

Museos que hacen buenas migas en la red

S. CAMPO. ZARAGOZA

05/04/2010 a las 06:00

Los centros de exposiciones aumentan su presencia en las redes sociales para ampliar sus fronteras y atraer la atención de futuros visitantes de los lugares más remotos. El Centro de Arte y Naturaleza de Huesca y el Castillo de Larrés acaban de estrenarse en Facebook..



El CDAN, en Facebook. **HERALDO**

El Centro de Arte y Naturaleza (CDAN) de Huesca y el Museo de Dibujo Castillo de Larrés (Sabiñánigo) son amigos y comparten pandilla desde hace unas semanas en Facebook. A Teresa Luesma y Alfredo Gavín, los directores respectivos de ambos centros, les hizo una especial ilusión encontrarse en Internet. Ambos defienden las posibilidades que las redes sociales ofrecen en el ámbito cultural para mejorar su “visibilidad” y llegar a todo tipo de público de una forma directa, fluida y atractiva.

La mayoría de los grandes museos potencian su presencia en estos canales con vistas a atraer a futuros visitantes y fidelizar su interés con unos contenidos atractivos y actualizados. Facebook y Twitter alojan un número creciente y las estrategias son cada vez más sofisticadas. En el fondo, los amigos se convierten en potenciales usuarios. A ellos, algunos museos ya no contestan sus mensajes como institución, sino que lo hacen las personas que trabajan en ellos, con nombres y apellidos.

El CDAN se acaba de subir al carro internauta a lo grande. Desde el 10 de marzo dispone de un perfil en Facebook donde ya cuenta con más de medio millar de seguidores y actualiza sus contenidos con asiduidad. Además, en el popular YouTube, su canal CDAN Arte y Naturaleza aglutina en estos momentos 12 vídeos de actividades didácticas que se realizan en las instalaciones, del centro de documentación y de las exposiciones ‘Revolviendo en la basura’, la retrospectiva de Beulas ‘Abrir Horizontes’ y las obras del artista Peter Kirkeby. Se han contabilizado más de 290 reproducciones del canal y cerca de 500 de los vídeos alojados.

Aún hay más, porque en Flickr hay colgadas casi 200 fotos agrupadas en diversos álbumes. El CDAN ha creado también un perfil en Twitter, para algunos la red social por excelencia del momento, que por ahora no se ha lanzado a aprovechar.

“Sobre todo se trata de crear unos vínculos más directos con los visitantes y tener presencia en las redes sociales”, recalca la responsable de comunicación y difusión cultural, Victoria Falcó. El secreto del éxito, como reconoce la directora del Centro de Arte y Naturaleza, Teresa Luesma, radica en buena parte en contar con una persona que renueva los apartados puntualmente y cuida que el visitante pueda enriquecer el espacio con su presencia, tanto física como virtual.

“Facebook lo chequeamos con profundidad dos veces por semana, los lunes y viernes, y diariamente lo limpiamos. Constantemente nos llegan peticiones de amistad y nuestra responsabilidad es atenderlas y ofrecer una información en tiempo real y ajustada. Estamos empezando”, subraya Victoria Falcó.

De Larrés al mundo

Apenas dos meses antes nació en Facebook el Castillo de Larrés. Fue un arranque “de chiste”, recuerda Alfredo Gavín, su director. “Nos dirigimos al internauta como si el museo fuera una persona, de tú a tú, la idea me pareció divertida y nos lanzamos”, relata. Acerca de sí mismo cuenta el castillo: “Soy muy viejo, pero en 1986 me hicieron nuevo, desde entonces vivo una segunda juventud dedicada al arte, más concretamente, al estudio, conservación y difusión del dibujo español de los siglos XX y XXI. Me alimento de la gente que viene a verme y a su vez yo también os sirvo de inspiración”.

“Un fin de semana nos sorprendió que vinieran varias personas porque nos habían conocido a través de Facebook y les llamaron la atención las fotos de la fortificación rodeada de nieve, para nosotros es un buen comienzo”, dice Alfredo Gavín, que a través de esta vía ha contactado también con dibujantes de Turquía, Argentina y Chile. Su última actualización, del 30 de marzo, la muestra ‘Ecce Homo: obra sobre papel de Pilar de la Fuente’. Sus incursiones en las redes sociales no van más allá “porque las ideas hay que cuidarlas y mantenerlas y no estamos sobrados de personal”, confiesa Gavín.

No son los únicos. El Museo de Calatayud se difunde también a través de Facebook y cuenta con un canal en YouTube que se mantienen gracias a la colaboración entre esta institución y el grupo de investigación URBS de la Universidad de Zaragoza.