forma muy notoria las relacionadas con el sector del patrimonio en un sentido amplio- por encima de los planteamientos transversales y los proyectos de base territorio, y específicamente local.

3.2 La densidad cultural de las estrategias e-culturales públicas

La incorporación de las TIC por parte de las diferentes áreas y niveles de gobierno en el ámbito de la cultura se puede producir desde una concepción básicamente técnica y funcional -que se vincularía a los activos y valores añadidos "convencionales" que se asocian con la incorporación de las TIC a cualquier proceso productivo, organizativo o de gestión- hasta una concepción mucho más específica e impregnada de componentes culturales, relacionada con el potencial estrictamente cultural de las TIC, es decir, con todo aquello que se relaciona con el acceso y la apropiación de contenidos culturales.

De esta dimensión poliédrica se desprende el concepto de densidad o intensidad cultural de las estrategias sobre TIC. Dicho de otra forma, se puede analizar la implantación de las estrategias digitales en la gestión cultural pública, distinguiendo desde las que pueden tener un carácter más general, y afectar por lo tanto a cualquier área de gestión o gobierno hasta las que tienen un carácter más específicamente cultural, y que por lo tanto pueden situarse dentro de la definición de e-cultura.

Este planteamiento gradualista, se relaciona en cierto modo con la metodología de análisis de presencia de organizaciones en la web propuesto por Soler (1999). Para este autor se establecen tres niveles de intensidad, desde la simple presencia a la inclusión e intensificación de contenidos y su mantenimiento y actualización. En nuestro caso, la escala de intensidad se mide a través de la especificidad cultural de esos contenidos.

Tal y como ilustra la tabla (pág. 84) se contemplan tres tipologías de estrategias con una intensidad gradual de especificidad cultural.

- En el primer grupo se incluyen aquellas estrategias que puede adoptar un departamento público de cultura pero que en ningún caso resultarían privativas o específicas de este departamento, sino que resultan comunes a cualquier área de gestión, y en cierta medida se tendrán que contemplar como inherentes a la propia estrategia pública global sobre TIC. Es decir, que si se establece, por ejemplo en el ámbito local, una estrategia de gestiones on-line, ésta puede ser tanto útil a la hora de

Estrategias digitales	Acciones tipos	Acciones concretas	Áreas de gestión vinculadas
Generales	Organización y gestión de estructuras Información y difusión de acciones Provisión de servicios	Organización y gestión de estructuras Información y difusión de acciones Provisión de servicios	CUALQUIERA
En/de red	Participación en redes externas Redes cívicas locales	Circuitos y redes de difusión (bibliotecas, museos, difusión artística...) Apoyo a entidades y agentes cívicos: correo y web entidades, espacio web, información y gestiones entidades...	MÁS ESPECÍFICO DE CULTURA
De contenidos (culturales)	Intervención cultural	Apoyo a creación digital y acciones en/por red (premios, subvenciones) Programaciones propias e-cultura	BÁSICAMENTE CULTURA

adquirir localidades para un espectáculo cultural o hacer inscripciones a los cursos de un centro cívico como para reservar una instalación deportiva municipal, hacer el pago de una tasa o realizar una consulta sobre el padrón.

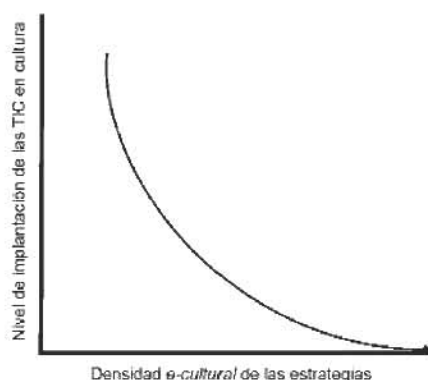
- En el segundo grupo se contemplan las estrategias que tienen un componente más específico de red. Establecer esta tipología puede parecer sorprendente cuando hablamos de TIC, donde el componente de red es consustancial, pero si se observa la organización de las áreas de gestión, se pueden diferenciar claramente determinados departamentos que intervienen en ámbitos de actuación que cuentan con la pre-

sencia de agentes cívicos o asociativos que pueden operar con una cierta lógica de red ciudadana. Y aquí se abre un ámbito más específico de implementación de estrategias digitales en red, a áreas como cultura, deportes, o participación ciudadana por poner algunos ejemplos.

- El tercer grupo corresponde a estrategias digitales específicamente culturales. Aquí haría falta situar, no tanto estrategias de gestión, promoción o difusión de actividades culturales o artísticas -puesto que éstas se podrían incluir en el primer grupo (agendas culturales, venta de entradas *on-line*, etc.)- sino de programaciones o apoyo a proyectos culturales que en algún escalón de su ciclo de creación y consumo se relaciona con las TIC.

Pues bien, si atendemos a algunas experiencias analizadas (región de East England al Reino Unido, provincia de Barcelona en España) los resultados evidencian un desarrollo de las estrategias digitales de las áreas de cultura inversamente proporcional al que hemos establecido como intensidad de contenidos culturales de las estrategias.

Es decir, tal y como se puede ver en la ilustración, se observa un nivel apreciable de implantación de estrategias del primer tipo, un nivel que retrocede considerablemente cuando se trata del segundo grupo, para culminar en una situación de mínimos casi testimoniales en el tercero grupo.



La constatación de esta realidad permite adelantar una valoración sobre la que volveremos más adelante: hasta el momento, no parece que dentro del ámbito público, el sector cultural se haya significado de una forma notoria y relevante en el desarrollo de estrategias digitales, y más concretamente de estrategias de e-cultura, y eso a pesar del fuerte componente cultural de las TIC, y de las repercusiones y expectativas que su despliegue está provocando sobre la cultura en todos los sentidos. En definitiva, no parece que, al menos hasta ahora, hayan adoptado una posición clara de liderazgo en una cuestión que todos los indicadores parecen apuntar como trascendental.

4. E-cultura y territorio: ¿el ámbito local como referencia?

Si bien las políticas culturales se articulan con la concurrencia de los diferentes niveles de administración y con un peso diferenciado de cada uno de los niveles dependiente de los modelos de organización territorial y las tradiciones respectivas de cada estado, en la inmensa mayoría de casos, el nivel local ocupa un lugar preferente en esta distribución. La pugna por la distribución de competencias y recursos se dirime normalmente en el denominado "nivel intermedio", hacia donde se decanta la balanza en los estados con un modelo más federalista con menoscabo del nivel estatal, que se impone en los modelos más centralizados. Pero en todos los casos el nivel local sale "indemne" de este litigio. La lógica de la subsidiariedad establece que éste es el nivel idóneo para concretar, para materializar un buen número de estrategias de intervención pública en el ámbito de la cultura. La pregunta obligada que surge ahora es: ¿continúa siendo este nivel de intervención el más pertinente para implementar las estrategias públicas de e-cultura?

La pugna por la distribución de competencias y recursos se dirime normalmente en el denominado "nivel intermedio", hacia donde se decanta la balanza en los estados con un modelo más federalista con menoscabo del nivel estatal, que se impone en los modelos más centralizados.

Anticipando una respuesta afirmativa a esa pregunta casi retórica, adelantamos también que pese a todo, la implementación de estrategias de intervención en este nivel evidencian una serie de obstáculos y dificultades y no se desembarazan de la tensión global-local que impregna cualquier aspecto relacionado con el nuevo paradigma digital.

4.1 Potenciales y obstáculos para el desarrollo de la e-cultura a escala local

Las conclusiones de los dos trabajos mencionados (East England, Barcelona) coinciden en remarcar las dificultades para desarrollar estrategias ambiciosas de esto que hemos convenido en denominar e-cultura por parte de los departamentos municipales de cultura, y que esos departamentos no parecen adoptar una posición clara de liderazgo a nivel local en el despliegue de esas estrategias, que recordémoslo una vez más, tienen un fuerte componente cultural.

Por el contrario, si de la esfera pública nos trasladamos al denominado tercer sector, el diagnóstico puede variar de forma sensible. En este sector se multiplican los proyectos y muy especialmente las iniciativas que podrían comprender un componen-

te más "democrático" en la línea de fomento y uso de software abierto, intercambio de contenidos, canales alternativos de información y comunicación, expresiones culturales minorizadas, etc. En el caso de América Latina se observa el potencial de iniciativas e-culturales surgidas en el contexto de colectivos populares y de trabajo con comunidades indígenas²¹.

4.1.1 El precio de la innovación y el riesgo

El desarrollo de proyectos culturales relacionados con las TIC debería venir alentado sin duda por las expectativas creadas en torno a las nuevas tecnologías, teniendo en cuenta además la existencia de políticas y programas transversales de desarrollo de la sociedad del conocimiento²². Pero parece que no ha sido suficiente aliciente para contrarrestar las habituales dificultades de financiación para destinar recursos importantes a proyectos culturales innovadores, y por lo tanto, no exentos de un fuerte componente de riesgo. Un componente que en el sector de las TIC se ha visto normalmente agravado por variables específicas relacionadas con las propias servidumbres del medio tecnológico que podrían añadir un elevado grado de incertidumbre a los proyectos. Nos referimos a cuestiones nada triviales como el peligro de obsolescencia de los recursos aportados -básicamente de hardware-, o de acceso y compatibilidad de software por citar algunas de las más clásicas²³.

La acción cultural local se articula "en, de, para y por el territorio", entendido éste como marco físico y simbólico de referencia.

4.1.2 Las dificultades de adaptación al nuevo entorno

Pero en este capítulo no podemos dejar de mencionar las dificultades de adaptación al nuevo escenario por parte de los responsables técnicos y políticos de las administraciones culturales locales, unas dificultades que se pueden atribuir a factores de cariz muy diverso, entre los cuales está el componente generacional²⁴. Esta dificultad de adaptación, que hace falta decirlo claro y alto, no es sólo privativa del sector cultural, comporta una fuerte dependencia del componente estrictamente tecnológico de los nuevos recursos y dispositivos: lo que de forma plana se podría caracterizar a nivel de estructuras de gestión como de "dependencia de los de informática". Un factor que a menudo actúa de forma disuasoria sino claramente obstaculizadora del despliegue de estrategias y contenidos de la nueva cultura digital. En ese sentido, vale la pena resaltar que algunas de las iniciativas más celebradas de e-cultura a escala local se han producido en municipios que previamente se dotaron de recursos y estrategias que les han permitido salvar o atenuar esa especie de "brecha digital

interna" dentro de la propia organización, y que en muchos casos han desplegado previamente estrategias transversales sobre nuevas tecnologías y sociedad del conocimiento.

4.1.3 La difícil visibilidad de los proyectos

En el estudio de East England se insiste en que los problemas de financiación no son tan determinantes como los derivados de la dificultad de demostrar la valía y el impacto real de los proyectos culturales relacionados con las TIC. Ello implica que, por una parte, los responsables técnicos y/o políticos encargados de asumir y defender los proyectos pueden haber asumido la importancia estratégica de una apuesta en esta dirección, pero no encuentran los argumentos suficientes, o suficientemente claros para explicarlos y justificarlos. Y también, por otro lado, que el entorno todavía está poco maduro para realizar una recepción positiva. Expresándolo en términos coloquiales, pesa todavía mucho la percepción de "¿y eso para qué sirve?" y todavía más, ¿para quién sirve?

Hemos de entender que no se trata tanto de situar esta cuestión en una tesitura del tipo popular/minoritario que ha estado perfectamente asumida -con las lógicas tensiones que comporta- en las políticas de programación públicas, como de situarla en términos de lo que se denomina "visibilidad", es decir: cómo se explica, cómo se vende, cómo se comunica esta nueva y a priori arriesgada opción.

Hay pues una dificultad evidente para aportar argumentos de peso que otorguen la legitimidad política y social necesaria para esa apuesta. Y esto no deja de comportar una cierta paradoja, dado que a nivel de discurso político uno de los puntos que ha suscitado más consenso en los últimos años es precisamente el que gira alrededor de las nuevas tecnologías. A nivel de políticas públicas, las políticas transversales de sociedad de la información o del conocimiento han sido prioritarias en diferentes áreas de gestión y parece que han obtenido un consenso social notable, de forma que no han tenido en caso alguno este problema de "visualización". Desplegar proyectos de alfabetización digital, de dotación de recursos a escuelas o centros cívicos, generan un elevado grado de aprobación y consenso social, y tienen por lo tanto un alto grado de "visibilidad", pero seguramente no se puede decir lo mismo de un proyecto de net-art, Internet radio u otras por el estilo.

Esto nos remite de nuevo a la cuestión de la especificidad y la profundidad de las estrategias e-culturales. En este sentido hace falta recordar la mención al papel de las bibliotecas como espacios de alta visibilidad en la materia.

4.2 Un territorio todavía demasiado virtual

Las programaciones culturales municipales comportan por lógica una relación intensa con su territorio de referencia -que no se tiene que confundir evidentemente con los límites estrictos de su territorio administrativo- puesto que este vínculo territorial determina en primer término su marco de actuación competencial, pero sobre todo, sirve para delimitar buena parte de los criterios que se establecen a la hora de definir las propias programaciones. Así, el territorio municipal es en primer término el escenario, el receptáculo físico directo de los actos que conforman las programaciones locales, aunque éstas no se dirijan de forma exclusiva, o ni tan solo prioritaria a la ciudadanía local, como sería el caso de programaciones artísticas como festivales, concursos o similares que se formulan más en términos de promoción, prestigio o proyección urbana que de prestación de servicio público, y de los que se espera obtener un fuerte rendimiento precisamente en términos de "visibilidad".

Constatar esta evidencia no tiene otra finalidad que poner de relieve la dificultad de ubicación que esta lógica territorial supone para unas programaciones, que por definición tienen un componente de des-ubicación física en el territorio, puesto que se canalizan a través del espacio virtual²⁵ y esto constituye un fuerte percance en términos de "visibilidad", y en consecuencia de los réditos que se pretenden obtener de esta visibilidad. Y esto no deja de constituir una evidente paradoja en clave de política cultural, puesto que el formato virtual permite, como mínimo a priori, dar una difusión incomparablemente superior a las programaciones, y posibilita un acceso casi ilimitado a esas programaciones²⁶, hecho que tendría que ser celebrado y bienvenido en clave de democratización del acceso a la cultura -como criterio básico de objetivos de política cultural, también local. Pero resulta difícil de encajar dentro de los límites del receptáculo físico que ha permitido legitimar los criterios de las programaciones culturales locales hasta el momento.

Esta dificultad de concretar componentes tangibles en la intervención pública se puede inscribir como un nuevo episodio -con ingredientes más sofisticados- en la ya clásica dicotomía entre "piedras y proyectos", entre continentes y contenidos.

**e-cultura
no es incompatible con
democratización de la cultura
ni con democracia cultural,
e-cultura no es incompatible
con acceso y participación,
con derechos culturales
y diversidad, con promoción
económica e industrias
culturales.**

4.3 Una lógica de acción cultural des-territorializada

Efectivamente, la acción cultural local se puede leer en todo momento desde una lógica territorial que le da coherencia y le otorga legitimidad. La acción cultural local se articula "en, de, para y por el territorio", entendido este como marco físico y simbólico de referencia. Este juego de preposiciones ejemplifican los vínculos de esta articulación:

VÍNCULO		RELACIÓN
EN EL	TERRITORIO	La plaza, el teatro, el museo, el espacio físico de ubicación al territorio local.
DE EL		El sujeto o el objeto de la realización -el artista, la colección, la creación- originario o en lo referente al territorio local.
PARA EL		El público local destinatario y usuario preferente de la acción.
POR EL		El municipio como receptor del impacto positivo -directo, indirecto, inducido- de la acción en términos de promoción, imagen...
CON EL		Los agentes culturales, las redes locales participantes en la acción.

Se puede seguir el hilo de esta relación, con el caso hipotético de una propuesta muy habitual en una programación municipal como es un festival de música. La situación de máxima imbricación se daría en el supuesto de que la programación ubicada en un espacio público del municipio en cuestión (dimensión en) incorporara artistas locales (dimensión de), el público local fuera mayoritario (dimensión para), este acontecimiento tuviera un fuerte impacto económico o en términos de promoción o proyección urbana (dimensión por), y finalmente, la producción del festival contara la con colaboración e implicación de agentes privados o entidades del municipio, patrocinadores, colectivos musicales, agrupaciones de espectadores- (dimensión con).

Pero si de una programación de este estilo, donde se pueden identificar estos vínculos de relación con el territorio en su totalidad o sólo en parte, se pasa a una programación en formato virtual a través de Internet, estos vínculos parecen desvanecerse o desdibujarse, y de aquí provienen estas dificultades de "visualización". Visto

así, el formato digital-virtual estaría condenado a permanecer en una posición insignificante en las programaciones culturales locales, pero esto no tiene que ser exactamente así, puesto que hace falta contar con nuevas claves de interpretación que incorpora el nuevo escenario constituido por el espacio virtual y las comunidades virtuales que se desarrollan. A simple vista, trasladar estos dos conceptos a la dimensión local-municipal, en el sentido de "territorializarlos" puede parecer un contrasentido, algo totalmente incompatible, pero en realidad, y aquí reside la clave de la cuestión, las dimensiones física y virtual pueden resultar complementarias en un grado muy elevado.

Pero hay una condición básica para que esto se produzca, el ayuntamiento o la organización cultural responsable de la programación se tiene que hacer presente en el espacio virtual de la red, entendiendo éste no solamente como un canal de difusión y comunicación, sino como un espacio relacional. Y eso, evidentemente, no resulta sencillo puesto que la presencia en este espacio relacional se establece en una pugna que se podría comparar con la competencia por las audiencias en los medios audiovisuales de masa, pero que en ningún caso se puede asimilar. Y es precisamente aquí, en la adaptación a la dimensión local que reside uno de los grandes factores diferenciales entre las TIC con Internet a la cabeza y los *media* convencionales.

Cualquier municipio, u organización pública o privada que tendría grandes dificultades para implementar y mantener con una cierta coherencia una TV o una radio local, con contenidos locales, tiene al alcance establecer y mantener un dispositivo de Internet que le permita establecer un marco de relación virtual puesto que puede permitir la interactividad de forma permanente. Un marco que delimitará una comunidad más o menos amplia en función de los contenidos de este dispositivo, que pueden ser desde el reportaje fotográfico de los actos de la fiesta mayor de una pequeña localidad, a la versión virtual de una gran exposición presentada en el museo municipal de una gran ciudad. Y una buena exposición virtual acabará llevando público a la exposición "tangible", al museo, y en definitiva "al territorio".

Un ejemplo: el cartel virtual de las fiestas mayores

La edición del programa y el cartel anunciador de fiestas mayores u otras celebraciones populares constituye uno de los elementos casi indisolubles de las propias programaciones. En muchos municipios la realización del cartel viene precedida por la convocatoria de premios o concursos, o alternativamente, se encarga a artistas o diseñadores de referencia locales. El resultado del concurso o el encargo acontece por lo tanto, un elemento más de la programación cultural y festiva, sometido a la valoración de la crítica y la ciudadanía, y a la atención de los medios de comunicación, el que a menudo provoca encendidos debates y polémicas²⁷. El cartel es por un espacio de tiempo

más o menos dilatado la imagen más difundida de la ciudad o villa y se apodera de espacios abiertos y cercados, privados y públicos. El cartel además está dotado de un alto contenido simbólico, plataforma de expresión de un determinado talante, de una forma de entender la programación, la cultura y hasta la propia concepción del proyecto cultural y político del municipio.

Pero no se trata tanto de insistir en lo que es una evidencia, como de interrogarnos sobre la "virtualización" de este elemento fundamental de las programaciones culturales locales. Un primer paso en esta dirección sería la incorporación de una versión digital del cartel de la fiesta mayor o programación en cuestión -carnaval, festival- y en forma destacada a la página web del municipio, de manera que éste "se enseñoree" del espacio virtual -con todas las dificultades ya descritas que esto plantea- de forma paralela a como lo hace del espacio físico. Un segundo paso constituiría la convocatoria de un premio o concurso complementario o específico para diseñar un "cartel digital", que permitiera aprovechar todas las posibilidades de los vehículos creativos en entorno multimedia, y que por lo tanto, incorporara, sonido, animación, etc.

Hasta aquí se están planteando acciones que trasladan de forma automática o "clónica" una acción clásica y propia de un entorno convencional, a un entorno virtual, se trata de acciones que puedan aportar las externalidades positivas propias del nuevo entorno digital: difusión accesoria e "ilimitada" en el caso de colgar el cartel y el programa a la web en cuestión, y proyectarlo por lo tanto *urbi et orbi*; apoyo a la innovación y fomento de los nuevos vehículos y formas creativas en caso de convocatoria específica de "cartel digital-multimedia"..., que en caso alguno están carecidas, antes al contrario de "visibilidad".

Pero estas sólo son algunas de las posibilidades que se derivan de la incorporación del nuevo paradigma tecnológico a la acción cultural local, se puede mencionar, por ejemplo, la construcción de una galería virtual donde se expongan todos los carteles ganadores en formato convencional y/o virtual, que se podría ampliar a todas las obras que participan en caso de concurso con todas las posibilidades que esto ofrece.

Y todavía queda por apuntar una de las dimensiones en que el nuevo entorno ofrece más posibilidades y expectativas, la dimensión que permita incorporar el elemento participativo y comunitario: elección del cartel por votación popular en la red; sobre exposición de propuestas, recepción de ideas y propuestas previas, elaboración de la propuesta a través de un proceso creativo abierto y/o participado a la red.

4.4 ¿Es conveniente una acción local de e-cultura?

¡Me gusta que me haga esta pregunta! Tras haber desgranado la serie de obstáculos y dificultades con que se puede encontrar la administración local que tome esta decisión, la respuesta es, como mínimo, compleja, pero nos aventuraremos a decir que es recomendable, e incluso necesaria.

Adoptar una estrategia de e-cultura no tiene que suponer tal y como ya se ha visto, alterar los objetivos de política cultural ni las prioridades básicas de intervención, sino simplemente modularlos para encajar nuevos procesos. Insistimos, e-cultura no es incompatible con democratización de la cultura ni con democracia cultural, e-cultura no es incompatible con acceso y participación, con derechos culturales y diversidad, con promoción económica e industrias culturales; con fomento de la innovación, los nuevos lenguajes y la creación contemporánea... sino que puede encajar y aportar elementos a todas estas dimensiones fundamentales de la intervención cultural pública. No volveremos a enumerar el listado de aplicaciones posibles apuntado en las primeras páginas del documento, pero quizás recordar aspectos cómo:

- Las TIC permiten mejorar los procesos de organización y gestión interna de los propios departamentos de cultura y hacer más eficiente la prestación de determinados servicios a la ciudadanía, que se puede beneficiar por lo tanto de unas mejores prestaciones por parte de la administración local.
- Las TIC puede suponer un impulso en la dinamización de las redes ciudadanas, y a la participación cultural de la ciudadanía con nuevos recursos y dispositivos al servicio de los agentes culturales.
- Las TIC han puesto nuevos recursos, nuevos contenidos, e incluso nuevos vehículos al servicio de la creación artística que puedan conectar con la sensibilidad de nuevos públicos poco permeables a las propuestas más convencionales.

4.5 Las expectativas y la realidad: algunas direcciones y perspectivas

Los ingredientes principales para desarrollar los usos culturales de las TIC se tienen que plantear en los mismos términos que para cualquier otra iniciativa de desarrollo cultural local.

Los proyectos relacionados con la e-cultura tienen que poder encajar con toda normalidad dentro de las programaciones culturales locales, que tienen que poder beneficiarse de las potencialidades que comportan las TIC aplicadas a la cultura. No estamos hablando de un campo de acción testimonial ni de futuribles, ni de curiosidades o extravagancias, sino de una cuestión determinante, ahora y aquí

para el futuro del desarrollo cultural.

El nivel de penetración de los usos de las TIC aumenta gradualmente y ya resultan mayoritarios en los segmentos de edad más jóvenes cada vez más familiarizados con los usos y entornos tecnológicos. Por lo tanto, cuando se establecen políticas de ensanchamiento de públicos no se pueden dejar de tener en cuenta estas consideraciones. En este sentido se puede pronosticar que los recursos y los esfuerzos invertidos hasta ahora en la implementación de las TIC por los responsables culturales públicos tendrán una recepción adecuada en estos segmentos.

Hace falta prever también que el acento de la acción cultural pública en este ámbito se traslade de forma progresiva de las funciones de gestión y organización hacia propuestas y proyectos con un componente más profundo de e-cultura.

Conviene tener muy presentes las dificultades y los obstáculos con que los responsables políticos y gestores técnicos se encontrarán con toda probabilidad a la hora de concretar sus acciones.

Es importante no construir expectativas demasiado elevadas: la visión de los actores más convencidos y militantes de la nueva cultura a menudo excede la capacidad de recursos con que pueden contar los entes públicos -empezando por los tecnológicos-.

Aun así, cabe no perder de vista la "fractura digital" que constituye sin duda un nuevo factor de exclusión, tanto social como cultural, pero, y precisamente de ahí que, hace falta contemplar las acciones de alfabetización e inclusión digital como cuestiones prioritarias de cualquier política cultural.

Aún así, la persistencia de esta fractura no tiene que suponer un factor de deslegitimización hacia el desarrollo de las políticas de e-cultura, en todo caso, tiene que ser visto como uno de tantos obstáculos a la participación en la vida cultural que se pretenden combatir con las políticas culturales públicas.

Evidentemente, no se ocupa el espacio virtual sólo con una página web que se actualiza de vez en cuando. Hay que llenarlo de contenidos -culturales-, se tiene que convertir en este espacio relacional en el que se puedan producir procesos creativos, compartir proyectos, experiencias y sensaciones. Y a todo eso en el territorio no virtual también se le llama dinamización cultural...

Y evidentemente, a priori lo tiene mucho mejor para "colonizar" el espacio virtual de relación la gran exposición de una gran institución cultural que el pequeño reportaje de la cultura local del pequeño municipio, pero hace falta perseverar en la idea

que este espacio no tiene límites físicos y por lo tanto, hay lugar para todos.

La dimensión de los municipios o entes locales no tiene que ser un obstáculo para ese desarrollo puesto que no faltan ejemplos de experiencias excelentes. La clave está en construir proyectos a la escala adecuada y participar de los beneficios y sinergias de la acción en red. En este sentido resulta especialmente pertinente el papel de las estructuras y dispositivos en red y de apoyo por parte de administraciones o niveles de gobierno de rango superior.

Con esto no queremos decir que esta presencia "local" quede a resguardo de los procesos de globalización cultural, Internet no constituye ningún refugio blindado donde se puedan guarecer las entidades locales, los colectivos o las expresiones culturales minoritarias, hace falta tenerlo bien presente. Pero también es cierto que a priori presenta las condiciones objetivas para que estas entidades, o estas expresiones puedan delimitar su espacio de relación, y hacerlo de forma mucho más viable y efectiva que por otros medios y canales convencionales.

Por ello, y de acuerdo con lo establecido en la ya citada Declaración de Principios de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (2003), conviene recordar los vasos comunicantes que se establecen entre las políticas de diversidad cultural y protección de las expresiones minoritarias y las políticas para el desarrollo de la sociedad del conocimiento.

NOTAS

1. "Construir la Sociedad de la Información: un desafío global para el nuevo milenio". Declaración de Principios de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (2003).
<http://www.itu.int/ /wsis>
2. "Handbook for quality in cultural Web sites. Improving quality for citizens" editado por el Minerva Working Group 5 dentro del programa marco europeo para la sociedad de la información.
<http://www.minervaeurope.org/publications/qualitycriteria.htm>
3. Cabe mencionar aquí experiencias en torno a la difusión de software libre como la protagonizada en nuestro país por la Junta de Extremadura con su plan de alfabetización digital (Plan de Alfabetización Tecnológica y Software Libre de Extremadura. <http://www.nccextremadura.org>) o la tarea de innumerables organizaciones y asociaciones.
4. Ver Jordi Mas i Hernández, "El software libre y las lenguas minoritarias: una oportunidad impagable".
<http://www.uoc.edu/humfil/articles/esp/mas0303/mas0303.html>
5. IFLA/Unesco(1994), Manifiesto sobre la Biblioteca Pública.
<http://www.ifla.org/vii/s8/unesco/span.htm>
6. Museums and the Web an International Conference.
<http://www.archimuse.com/conferences/mw.html>
7. En esta dirección cabe mencionar el proyecto europeo DigiCULT Technology Challenges for Digital Culture. <http://www.digicult.info/>
8. La web australiana Fuel4arts acapara un catálogo impresionante de documentación sobre e-marke-

ting aplicado al sector cultural.

<http://www.fuel4arts.com/>

Sobre artes escénicas ver también el especial "Economía della cultura" del año 2004 "Spettacolo, tecnologia e organizzazione del mercato".

9. Sobre esta cuestión, cabe hacer mención al trabajo pionero realizado en nuestro país por la Fundación i2CAT.

<http://www.i2cat.net/i2cat/servlet/I2CAT.MainServlet>.

10. Ver dentro de Artnodes (<http://www.uoc.edu/artnodes/cat/index.html>) el nodo "Arte, activismo y tecnología. Heterotopías glocales" compilado por Pau Alsina y Laura Baigorri y con colaboraciones de Josephine Berry, David Casacuberta, Geert Lovinck y Florian Schneider, Marina Garcés, Andreas Broechman y David Garcia. Ver también Clara Garí: *Arte en red. El net-artista como agente social* y Manuel Lora: *@rte y cultura en la red. un@ introduccion @l net.art desde la perspectiva de las ciencias sociales*.

<http://cibersociedad.rediris.es/congreso/comms/g04lora.htm>

11. En este sentido cabe recordar que el concepto de "contenidos" se ha esgrimido a menudo como un criterio fundamental a la hora de delimitar el ámbito de las industrias culturales.

12. Ver <http://creativecommons.org>

13. Por poner un ejemplo de esa identificación cabe mencionar la serie de estudios realizada en Francia por la consultoría Ernst & Young "Les acteurs culturels et Internet. Synthèse de l'étude e-Culture" con ediciones desde el año 2001 al 2004. Ver PEUCH-LESTRADE et al (2002).

14. <http://www.culturelink.org/eculture.html>

15. En las jornadas se presentaron tan sólo dos casos de implementación de políticas de e-cultura, uno a nivel estatal (Canadá) y otro a nivel local (Barcelona) más una aportación de los Países Bajos en clave de reflexión. Ver el documento de la conferencia "eCulture: the European perspective: cultural policy-knowledge industries-information lag: conference reade".

<http://www.culturelink.org/conf/ecult/ecultread.html>

16. El listado es el siguiente: e-research, e-security, e-education, e-working, e-accessibility, e-commerce, e-government, e-health, e-content, e-transport.

http://europa.eu.int/information_society/eeurope/2002/actionplan

17. CARPENTIER, Nico. "Beyond the virtual binary ICTs as tools for bridging cultural divisions".

http://www.re-creatievlaanderen.be/srv/pdf/srcvwp_200201.pdf

18. Ver el "Symposium eCulture Horizons: From Digitisation to Creating Cultural Experience(s)", celebrado en la ciudad austriaca de Salzburgo el verano de 2004.

<http://eculture.salzburgresearch.at>

19. Ver "The eCulture Directorate".

http://www.canadianheritage.gc.ca/pc-ch/org/sect/publi/eculture_e.cfm

20. Desde el año 2001 se organiza en Australia la "OZeCulture the national conference about culture, creative industries and ebusiness" promovidas por el Departamento Gubernamental de Comunicaciones, Tecnologías de la Información y de las Artes.

21. <http://www.novica.com>

22. Conviene recordar en este sentido las iniciativas surgidas de la Cumbre de Lisboa del año 2000 y el "Plan de acción eEurope 2005: Una sociedad de la información para todos".

http://europa.eu.int/information_society/index_es.htm

23. Cuestiones que remiten de nuevo y con acento propio a la cuestión del software de código abierto y el código abierto, <http://www.softcatala.org/articles/> y también al ya citado "Creative Commons".

24. Véase el documento de prospectiva "Escenarios de futuro para la sociedad de la información en Cataluña", en *Cuadernos de la sociedad de la Información* nº 3 y también el monumental estudio "La Sociedad Red en Cataluña" coordinados por los profesores Manuel Castells e Imma Tubella.

25. Este concepto se ha situado como uno de los elementos claves en el fructífero debate suscitado especialmente en el ámbito de la antropología en torno a las nuevas formas de socialización relacionadas con Internet, en las que el espacio virtual auspiciaría nuevas formas de relación social y alojaría las diversas fórmulas de comunidad virtual. Veáis las obras de Joan Mayans (2001 y 2002), Lluís Anyó (2002) y muy especialmente Reingold Howard (1996), uno de los primeros teóricos de las comunidades virtuales. Sin dejar el espacio virtual cabe mencionar también las aportaciones que se han realizado

desde la geografía, y que ha dado lugar a la formulación del concepto "Cibergeografía" (Buzai 2001 y 2004) empezando por los estudios de Dodge i Kitchin (2001) (www.cibergeography.org)

26. Conviene remarcar que el umbral de acceso viene condicionado siempre por el propio nivel de penetración del uso de las TIC entre la población de referencia.

27. Los carteles de las Fiestas de la Merced de Barcelona cuentan con una larga tradición en este sentido.

WEBLIOGRAFÍA (actualizada en septiembre de 2005)

ALSINA, PAU (julio 2004). "Sobre art i informàtica: introducció a l'art digital". Artnodes. 10 pp. <http://www.uoc.edu/artnodes/cat/art/pdf/alsina0704.pdf>

ANDERSEN, ARTHUR (2000). *Institutions et entreprises culturelles. e-Culture, Internet et les acteurs culturels: évolution ou révolution? Synthèse*. <http://perso.easynet.fr/francais/BDDeStart/docs/sondagesetudes/Andersen.pdf>

ANYÓ SAYOL, LLUÍS (2002). *Espai urbà, comunitat virtual: una aproximació metodològica*. 11 pp. Comunicación presentada a Cultura & Política @ Ciberespacio: 1er Congreso ONLINE del Observatorio para la CiberSociedad. <http://cibersociedad.rediris.es/congreso/comms/g09anyo.pdf>

ArtNodes: Art, activisme i tecnologia heterotopies globals; coordinació Pau Alsina i Laura Baigorri. <http://www.uoc.edu/artnodes/cat/index.html>

BADIA I DALMASES, FRANCESC (2002). *Presencia de las Localidades en la WWW: el Caso del Área Metropolitana de Barcelona*. 47 pp. Comunicación presentada a Cultura & Política @ Ciberespacio: 1er Congreso ONLINE del Observatorio para la CiberSociedad. <http://cibersociedad.rediris.es/congreso/comms/g09badia.pdf>

BRICKWOOD, CATHY (1999). *E-culture: cultural policy for innovation*. Amsterdam, Virtual Platform. 39 pp. <http://www.virtueelplatform.nl/docs/eculturepolicy.doc>

BROEKHUIZEN, JOLIIN; HUYSMANS, FRANK (2002). *Cultuur op het web. Het informatieaanbod op websites van musea en theaters*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau. 72 pp. (Werkdocument / Sociaal en Cultureel Planbureau ; 84) <http://www.socialestaat.nl/scp/publicaties/boeken/9037701019/9037701019.pdf>

BUZAI, GUSTAVO (2001). "Paradigma geotecnológico, geografía global y cibergeografía. La gran explosión de un universo digital en expansión". *GeoFocus* (artículos), nº 1, pp. 24-28. <http://geofocus.rediris.es/>

BUZAI, GUSTAVO. *Geografía y Ciberespacio. Reflexiones de su relación en el siglo XXI. (1998-2004)* http://www.cibersociedad.net/congres2004/index_es.html

CAMPS VIDAL, FRANCESC (2003). *Estratègies de participació cultural*. Barcelona: Associació

per la innovació estratègica Vegga. 28 pp. Comunicació presentada a la Jornada Models de participació en xarxa 15 d'octubre de 2003 a la UPC.

http://www.esigmat.com/vegga/veggadocs/participa_cultura.pdf

CARPENTIER, NICO (2001). *Beyond the virtual binary ICTs as tools for bridging cultural divisions*. Gent (Belgium), Cultural Policy Research Centre Steunpunt Re-Creatief Vlaanderen, 29 pp.

http://www.re-creatiefvlaanderen.be/srv/pdf/srcvwp_200201.pdf

CARPENTIER, NICO (2002). *Bridging cultural and digital divides. Signifying everyday life, cultural diversity and participation in the on-line community Video Nation*. Gent (Belgium), Cultural Policy Research Centre Steunpunt Re-Creatief Vlaanderen, 35 pp.

http://www.re-creatiefvlaanderen.be/srv/pdf/srcvwp_200205.pdf

CARRERAS MONFORT, CÈSAR. *Situació de les tecnologies de la informació a les institucions de la memòria a Catalunya en desembre de 2004*. 46 pp.

http://oliba.uoc.edu/oliba/reports/museus_tic_catalunya_2004.pdf

CASTRO CASTRO, CARLOS (2003). *Programari Lliure al govern extremeny: Linex*.

<http://www.softcatala.org/articles/article23.htm>

CENTRE D'ESTUDIS I RECURSOS CULTURALS (2004). *TIC, cultura i món local / coordinació: Santi Martínez i Illa ; investigadors Joan Mayans i Guillem Mundet; CERC*. Barcelona, Diputació de Barcelona.

<http://www.diba.es/cerc>

La Cultura: motor de la ciutat del coneixement : Pla estratègic del sector cultural de Barcelona. Barcelona: Institut de Cultura. Ajuntament de Barcelona, 1999. 139 pp.

<http://www.bcn.es/accentcultura/>

DAMINI, BRUNO (Abril 2001). *Comunicazione e marketing fra Internet e tradizione*. L'Arena del Sole di Bologna e il network della Convenzione Teatrale europea.

http://www.fizz.it/argomenti/newmedia/2001/04damini_1.htm

Digital Media and the Web Environment; JAMES HARLEY, Project Manager. Victoria (Australia), Department of Premier and Cabinet, Arts Victoria (2001). Final report. 39 pp.

<http://www.arts.vic.gov.au/arts/downloads/056.pdf>

Attachments. 89 pp.

<http://www.arts.vic.gov.au/arts/downloads/057.pdf>

DODGE, M.; KITCHIN, R. (2001). *Mapping Cyberspace*. London, Routledge. 296 pp.

eCulture, the European perspective: cultural policy-knowledge industries-information lag. Conference reader: 24-27 april 2003, Zagreb, Croatia. Zagreb. Culturelink: CIRCLE, 2003. 159 pp.

http://www.culturelink.org/conf/ecult/eCulture_Reader.pdf

Emerging technologies for the cultural and scientific heritage sector. Digicult Technology Watch Report 2. European Commission, 2004. ISBN 92-894-5276-5.
<http://www.digicult.info/pages/techwatch.php>

Escenaris de futur per a la societat de la informació a Catalunya. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de la Presidència, Comissionat per a la Societat de la Informació, 1999. 65 pp. (*Quaderns de la societat de la Informació* n° 3).
http://www10.gencat.net/dursi/pdf/si/documents/quaderns/Q3escenaris/Q3_escenaris.pdf

ESTABROOK, MAURICE (1999). *Contenu multimédi: développement et accès comparaison internationale des politiques, programmes et pratiques*. Québec, Recherche et analyse stratégiques (RAS). 70 pp.
<http://www.culturescope.ca/>

Exploitation and development of the job potential in the cultural sector in the age of digitalisation: final report. Summary/MKWGmbH Wirtschaftsforschung [et al.]. Brussels, European Commission, 2001. 90 pp.
http://europa.eu.int/comm/employment_social/news/2001/jul/summary.pdf

FONDAZIONE FITZCARRALDO; CARNEGIE MELLON UNIVERSITY (Diciembre 2000). *Le organizzazioni dello spettacolo dal vivo e le nuove tecnologie*. Ricerca: Dan J. Martin Alessandro Bollo, Elisa Giaccardi, Gianluca Sabena.
http://www.fizz.it/argomenti/newmedia/2000/ricerca12_01_1.htm

From ICT to E-culture : Advisory report on the digitalisation of culture and the implications for cultural policy. The Hague: Netherlands Council for Culture, 2004.
http://www.cultuur.nl/files/pdf/adviezen/E-cultuur_engels.pdf

GARÍ, CLARA (2002). *Arte en red. El net-artista como agente social*. 5 pp. Comunicación presentada a Cultura & Política @ Ciberespacio. 1er Congreso ONLINE del Observatorio para la CiberSociedad.
<http://cibersociedad.rediris.es/congreso/comms/g04gari.pdf>

HEALY, KIERAN (2001). *Digital technology and cultural policy*. Princeton, The Princeton University. Center for Arts and Cultural Policy Studies, 59 pp. (Working paper series 19).
<http://www.princeton.edu/culturalpolicy/workpap/WP19%20-%20Healy.pdf>

Helsinki Agenda: Strategy document on international development of new media culture policy. Proposed by the International expert meeting on media arts and media culture policy, Helsinki, August 22-23, 2004. IFACCA and the Arts Council of Finland. 5 pp.
http://www.m-cult.org/research/policy_Helsinki_Agenda.rtf

HOEFNAGEL, F.J.P.M. (2002) *Internet en cultuurbeleid: over de gevolgen van ICT voor het cultuurbeleid van de Nederlandse*. Den Haag, Sdu Uitgevers. 80 pp. (Voorstudies en achtergronden/Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, V114).
<http://www.wrr.nl/admin/pdf/voorstudies/v114.pdf>

KOLGEN, STEFAN; LAENEN, ANN (2003). *Widening the audience: cultural institutions and the use of virtual communities: two Belgian cases*. 14 pp.
<http://www.kandl.be/documents/P006.doc>

LORA GONZÁLEZ, MANUEL (2002). *@rte y cultura en la red. Un@ introduccion @l net.art desde la perspectiva de las ciencias sociales*. 15 pp. Comunicación presentada a Cultura & Política @ Ciberespacio: 1er Congreso ONLINE del Observatorio para la CiberSociedad.
<http://cibersociedad.rediris.es/congreso/comms/g04lora.pdf>

MAYANS I PLANELLS, JOAN. "Anonimato: el tesoro del internauta". Revista *iWorld*, (octubre, 2000), pp. 52-59. Disponible a l' ARCHIVO de l'Observatorio para la CiberSociedad en:
<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=28>

MAYANS I PLANELLS, JOAN (2002). *Género chat o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona, Gedisa. 251 pp.

Een Onderzoek naar culturele participatie en ICT; SMIT (Studies over Media, Informatie en Telecommunicatie). Antwerpen. Cultuurnet Vlaanderen, 2003. 85 pp.
<http://ww.cultuurnet.be>

ORME, ERIC. *Local Authorities and Cultural Technology: a survey and case studies of local authorities in the East of England*. Cambridge, East England Arts, Local Government Arts Forum, 2002. 60 pp.
<http://www.audience.co.uk/Downloads/LGAF.pdf>

OZeCulture Conference. Initiative of the Australian Government Department of Communications, Information Technology and the Arts.
<http://www.acn.net.au/conference/>

PEUCH-LESTRADE, P.; DANYSZ, M.; MUNNICH, L. (2002). *Les acteurs culturels et Internet*, Ernst & Young, Paris.

PRINGLE, OWEN VALENTINE. *Technology in the consumer sales store*. 131 pp.
<http://www.a-m-a.co.uk/images/downloads/OVPpresentation.pdf>

RHEINGOLD, HOWARD (1996). *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Gedisa, Barcelona. 381 pp.

SIGALA, M. "A learning assessment of online interpretation practices: from museum supply chains to experience ecologies". Information & Communication Technologies in Tourism 2004. Conference. Innsbruck, Austria. International Federation of Information Technologies in Tourism (IFITT). 26-28 January, 2005

SMITH, STEVEN (2001). *eBusiness for the cultural sector: workshop manual*. Canberra, Australian Government. Department of Communications, Information Technology and the Arts. 60 pp.
<http://www.acn.net.au/ebusiness>

SMITH, STEVEN (2003). *Managing Your E-business: Workshop Manual*. Victoria (Austràlia). Arts Victoria. 50 pp.

<http://www.arts.vic.gov.au/arts/downloads/eB3.pdf>

La Sociedad que queremos: la sociedad civil en la Cumbre Mundial sobre la sociedad de la información. Túnez, 2005.

<http://www.wsis2005.org/wsis/indexa03.htm>

La Societat xarxa a Catalunya; direcció: Manuel Castells i Imma Tubella; investigadors i coautors: Manuel Castells ... [et al.]. Universitat Oberta de Catalunya. Internet Interdisciplinary Institute (IN3). Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya, 2002. 554 pp.

<http://www.uoc.edu/in3/pic/cat/pdf/pic1.pdf>

SOLER HERREROS, JOAQUÍN E. *Internet y el posicionamiento de las instituciones culturales*.

<http://spaces.msn.com/members/chimosoler/>

SOLER HERREROS, JOAQUÍN E. (2004). *Método de análisis y estrategias de posicionamiento en Internet*. Alicante, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.

<http://www.cervantesvirtual.com/FichaObra.html?Ref=12878>

"Spettacolo, tecnologia e organizzazione del mercato". Tema de la revista *Economia della Cultura*, nº 2 (junio 2004), pp. 189-264.

STIEGLER, BERNARD. Note prospective sur l'évolution des conditions d'aménagement du territoire dans le contexte de la société de l'information et dans le domaine culturel. Recommandation pour la mise en place du schéma d'accès aux services. Rapport remis au gouvernement en 2000. 37 pp.

<http://www.memoirelocale.com/documents/etude-stiegler.doc>

STOKMANS, MIA. Evaluating Websites of Cultural Organizations, 7e International Conference on Arts and Cultural Management [CD-ROM], Milan, Italie, 29 juin au 2 juillet 2003.

TANNER, SIMON. US Art Museums: charging models & policy for digital resources. Outline of the project vision. A KDCS project for the Andrew W. Mellon Foundation

<http://www.kcl.ac.uk/humanities/cch/kdcs/content/USart.htm>

TANNER, SIMON; DEEGAN, MARILYN (2002). *Exploring Charging Models for Digital Cultural Heritage. Digital image resource cost efficiency and income generation compared with analog resources*. Hertfordshire, University of Hertfordshire. 33 pp.

http://heds.herts.ac.uk/mellon/HEDS_charging_models.pdf

TEATHER, L.; WILLHEM, K. (1999). *Web musing: evaluating museums on the web from learning theory to methodology*. Conference *Museums and the Web*.

<http://www.archimuse.com/mw99/papers/teather/teather.html>

RECURSOS Y EXPERIENCIAS

Artsinfo. Gran Bretaña

Artsinfo es un proyecto piloto de una base de datos para la gestión de las organizaciones culturales y artísticas de la región del Eastern England. Está gestionado por el Arts Council of England y el East and the Local Government Arts Forum.

<http://www.arts-info.org/>

Creative Commons. Según su propia definición es "una organización sin ánimo de lucro basada en el hecho de que no todos los titulares de propiedad intelectual quieren ejercer todos sus derechos sobre ella". La idea central de Creative Commons (cuya traducción vendría a ser "tierras comunales creativas") es ofrecer un modelo legal y una serie de aplicaciones informáticas que faciliten la distribución y uso de contenidos dentro del dominio público.

<http://creativecommons.org/>

Culture Online. Gran Bretaña

Este proyecto obtuvo una subvención de 20 M€ en junio de 2002 para favorecer el aprendizaje y la creación de nuevos públicos. Apoya una treintena de proyectos de instituciones culturales que utilizan las TIC.

<http://www.cultureonline.gov.uk/>

Escritores locales en la Red. Huelva

Guía online de autores onubenses. Los propios autores contribuyen en este sitio Web aportando información acerca de su obra, que además incluye información local sobre libros y literatura.

http://www.bibliotecaspublicas.es/huelva/seccont_278.htm

<http://www.juntadeandalucia.es/cultura/bibliotecas/bphuelva>

Gabinetes Pedagógicos de Bellas Artes de Andalucía

Los archivos, las bibliotecas y los museos se han beneficiado de la labor realizada por estos departamentos que trabajan con los niños y los centros educativos y que abren las instituciones locales de la memoria a la comunidad.

<http://averroes.cec.juntaandalucia.es/gabinetes/>

Get a Life Project. Dumfries (Escocia)

Este innovador proyecto ha sido desarrollado por Dumfries and Galloway Libraries, Information and Archives en colaboración con los dramaturgos de la localidad de la Arts Association. Alojada en la Intranet del Ayuntamiento, se trata de una narración online interactiva en la que la gente joven puede crear sus propios personajes, encontrarse con otros personajes y redactar sus propios guiones.

<http://www.dumgal.gov.uk/lia>

Granollers e_Cultura. Catalunya

La base del programa e-Cultura pretende establecer procesos de relación y participación a través de las nuevas tecnologías para que los ciudadanos sean protagonistas y promotores de la actividad cultural de la ciudad. e-Cultura quiere unir la Cultura y las TIC, yendo más allá de la presentación de contenidos en formato digital o de la página web como espacio meramente informativo. El Ayuntamiento de Granollers entiende e-Cultura como un nuevo espacio, de carácter y personalidad independientes que pretende generar otras políticas culturales basadas en la participación, interacción y difusión más libre y dirigida a nuevos usuarios-ciudadanos.

Document de treball per a la creació del programa e-Cultura Disponible a l' ARCHIVO de l'Obser-

vatorio para la CiberSociedad en:

http://www.cibersociedad.net/public/documents/67_9raq.pdf

The Junction. Cambridge

El Programa Digital del Junction explora las posibilidades de integración de las nuevas tecnologías en las artes escénicas y la performance. A través del trabajo conjunto con las estructuras culturales y artísticas de la región, el Junction apoya el desarrollo de todas las formas artísticas que integran las TIC. Este proyecto se orienta a los jóvenes.

<http://www.junction.co.uk>

KONTU. Helsinki

Konkupiste es, en primer lugar, un espacio multimedia instalado en el centro comercial Kontula en Helsinki que propone un acceso gratuito a Internet. Pero sobre todo, es un portal de comunidades virtuales creado por un equipo que ya había realizado un proyecto de este tipo llamado Aula. El sitio web Konkupiste agrupa así entre otras cosas: una organización artística que realiza actividades y talleres, una Web-TV local, una radio...

<http://kontu.la/>

KultureNet. Dinamarca

KultureNet Danemark es el portal cultural danés que propone una guía de las instituciones culturales a Dinamarca y de todos los acontecimientos culturales programados. Es también una red que organiza conferencias y cursos sobre los temas vinculados a las TIC y que apoya cada año proyectos de contenido cultural en Internet (9 proyectos apoyados en 2001 con 2 millones de coronas danesas).

<http://www.kulturnet.dk>

M-CULT. Helsinki

M-cult es una organización de expertos que desempeña un papel muy importante de conexión a una red de los agentes finlandeses de formación y reflexión sobre las nuevas perspectivas vinculadas a la introducción de las TIC en el campo cultural. Para eso, M-cult realiza proyectos de investigación y estudios sobre temas vinculados a la educación o a la política en este ámbito. Publica estudios e información accesible en línea y, finalmente, organiza eventos internacionales, talleres y conferencias.

<http://www.m-cult.org>

Museo Thyssen-Bornemisza. Madrid

Este museo ha desarrollado un sitio Internet especialmente rico y original. Propone una visita virtual del museo, un programa de formación a distancia, y el "pequeño Thyssen", lugar lúdico para los niños.

<http://www.museothyssen.org>

PROGRAMAS DE LA UE

CALIMERA Project. Financiado por la Comisión Europea dentro del VI Programa Marco es un proyecto que impulsa el papel que las denominadas tecnologías emergentes pueden desempeñar como revulsivo dentro de estas instituciones culturales que a nivel local se ocupan de la memoria y el patrimonio cultural local.

<http://www.calimera.org/default.aspx>

Calimera Report Deliverable 2: Business issues and business models for the delivery of technology solutions in local cultural institutions / C Dallas and E. Waki, september 2004. 145 pp.

Calimera Report Deliverable 4: State of the art report on national and local policies. Rob Davies, 2 february 2005. 20 pp.

DigiCULT Programme

Este proyecto es una de las líneas de actuación del FP6 del Programa IST. Pretende dotar de una infraestructura sólida respecto a tecnología, guías de actuación, estándares, recursos humanos y redes entre las instituciones para apoyar y difundir el papel de las bibliotecas, archivos y museos europeos en la era digital.

http://www.cordis.lu/ist/directorate_e/digicult/programme.htm

DigiCULT Report: Technological landscapes for tomorrow's cultural economy: Unlocking the value of cultural heritage. European Communities, 2002.

<http://www.digicult.info/pages/report.php>

eContentplus Programme 2005-2008

Se ha propuesto como el sucesor del programa eContent que concluyó en el 2004 (<http://www.cordis.lu/econtent/home.html>). Hará posible la combinación de informaciones procedentes de sistemas diferentes, independientemente de su formato, idioma o de la ubicación. El programa se centrará en tres tipos de información: datos geográficos, material educativo y contenidos culturales.

http://www.cordis.lu/ist/directorate_e/telearn/econtentplus.htm

ftp://ftp.cordis.lu/pub/ist/docs/telearn/econtentplus_es.pdf

eEurope 2005 Action Plan. El objetivo de este plan de acción es crear un marco favorable a la inversión privada y a la creación de nuevos puestos de trabajo, impulsar la productividad, modernizar los servicios públicos y ofrecer a todos la posibilidad de participar en la sociedad de la información mundial. eEurope 2005 pretende, pues, fomentar la seguridad de los servicios, aplicaciones y contenidos basados en una infraestructura de banda ancha ampliamente disponible.

http://europa.eu.int/information_society/eeurope/2005/all_about/action_plan/index_en.htm

eEurope 2005, una sociedad de la información para todos

http://europa.eu.int/information_society/eeurope/2002/news_library/documents/eeurope2005/eeurope2005_es.pdf

MINERVA Project (Ministerial Network for Valorising Activities). Es un proyecto que se enmarca dentro de la iniciativa Europa que la Comisión Europea presentó en diciembre de 1999. Tiene como principal objetivo, además de otros, crear un mecanismo de coordinación entre los programas de digitalización que se lleven a cabo en los Estados miembros.

<http://www.minervaeurope.org>

Minerva Working Group 5. Handbook for quality in cultural Web sites: Improving quality for citizens. Draft Version 1.2. 6th november 2003.

http://www.minervaeurope.org/publications/qualitycriteria1_2draft/qualitypdf110

Santi Martínez Illa

Roser Mendoza (webliografía)

Centro de Estudios y Recursos Culturales. Diputación de Barcelona.