

OCIO Y CULTURA

LOS MUSEOS DE BARCELONA ABREN NUEVOS CANALES DE INFORMACIÓN PARA FACILITAR EL PAPEL ACTIVO DEL VISITANTE Y OFRECER ASÍ UNA EXPERIENCIA MÁS COMPLETA Y ENRIQUECEDORA.

La tecnología se hace un hueco en los museos

H.Bernal. Barcelona

La tecnología se cuele en los museos y les da una nueva dimensión. Estos equipamientos están dejando de ser ese lugar hermético donde el visitante camina, observa, lee y se va. La utilización del código QR fue una primera aproximación a la tecnología en los museos, porque permite al usuario profundizar instantáneamente en aquellos aspectos que más le interesan en una exposición y le otorga un papel más activo. En un centro como el Museu Nacional d'Art Contemporani (Mnac), es posible encontrar una reproducción en 3D del retablo de la iglesia de Ripoll o un mapa conceptual en pantalla grande, táctil, interactivo y con elementos diacríficos.

El auge de las 'apps'

Los museos empiezan a desarrollar aplicaciones hechas a medida, "en función del proyecto, de sus características y necesidades", dicen desde el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB). En la exposición World Press Photo, en el mismo CCCB, se puede descargar una app que permite ver, dentro de la sala, la ficha técnica de cada foto e información vinculada a ella. Por su parte, el Mnac cuenta con una app para tabletas, El



Un visitante fotografía una obra en el CaixaForum de Barcelona

Los museos desarrollarán 'apps' a medida para cada proyecto, en función de sus necesidades

Museu Explora, que desvela aspectos técnicos o secretos de las obras expuestas.

La realidad aumentada es una herramienta ideal para ampliar y complementar contenidos visuales, y permite recrear unos escenarios que, de otra forma, supondrían una dificultad y un coste demasiado elevados. El CCCB y CaixaForum empezaron a usar las pri-

meras versiones de realidad aumentada en las muestras *Pantalla Global* y *Antes del diluvio. Mesopotamia 3500-2100 aC*, respectivamente. La exposición *Tàpies desde l'interior*, desarrollada conjuntamente entre la Fundació Tàpies y el Mnac, pone a disposición de los usuarios una app con la que, dentro de una de las sedes, se pueden ver las obras de los dos museos.

En el Macba se desarrolló en 2013 la primera app de realidad aumentada en la colección *Art, dos punts*, que, según el museo, "sirvió como prueba piloto

para crear contenidos distribuidos en las salas y sacar unas primeras conclusiones de los intereses y usos del público".

A partir de esta experiencia, el Macba tiene previsto lanzar en 2015 una app permanente, basada en mecánicas de juego, "para acercar los contenidos del museo a un público amplio, no familiarizado con el arte contemporáneo".

En 2015, el MNAC quiere implantar los *iBeacons*, una nueva tecnología que permitirá "ofrecer más imagen, textos audios y vídeos por obra, por lo que la experiencia será mucho más completa".

"Dotar a la web de mayor accesibilidad y de diseño responsive o adaptable" es una prioridad para el CCCB. También para el Mnac, que ha renovado su web aplicando este tipo de diseño, que, como su nombre indica, adapta las características de la plataforma según el dispositivo desde el que se esté visualizando.

Mientras, CaixaForum quiere aumentar el número de exposiciones que cuenten con una visita virtual en su web -actualmente son dos- y el Museo Picasso ofrece una exposición online permanente, además de desarrollar webs específicas para muestras temporales.



Héctor Albericio es galerista y vocal del Gremio de Anticuaris.

"Ya no vale todo: tienes que pulir las piezas y tener ojo con los precios"

Irene G. Pérez. Barcelona

Después de tres años de ausencia, el Gremio de Anticuaris de Catalunya ha decidido recuperar la Feria de Arte Moderno y Antiguo (Fama). Héctor Albericio (Barcelona, 1982), galerista de Art Petritxol y vocal del gremio, habla sobre el evento - que se celebrará el próximo marzo en Barcelona - y los retos que afronta el sector.

-¿Por qué han decidido recuperar la exhibición?

Barcelona necesita una feria de este tipo, y los anticuarios y galeristas necesitan una feria, al margen de egos y personalismos.

-¿A qué se debe la elección de Drassanes?

Las medidas para exponer allí son ideales, y es un lugar donde la gente ya está acostumbrada a ver ferias de arte.

-¿Con qué fondos se financia el certamen?

Con recursos propios. Estamos negociando pero de momento lo aportan todo los expositores [el stand básico cuesta 4.500 euros] y los diez galeristas y anticuarios que han tomado la iniciativa.

-¿Quién puede participar?

Anticuarios, arqueólogos, galerías... La convocatoria oficial salió hace diez días y ya hay 20 participantes inscritos. Vendrá gente de toda Catalunya, y de Madrid, y la vocación es que sea una feria internacional, pero hay que ir paso a paso.

-¿Qué lecciones están aprendiendo de la crisis?

El sector ha cambiado. Ahora no vale todo: tienes

"Se podrán ver desde obras romanas hasta vanguardias clásicas del XX"

que pulir las piezas, tener ojo con los precios. El coleccionista y el gusto mandan, no el galerista. Al final, muchas veces somos puros intermediarios.

-¿Qué es lo que más se vende?

La arqueología está bastante en auge al ser un producto internacional. Los objetos u obras que tienen valor más alto serían los internacionales.

-¿Cuál es el perfil de los clientes internacionales?

Se habla mucho de Rusia y China, pero nosotros [habla como galerista] tenemos muchos clientes franceses, alemanes, estadounidenses y mexicanos.

-¿Ha aumentado la cantidad de obras que les venden a galeristas y anticuarios?

No especialmente. Las grandes colecciones no se han deshecho ni a pesar de la crisis. Recibimos más avisos de calidad media, pero alta, no tanto. Cuando se habla de obras más importantes se hace con más discreción y rápido.

-¿Qué se podrá ver en la feria?

Desde piezas romanas, o americanas precolombinas hasta vanguardias clásicas del siglo XX. Probablemente se verán obras de Miró, Picasso y Tàpies, así como de artistas vivos consolidados, como Manolo Valdés.

El ejemplo de la empresa familiar

Expansión. Barcelona

La influencia, la constancia y el saber adaptarse al mercado son algunas de las características de la empresa familiar que se reflejan en *100 familias que cambiaron el mundo*, de Josep Tàpies, Elena San Román y Àgueda Gil López. *Emprendedoras*, de Juan Ramón Gómez, es una guía basada en consejos de expertos y la experiencia de emprendedoras a la hora de crear empresas. En *Infraestructuras d'estat* se habla sobre cómo están las infraestructuras catalanas ante la situación política española, según el punto de vista de Pere Macias y Òscar Oliver.



Fundación Jesús Serra.



Tombooktu.



Pòrtic.