

La web, que es de acceso gratuito, no admite publicidad de galeristas ni fundaciones. Es español y se llama Blabart, una web que aspira a convertirse en la biblia de la actualidad del mundo del arte contemporáneo. Lo acaban de lanzar, tras un trabajo de recopilación de dos años, la comisaria de exposiciones madrileña Helena Tatay, la periodista portuguesa María Manuel Stocker y el webmaster catalán Alberto Lucas.

"La idea nace de la constatación de que no existe una web gratuita y profesional que ofrezca una visión a 360º del panorama del arte contemporáneo, con todas sus iniciativas y noticias condensadas y permanentemente actualizadas", indica Helena Tatay, que tras dirigir durante 15 años la galería Joan Prats de Barcelona, emprendió una carrera como comisaria independiente.

El nuevo sitio se diferencia de iniciativas similares en que ofrece todos sus servicios gratuitamente y en que no acepta sponsorizaciones ni publicidad de galerías, museos o fundaciones. "Para no levantar posibles suspicacias, preferimos trabajar con empresas no directamente implicadas. De todos modos el público del arte resulta apetecible para muchos sectores como seguros, trasportes o empresas tecnológicas", asegura Tatay. **Pagan**

empresas verdes

El dinero del proyecto proviene de dos empresas portuguesas de energía verde Eolenerg y Cambenerg, con 20.000 euros cada una.

Blabart reúne información de unos 10.000 museos y galerías de un centenar de países. "No hay que equivocarse: Blabart no es una base de datos, ni un archivo de los grandes maestros del siglo XX. El objetivo es que se convierta en una red viva de información actual sobre el arte contemporáneo", explica Tatay. Toda la parte redaccional se realiza exclusivamente en inglés, si bien la integración del traductor de Google resuelve las barreras idiomáticas.

Otra singularidad de Blabart es la atención que dedica a las iniciativas de los países olvidados de África, Asia y América Latina.

"Las web de noticias de arte contemporáneo suelen estar focalizadas en Europa y Estados Unidos e incluso países como India, China, Corea, Japón, Australia, Brasil o Medio Oriente, que representan escenas y mercado emergentes, tienen una repercusión mínima en los sitios existentes", añade Tatay, que ha establecido el cuartel general de Blabart en Barcelona.

Blabart quiere poner el énfasis en la red social con el objetivo de impulsar la "interconectividad entre profesionales" y su intercambio con el público. El sitio se compone de una sección de noticias (What's On?), elegidas por los tres promotores, considerando también las indicaciones y sugerencias de los visitantes; un directorio (The Art World), donde museos y galerías pueden subir sus noticias y eventos; una red social (Who's On?) dirigida especialmente a los profesionales, pero abierta a todo el mundo; y un vídeo foro (Talk Art), que acepta micro archivos audiovisuales de tres minutos de duración.

ROBERTA BOSCO- STEFANO CALDANA

Fuente: www.elpais.com