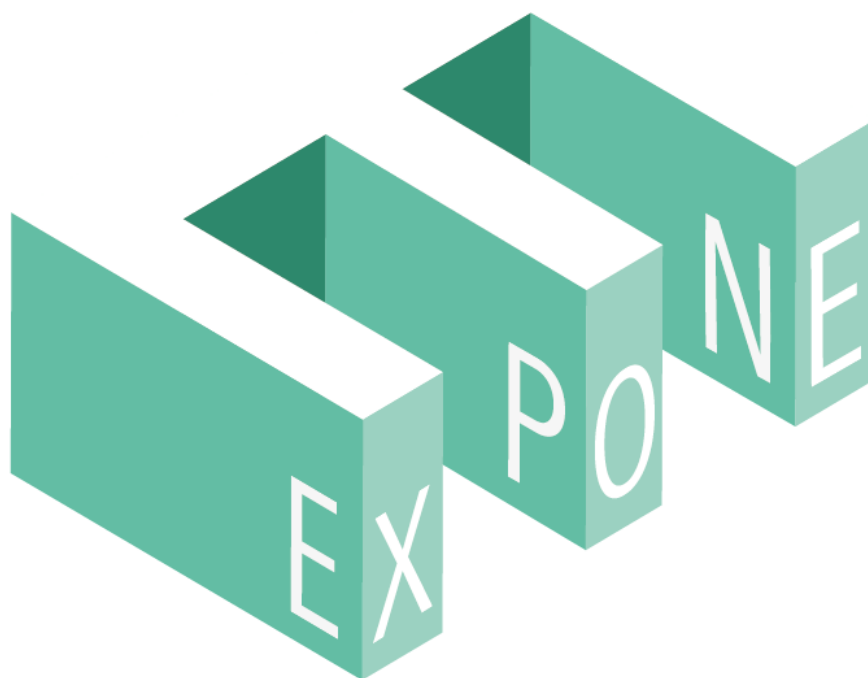


amma



e – Boletín 14, 2022
ESPECIAL "Premios EXPONE"

Índice

Publicación anual

Número 14

Febrero 2022

ISSN - 2172-3982

El e-Boletín de AMMA es la seña de identidad de esta asociación. Es un órgano de expresión y un medio de información profesional permanente para todos sus asociados, al servicio de todos los Museólogos y Museógrafos de Andalucía y de España.

Sus temas son todas las cuestiones teóricas y prácticas que plantean las profesiones que se ven reflejadas en esta asociación, profesiones que dan a conocer los aspectos científicos de los bienes culturales y cualquier otro tipo de información que contribuya a difundir las ideas de AMMA dentro y fuera de Andalucía

El e-Boletín está en permanente crecimiento y se enriquece con las aportaciones de los socios así como de aquellas propuestas que resulten de interés al desarrollo de la profesión de Museólogo y Museógrafo.

Equipo de Redacción
Junta Directiva AMMA

Coordinación e-Boletín
Gryte Suslaviciute

Ayudante de coordinación e-Boletín
Santiago Campuzano

Imagen de la portada
Autor: Miguel Martín

e-Boletín
Asociación de Museólogos y Museógrafos de Andalucía

info@asoc-amma.org
<http://www.asoc-amma.org>



3 Editorial

4 Noticias AMMA

4 Producción Científica

5 Colaboraciones

8 Formación

9 Socios

12 Actividades AMMA

18 Premios EXPONE

18 Proyecto

18 Imagen gráfica

20 Patrocinio

21 Jurado

23 Finalistas / ganadores

28 Comunicación

30 Preguntamos a los premiados

30 Juan Francisco Rueda

32 Roman Lokati

34 Lourdes Páez

36 Soledad Gómez / Miguel Valdivia

38 José Lebrero

39 Nuestros Patrocinadores

42 Los socios opinan

Editorial

Terminamos el año con la satisfacción de haber celebrado la primera edición de los premios EXPONE y la ilusión de una nueva convocatoria en la que ya estamos trabajando.

Este es un premio independiente, organizado por profesionales para celebrar nuestra profesión, para reconocer el valor, el esfuerzo y la excelencia en la práctica profesional de la museología y la museografía en las actividades, proyectos o estrategias desarrolladas por los museos y centros expositivos en Andalucía.

Consideramos que la labor de los profesionales del sector contribuye a conformar un medio privilegiado para la difusión del conocimiento, la puesta en valor del patrimonio y el reconocimiento a la cultura, y partiendo de esta base, la convocatoria del premio EXPONE busca la consolidación de un evento de reconocimiento, cohesión y celebración de la profesión.

Estamos satisfechos, abrumados y desbordados porque en ningún momento soñamos con alcanzar una cota de participación e interés tan alta. De manera humilde, pero con mucha ilusión emprendimos un proyecto con el objetivo principal de alentar a los profesionales del sector y dar visibilidad a los proyectos, distinguirlos y presentarlos ante el público.

A través de los casi cuarenta proyectos recibidos hemos comprobado que la situación adversa ha sido una gran oportunidad para cambiar y avanzar hacia un museo cada vez más accesible. Un momento de introspección en el que repensar el museo, reelaborar nuestros proyectos, cambiar la forma de trabajar y volver la mirada sobre nuestras colecciones.

Terminamos el año con la satisfacción de una trayectoria de quince años y la ilusión de una nueva etapa que se abre a partir de ahora y que esperamos sea, al menos, igual de fructífera como la que termina. Este año 2022 es momento de elección de nueva

Junta en AMMA y deseamos lo mejor a los socios que tomen el relevo.

Aquí estamos. Más conscientes que nunca del esfuerzo que supone celebrar este aniversario y agradeciendo a los socios de AMMA que de manera desinteresada han puesto su esfuerzo, trabajo y conocimiento al servicio de la asociación. Llegado a este punto creo firmemente que es necesaria una renovación profunda dentro de la organización de AMMA y que con la elección de una nueva Junta el proyecto se revitalizará, adaptándose al nuevo panorama con una presencia digital fuerte y dinámica.

Desde estas páginas y al cierre de mi última editorial como presidenta de la asociación, me gustaría desear lo mejor a la nueva Junta de AMMA y brindar mi apoyo y ayuda en todo aquello que necesite.

Elena López Gil
Presidenta de AMMA
elena@asoc-amma.org

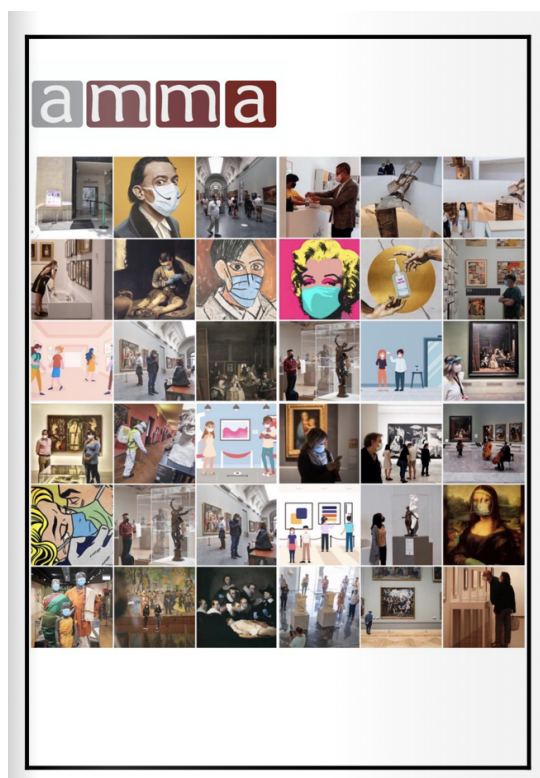
Producción Científica

PRESENTACIÓN BOLETÍN ASOCIACIÓN DE MUSEÓLOGOS Y MUSEÓGRAFOS DE ANDALUCÍA. E-BOLETÍN AMMA, No 13, 2021. ISSN 2172-3982.

Presentamos, como todos los años el boletín de la asociación, coincidiendo con la celebración de la Junta Anual Ordinaria y que como viene siendo habitual en los últimos años.

Como siempre se encuentra a disposición de todos en calameo y recoge la actividad de la asociación durante el año 2020, esta edición está dedicada a la pandemia, a las iniciativas que surgen, a los intentos por seguir y reinventarnos.

<https://es.calameo.com/read/001906175fdde6f7fb6ff>



Portada e-Boletín nº12, 2020

ACCESIBILIDAD EN MUSEOS, MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA PROFESIONALES E INSTITUCIONES.

En el marco del Encuentro Transfronterizo de Profesionales de Museos: Museos y accesibilidad (ETPM) y dado que durante el año 2020, por culpa de la pandemia por Covid-19, ha sido imposible realizar el ETPM de manera presencial, desde la organización se ha decidido no perder la convocatoria de ese año y reunir a una serie de profesionales para publicar este pequeño manual para profesionales e instituciones museísticas.

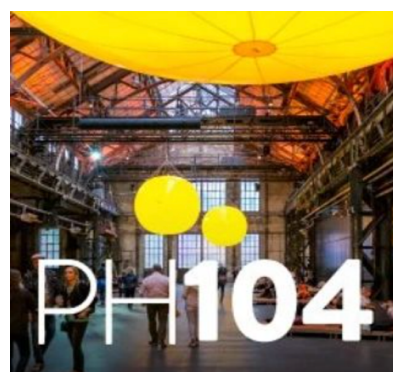


Enormemente agradecidas por la gran acogida que ha tenido el libro entre socios, amigos y colaboradores.

REVISTA IAPH. Nº104

Colaboramos con la publicación de un artículo sobre la primera edición del premio EXPONE, escrito por el comité organizador.

<http://www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/5008>



Colaboraciones

C&M MÁLAGA CM MÁLAGA – CITIES & MUSEUMS INTERNATIONAL TRADE FAIR

CM Málaga es un encuentro internacional y multidisciplinar en el que, tomando como referencia los conceptos de CULTURA y PATRIMONIO, ha permitido el debate sobre cómo las nuevas tecnologías están creando formas de gestión cultural y turística más sostenibles y digitalmente avanzadas, incidiendo en el desarrollo y la transformación de las ciudades y los espacios urbanos.

Más de 1000 profesionales han hecho de CMMálaga21 un punto de inflexión en los nuevos modelos de gestión cultural, museística y patrimonial. El actual contexto tecnológico y digital requiere el entusiasmo y la pasión de quienes están dispuestos a asumir el reto de la innovación y la sostenibilidad en un nuevo tiempo lleno de oportunidades.

Acudimos como colaboradores del evento.



LEY ANDALUZA DE LA CULTURA

A finales de septiembre se registró en el Parlamento de Andalucía la Iniciativa Legislativa Popular por una Ley Andaluza de la Cultura de la mano de nuestros colegas de GECA y 11 ayuntamientos de Andalucía. Gracias a que AMMA forma parte del Grupo de Rescate del Sector Cultural Andaluz se han podido realizar una serie de aportaciones al texto que consideramos muy importantes para nuestra profesión.

El proyecto de ley nació en noviembre de 2020, en plena pandemia, durante el Congreso Andaluz de la Cultura y la Gestión Cultural organizado por la GECA con la colaboración del Ayuntamiento de Sevilla y con el patrocinio de la Consejería de Cultura. El sector acordó allí promover una ley propia de la cultura en Andalucía, cuya redacción fue realizada por una amplia representación de asociaciones y entidades con el asesoramiento de expertos jurídicos de primer nivel. El modelo ha sido la ley de derechos culturales de Navarra, única comunidad autónoma que ha desarrollado este marco legislativo.



AMMA, representada por Sol Martín, formó parte activa del proyecto desde su comienzo aportando las consideraciones necesarias sobre museólogos y museógrafos. Por ejemplo, en el texto original de la propuesta de ley se hablaba de animación sociocultural, consideramos que esta es una terminología totalmente obsoleta de más de 30 años y se sugirió hablar de Mediación Cultural como así se refleja en el artículo 15.

Por otro lado, al ser GECA la Asociación de Gestores culturales de Andalucía, los promotores de la iniciativa cuando la ley se refería a la profesión en el sector cultural sólo se hacía alusión a los Gestores Culturales. Desde AMMA se manifestó que el abanico de profesionales que trabajan en el sector cultural es bien amplio y gracias a ello se enriquece el sector con tanta diversidad. Por eso ahora en el artículo 47 de la propuesta de ley aparecen diferentes agentes culturales.

<https://gecaandalucia.org/2021/09/geca-y-representantes-de-11-ayuntamientos-andaluces-registran-la-ilp-por-una-ley-andaluza-de-la-cultura/>

El día 9 de diciembre conocimos la feliz noticia de que el Parlamento Andaluz había admitido a trámite dicha iniciativa legislativa.

<https://gecaandalucia.org/2021/12/el-parlamento-admite-a-tramite-la-iniciativa-legislativa-para-la-ley-andaluza-de-cultura/>

EL PROYECTO "CultureInn"

Desde el Consorcio del proyecto CultureInn nos invitan a participar en calidad de socios.

El proyecto "CultureInn: la cultura de la innovación como motor de la sostenibilidad social y económica para los museos pequeños y medianos en Europa" está siendo desarrollado por un consorcio de socios europeos (Portugal, España, Italia, los Países Bajos y Estonia) para su aplicación al programa Horizon de la Comisión Europea. El objetivo de este proyecto es posibilitar y profundizar una Cultura de Innovación en museos europeos e instituciones afines (como asociaciones culturales) para que tengan los medios para diseñar e implementar soluciones innovadoras, adaptadas a cada contexto, para mejorar su sostenibilidad financiera, proporcionar a su público un mejor acceso al patrimonio cultural, cultivar relaciones con las comunidades locales y contribuir al crecimiento económico sostenible y al desarrollo regional.

Y claro ... ¡ACEPTAMOS!

MUSEO DE LA MIEL. MÁLAGA.

A través de la delegada de Málaga, Maloles Cebrián, el museo nos solicita concertar una cita para recibir asesoramiento profesional e iniciar el proceso administrativo para formar parte del Registro andaluz de museos y colecciones museográficas, cumpliendo los requisitos establecidos en la Ley andaluza. Nos reciben sus responsables, Fernando Moreno y Elena Correal, y después de hacer la visita a las instalaciones comenzamos a trabajar con ellos para ver aspectos que se pueden mejorar en la exposición y la difusión de contenidos.



CONVENIO

AMMA y el Instituto de Conservação e Restauro Pachamama de São Paulo firman un convenio de colaboración para desarrollar y promover actividades académicas, de investigación y difusión.

Gracias a él nuestros socios tendrán un 20% de descuento en los cursos del Instituto.

Nueva colaboración
internacional



Formación

SEMINARIO DE LA CÁTEDRA DE POLÍTICA DE COMPETENCIA DE LA FACULTAD DE ECONÓMICAS

Universidad de Sevilla

Elena López Gil, presidenta de AMMA, dio una conferencia "Repensando el Museo: crear, imaginar y compartir" inspirándose en la temática de DIM 2021. La actividad se realizó dentro del Seminario de la Cátedra de Política de Competencia de la Facultad de Económicas, Universidad de Sevilla.



MUSEO JORGE RANDO

La Cátedra Jorge Rando, creada por el Museum Jorge Rando y EADE Estudios Universitarios propone el primer MÁSTER EN GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE MUSEOS.



Nos reunimos con su directora Dra. Vanesa Díez para colaborar impartiendo un módulo sobre empleabilidad a cargo de la presidenta de AMMA y vincular a la asociación con las sucesivas ediciones del máster.

EL PATRIMONIO COMO HERRAMIENTA PARA LA CREACIÓN

Nuestra presidenta Elena López Gil ofrece el webinar a los socios de @Smart_Iberica, donde hablaron de diferentes aspectos de la museología y la museografía tales como: patrimonio, museos, musealización o interpretación del patrimonio.



Socios

PROYECTO EUROPEO LIMUS: MUSEOS PARA TODOS.

La misión integradora de las instituciones culturales

Nuestra socia Maloles Cebrián participa en la mesa, en representación de AMMA, hablando sobre museos accesibles. Le acompañaron: Edurne Francisco de PREDIF, Fernando Álvarez del grupo GISS de la Universidad de Extremadura y Guillermo Kurtz del Museo Arqueológico de Badajoz.



I FORO MUNICIPIOS POR LA CULTURA.

Nuestro socio Santiago Campuzano participa en este foro que se celebró en Jerez de la Frontera donde se empezó a tratar abiertamente temas relacionados con la candidatura de esta ciudad como Capital Europea de la Cultura para 2031.



VIERNES REMED. ESTRATEGIAS DE GAMIFICACIÓN

Nuestra socia Soledad Gómez Vilchez participa en la mesa redonda sobre estrategias de gamificación en museos.

REMEDI @REMEDI_20 · 13 abr.

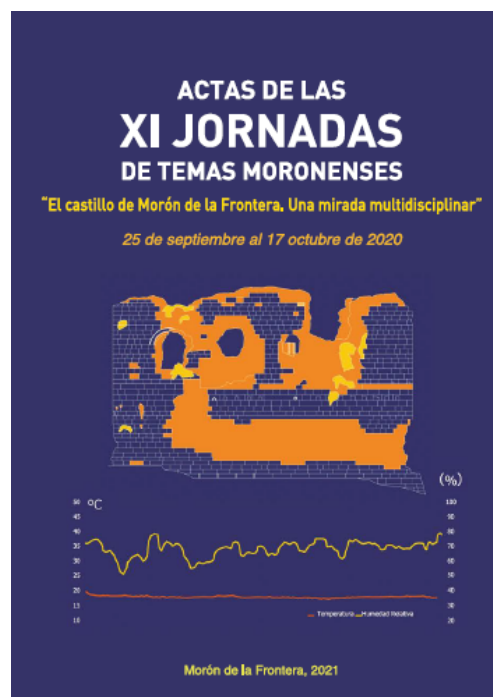
Descubre los invitados al #ViernesRemed el 16 de abril Estrategias de #gamificación en #museos @RufinoFerrerias @EducaThyssen @mediamusea #Ideosmedia Jose Mª Martín y Carmen Espinosa @Museo_Lazaro Pedro González @PadaoneGames y Daniel Llamas #Madrix Únete bit.ly/3fgYUhf

Experiencias de gamificación en museos

- **Rufino Ferreras**, responsable de Educación del Museo Thyssen Madrid
- **Soledad Gonzalez Vilchez**, directora de Proyectos en Ideosmedia Estudio Creativo SL
- **Daniel Llamas**, Espacio Madrix
- **Jose María Martín y Carmen Espinosa** del Museo Lázaro Galdiano

PUBLICACIÓN DE LAS ACTAS DE LAS XI JORNADAS DE TEMAS MORONENSES DE 2020

Nuestra socia Ana Gómez, doctora en Arqueología e Historia del Arte, participó con la ponencia Muchas colecciones, un ave y un castillo. La musealización del Castillo de Mairena del Alcor, dentro de la mesa Gestión y Patrimonio



Actas XI Jornadas de Temas Moronenses. 25 septiembre al 17 octubre de 2020

Mesa Bibliografía e Historia

Análisis de la fábrica bajomedieval del castillo de Morón de la Frontera. (Sevilla)

Juan Diego López Valencia 119

Los castilleros de Morón: una aproximación para su estudio

Fermín Seoño Asencio 139

El castillo de Morón de la Frontera: la historia de una fortaleza fronteriza

Rafael Jesús López Gallardo 153

Mesa Gestión y Patrimonio

Muchas colecciones, un ave y un castillo. La musealización del Castillo de Mairena del Alcor.

Ana Gómez Díaz 169

Castillos en el aire. Una asociación profesional para la gestión del patrimonio

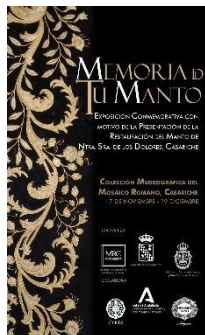
Elena López Gil 183

El Castillo de Buenaventura y la Banda Morisca. Propuesta museográfica para la creación en la fortaleza de Morón de un Centro de Interpretación sobre la vida en la frontera de Granada (siglos XIII-XV)

José María Alcántara Valle 199

EXPOSICIÓN MEMORIA DE TU MANTO

Nuestro socio Antonio García López, Director - Conservador Colección Museográfica del Mosaico Romano de Casariche, nos invita a la inauguración de esta exposición en Casariche.



JORNADA CULTURA MÁS ACCESIBLE.

COLECCIÓN DEL MUSEO RUSO

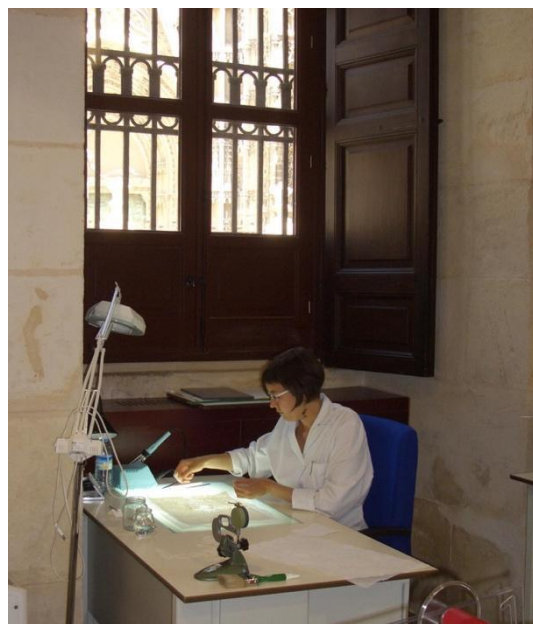
Con motivo del Día Internacional de la Discapacidad y gracias a los amigos del museo ruso se celebra esta jornada en la que fuimos representados por nuestra delegada en Málaga Maloles Cebrián con la ponencia "El Compromiso de los Museos con la Accesibilidad".



Actividades AMMA

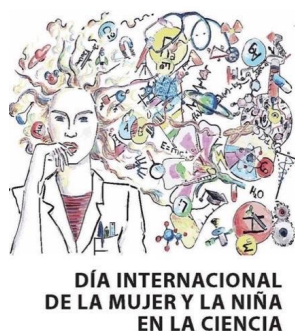
NUESTRAS REDES SOCIALES

Contribuimos, a través de nuestras redes sociales, con iniciativas que trabajan por el patrimonio y el museo. Comenzamos apoyando una campaña que trabaja por el reconocimiento profesional de conservadores y restauradores.



DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER Y LA NIÑA EN LA CIENCIA

Colaboramos a través de las redes en la celebración, llamando la atención sobre una de las funciones básicas del museo.





DÍA DE LA MUJER TRABAJADORA. 8 de marzo

Celebramos el día de la mujer trabajadora a través de nuestras redes, rindiendo homenaje a todas aquellas mujeres que trabajan por y para el museo.

Repensando el museo, una apuesta por el futuro. Mujeres artistas, mujeres comisarias. Mujeres conservadoras, mujeres restauradoras.
#diadelamujer #8M #cultura #patrimonio #museo

Además, nos sumamos a la iniciativa del Museo de Bellas Artes de Sevilla: escoge a una mujer (artista, mecenas o modelo) y ponle voz en un vídeo de un minuto.



IAPH. REUNIÓN CON JUAN PRIMO JURADO, DIRECTOR.

Aprovechamos para presentar nuestra publicación, entregar un ejemplar a su director y depositar otro más en la biblioteca.



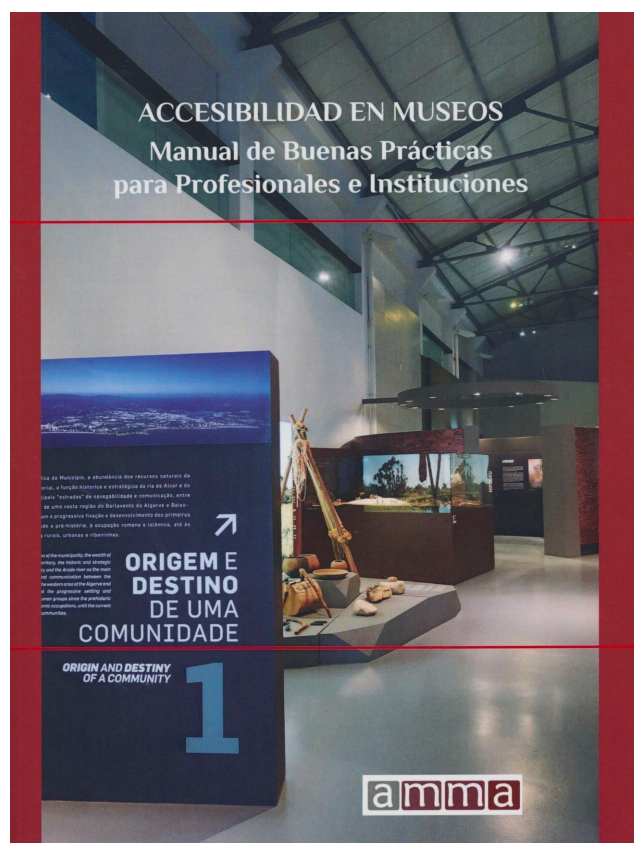
TWITTER

¡Ya somos 3.000 en Twitter, gracias a todas las personas que forman parte de nuestra comunidad!



DÍA DEL LIBRO

Invitamos a través de nuestras redes a leer el libro que acabamos de publicar: *Accesibilidad en Museos. Manual de buenas prácticas para profesionales e instituciones*.



También participamos en la entrega de libros para el alumnado de Historia del Arte de la Universidad de Málaga enviando ejemplares de nuestra reciente publicación.



DIM 2021

Con el tema "El futuro de los museos: Recuperar y reimaginar", el Día Internacional de los Museos 2021 invita a los museos, a sus profesionales y a las comunidades a crear, imaginar y compartir nuevas prácticas de (co)creación de valor, nuevos modelos de negocio para las instituciones culturales y soluciones innovadoras para los retos sociales, económicos y medioambientales del presente.



APLAZADOS AL PRÓXIMO AÑO POR EL COVID-19 LAS ACTIVIDADES PRESENCIALES

Participamos en actividades online haciendo difusión a través de redes sociales.

ENSAMBLAJES

Nuestro socio Marcelo Martin inaugura la exposición en la Sala Rivadavia de Cádiz capital. Gracias a Diputación de Cádiz y Consulado de la República Argentina en Cádiz



PRESENTACIÓN DEL LIBRO VICTORIA



GALERÍA DE ESPEJOS. FVM



D. Valentín de Madariaga Parias, Presidente de la Fundación Valentín de Madariaga y Oya, se complace en invitarle a:

Galería de Espejos 21 miradas andaluzas

Comisariada por Juan Manuel Bonet.
Un proyecto del Centro Andaluz de la Fotografía

La presentación que tendrá lugar el viernes 17 de Septiembre a las 12:00h en la sede de la Fundación.

S.R.L.
Avda. de María Luisa s/n 41013 Sevilla
Fundacionmmofundacionmm.com
954 366 072



DÍA INTERNACIONAL DE LOS TRABAJADORES DE MUSEOS



Los #museos son ecosistemas en los que conviven numerosos perfiles profesionales.

Pero es triste ver como la #PrecariedadLaboral también se ha convertido en señal de identidad de los trabajadores de #museos. Esperamos poder celebrar la próxima edición con un mayor respeto a la #DignidadProfesional

#IMWD2021 #museums

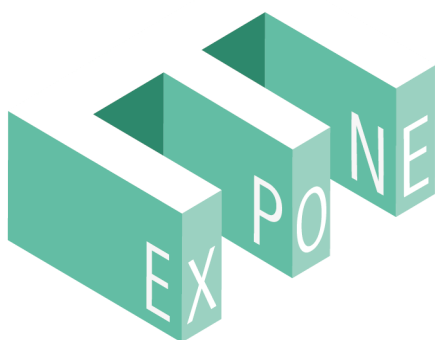
Ver los 2 comentarios

icom_esp 🍌🍌🍌



PREMIOS EXPONE

Comenzamos a trabajar en la segunda edición de los Premios EXPONE a las buenas prácticas e innovación en museos y exposiciones. Tras una primera reunión en septiembre convocada por Almudena Bocanegra Jiménez, Gerente de la Agencia y Eva González Lezcano de Artes Visuales para ver la posible colaboración de la Agencia Andaluza de Instituciones Culturales.



Con **FYCMA**, cerramos la colaboración en los mismos términos de la anterior edición y marcamos la primera reunión del equipo de trabajo. **Museummate** ratifica su intención de seguir colaborando en esta edición.

Especial Premios EXPONE

Santiago Campuzano
asesor@santiagocampuzano.es
Maloles Cebrián
m.cebriansotomayor@gmail.com
Elena López Gil
elena@asoc-amma.org
Sol Martín
sol.martin.carretero@asoc-amma.org

En este año 2021 de especial convulsión en el que se han transformado buena parte de las dinámicas de difusión de la cultura y el patrimonio a nivel global, nuestra asociación lanzó la convocatoria de los **Premios EXPONE a las buenas prácticas e innovación en museos y exposiciones** para reconocer el valor, el esfuerzo y la excelencia en la práctica profesional de la museología y la museografía en las actividades, proyectos o estrategias desarrolladas por los museos y centros expositivos en Andalucía.

Desde AMMA consideramos que la labor de todos los profesionales del sector contribuye a conformar un medio privilegiado para la difusión del conocimiento, la valoración del patrimonio y el reconocimiento comunitario en las artes y la cultura, y partiendo de esta base, esta convocatoria busca la consolidación de un evento de reconocimiento, cohesión y celebración de la profesión. De este modo, y siempre abiertos a miradas y reflexiones externas, queremos procurar el encuentro entre los profesionales de la museología y museografía para compartir nuestras inquietudes y acompañarnos en nuestros anhelos y proyectos de futuro.

1. El proyecto

Santiago Campuzano, socio de AMMA, planteó la idea a Elena López Gil y Sol Martín, presidenta y vicepresidenta de la asociación que acogieron de muy

buen grado la iniciativa y comenzaron a trabajar en el proyecto con mucha ilusión aunque con muy pocas certezas. Al equipo se suma M^a Dolores Cebrián, vocal y delegada en Málaga de AMMA, con una amplia trayectoria profesional en la ciudad y que en ese momento colaboraba en la gestión de las redes sociales de AMMA.



Una vez formado el equipo comenzamos a elaborar el proyecto, estableciendo el cronograma de actuación, programando reuniones con instituciones a las que les pudiera interesar la colaboración.

2. Imagen gráfica

Imagen gráfica:

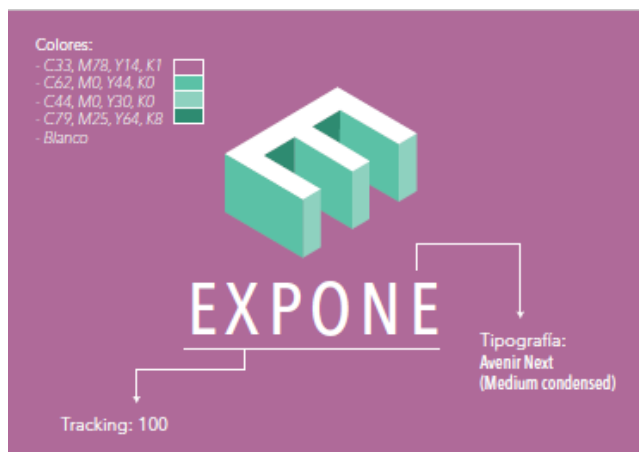
Para el diseño de nuestro logo, contamos con los servicios del diseñador gráfico e ilustrador Miguel Martín Muñoz (Sevilla, 1998).

El punto de partida para diseñar el logo fue la propia palabra que da nombre al premio y su significado, y es por eso que se optó por la inicial, la letra "E" tumbada que simula unos muros que permiten un recorrido sinuoso que nos remite inmediatamente a la idea de espacio expositivo, generando una gran superficie blanca sobre la que poder intervenir en el futuro. Una sencilla y llamativa manera de conseguir un logo que mantiene esa sobriedad que tienen en común muchas de las salas de exposición con la que enseguida nos identificamos.

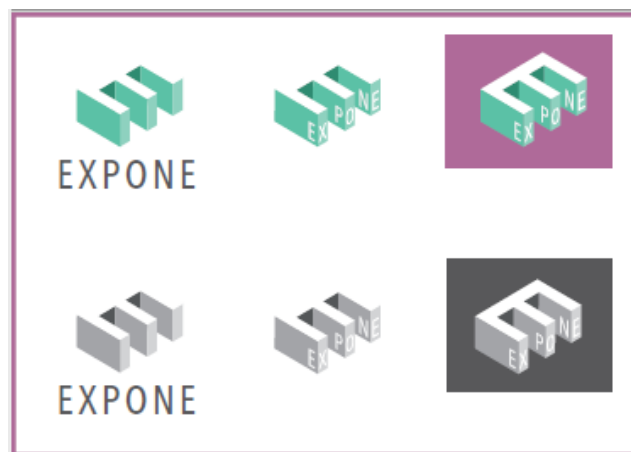


En cuanto al color, se decidió utilizar el verde aguamarina, sobrio y profesional, un color que puede combinarse con muchísimos fondos y colores distintos.

Avenir Next médium condensed es la tipografía elegida para las letras escritas en la parte baja de la imagen. Es una tipografía que logra destacar pero sin competir con el diseño, por lo que consigue una unión con la gran "E" del motivo principal. Por último, se le añadió un poco de tracking para conseguir unas dimensiones acordes.



En palabras del propio Miguel: "La creación de la marca ha sido todo un reto, conseguir un logo diferente con el que poder jugar siempre es duro y divertido a partes iguales, por lo que estoy muy contento con el resultado conseguido. Además, al utilizar una "E" isométrica facilita pasar el logotipo a distintos formatos como ya hemos observado en la estatuilla que se entregó en la gala de los premios EXPONE".



Estatuilla:

Encargamos a la artesana María Regel (Álora, 1965) el diseño y ejecución de la estatuilla que conformaría el trofeo a entregar como premio y distinción.

María se formó en el País Vasco en la profesión de ceramista aprendiendo técnicas tradicionales. Posteriormente, en Granada, se forma como alfarera y ceramista en un Plan de Cerámica Experimental ofrecido por la Escuela de Artes y Oficios.

Durante años colabora con los restauradores de la Alhambra, los hermanos Ruiz Muro, donde se familiariza con los diseños islámicos de lacerías y mocárabes que formarán su particular estilo creativo y serán constante fuente de inspiración en sus obras.

En 2008 se establece en Málaga donde pone en marcha un taller en el que alterna la formación y la creación. En los últimos años se ha especializado en el diseño de joyas y complementos realizados en cerámica, combinando esmaltes, metales, cueros, telas y texturas, vidriados, cristales y reflejos para dar como resultado piezas únicas inspiradas en los colores, los paisajes, y la esencia de Andalucía.

María nos propuso utilizar la letra del logo, la letra "E", vidriada en verde y de esta manera mantener la misma sobriedad propuesta para el logo.



3. Patrocinio

Para llevar a cabo este proyecto contamos con el patrocinio de CM Málaga 2021 (Cities & Museums International Trade Fair) y la empresa MuseumMate líder del sector de audioguías y experiencias multimedia.



El área de Industrias Culturales y Creativas (ICC) de la Agencia Andaluza de Instituciones Culturales de la Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico colaboró con nosotros en las labores de difusión y comunicación, lo que fue de gran ayuda para difundir el certamen entre los museos públicos de Andalucía, reafirmando así su compromiso en el apoyo a la actividad cultural promovida desde el ámbito privado.



CM MÁLAGA 2021 Cities & Museums International Trade Fair es un encuentro internacional y multidisciplinar en el que, tomando como referencia los conceptos de cultura y patrimonio, se debatió sobre cómo las nuevas tecnologías están creando formas de gestión cultural y turística más sostenibles y digitalmente avanzadas, incidiendo en el desarrollo y la transformación de las ciudades y los territorios. CM Málaga se celebró los días 21 y 22 de junio de 2021 de forma presencial en FYCMA (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga), que organiza el evento con la colaboración de Diario Sur.

En agosto de 2020 firmamos un convenio de colaboración con FYCMA como organizador de CM MÁLAGA 2021 Cities & Museums International Trade Fair y AMMA colaborador del evento.

El Palacio de Ferias y Congresos de Málaga nos ofreció los siguientes servicios:

1. Tratamiento de AMMA como entidad colaboradora en soportes online y offline (no exclusiva).
2. Publicación en la web de CM MÁLAGA del logotipo de la entidad colaboradora con enlace a la web de AMMA.

3. Difusión de la participación de AMMA como entidad colaboradora en los distintos perfiles de RRSS asociados a CM Málaga.
4. Invitaciones a CM Málaga para los miembros de la Junta Directiva de AMMA.
5. Descuento para los asociados en la inscripción.
6. Distribución de material promocional de AMMA en los espacios de CM MÁLAGA reservados para ello.
7. Espacio para la celebración de actividades. FYCMA alojaría las actividades que AMMA organizarse en el marco de CM MÁLAGA 2021 con la cesión de los espacios necesarios para su celebración.
8. Publicación de una reseña informativa sobre CM MÁLAGA en el boletín de AMMA.

Como contraprestación, AMMA se comprometió a promocionar el programa de Cities & Museums Webinar Forum, haciendo difusión para todo el colectivo de profesionales del patrimonio, a través de la web y perfiles de redes sociales. Las sesiones programadas trataron temas en torno a la cultura, los museos, el turismo y las ciudades y fueron impartidas por reputados profesionales del sector.

Incluimos en la web de AMMA el logotipo de CM Málaga con enlace a su web y en Redes Sociales publicamos información de CM Málaga en los distintos perfiles de RRSS de AMMA (Instagram, Twitter, Facebook o LinkedIn).

4. Jurado

Para la valoración y emisión del fallo de los premios EXPONE contamos con un panel de expertos que aglutina a reconocidas personalidades del ámbito de las exposiciones y proyectos culturales.

Con objeto de garantizar en todo momento la independencia de dicho jurado, se decidió que la

presidencia recayera sobre la persona que ostenta la presidencia de AMMA y la secretaría de la reunión del fallo en algún otro miembro de la junta directiva de la misma (o miembro de la asociación en quien se delegue) con voz, pero sin voto. Consideramos que el número de miembros del jurado fuera impar y, en todo caso, la presidencia del jurado se reserva la emisión de un voto de calidad en caso de necesidad.

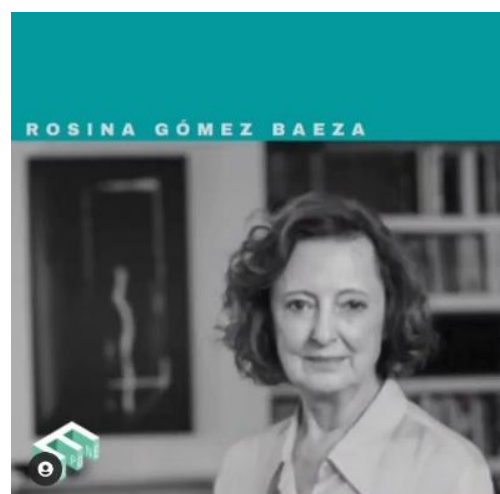
Presidencia: Elena López Gil. Presidenta de AMMA

Secretaria: M^a Dolores Cebrián. Delegada en Málaga de AMMA

Miembros del jurado:



Semíramis González. Comisariado, gestión y montaje de exposiciones.



Rosina Gómez-Baeza. YGBART – Art Advising and Management. Socia fundadora y co-directora.



Lucía Ybarra. YGBART – Art Advising and Management. Socia fundadora y co-directora.



Lucía Vázquez. Directora de ODS. Representante de FYCMA.



Ricardo Alonso Maturana. Director GNOSS.



José Antonio Mondragón. Factoría de Arte y Desarrollo, S.L.U. Director General.



Susana López Sola. Responsable Área Comercial GNOSS.



Alejandro López. MuseumMate. Asesor ejecutivo.



Ana Martí Testón. Universitat Politècnica de València. Co-directora de REMED.



Nuria Rodríguez Ortega. Universidad de Málaga.

5. Finalistas / ganadores

Disponiendo como marco jurídico el convenio de colaboración entre FYCMA y AMMA, se aprovechó la inauguración institucional de CM MÁLAGA, Cities & Museums International Trade Fair, para hacer entrega de las estatuillas a los ganadores de la primera edición de los Premios EXPONE. Este acto se celebró el 20 de junio en el Museo Automovilístico y de la Moda de Málaga y acudieron autoridades, entidades organizadoras, ponentes, partners, expositores y entidades colaboradoras, así como personalidades del sector cultural.



Berta González de Vega. Asesora de Política Cultural y Movimientos Artísticos de la Concejalía y Delegada de Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Málaga.



Eva González Lezcano. Artes Visuales. Agencia Andaluza de Instituciones Culturales.



Al acto asistieron representantes de los proyectos galardonados, así como exponentes del sector cultural y autoridades autonómicas y nacionales: Diario Sur (Grupo Vocento), Francisco de la Torre, alcalde de Málaga, Patricia del Pozo Consejera de Cultura y Patrimonio Histórico y en representación del

Ministerio de Cultura y Deporte, Dña. Adriana Moscoso del Prado, directora general de Industrias Culturales, Propiedad Intelectual y Cooperación, entre otros.

Otros colaboradores que estuvieron presentes en el acto fueron: AECID – Cooperación Española; British Council; Cámara de Comercio de Perú en España; Elektrart;

ENEM, Plataforma de Tecnologías Multimedia y Contenidos Digitales; Extenda,

Agencia Exportación e Inversión Extranjera; Factoría de Arte y Desarrollo;

FEAM – Federación Española de Amigos de los Museos; Finnova; Fundación

Málaga Más Cultura; Ibermuseos; ICOM España; Institut Français; Jing Culture

& Commerce; Málaga Techpark; Polo de Contenidos Digitales; REMED - Red de

Museos y Estrategias Digitales; TDDS – Tourism Data Driven Solutions;

Universidad de Málaga; UMA; YGBART Advertising.



El acto fue presentado por la comisaria de exposiciones y miembro del jurado de los premios, Semíramis González. Por otro lado, fue Elena López Gil, presidenta de AMMA quien en su presentación, agradeció el apoyo recibido por FYCMA – Palacio de Ferias y Congresos de Málaga y a la empresa MuseumMate patrocinadores del premio. Asimismo, hizo hincapié en la importancia de valorar el trabajo de los profesionales de los museos y la trascendencia de estos para la conservación y difusión del Patrimonio de nuestra comunidad. Tras ello, se llevó a cabo la entrega de los premios.

Premio Especial del Público: “La filosofía del paseante”. Conjunto Arqueológico de Baelo Claudia, Cádiz.

La entrega del primero de los premios, el correspondiente a la categoría de Premio Especial del Público corrió a cargo de Noelia Losada, teniente de alcalde delegada de Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Málaga; recogió el premio Macarena O’Neill, secretaria general de Patrimonio Cultural de la Junta de Andalucía.



La exposición premiada ha sido organizada en el Museo del Conjunto Arqueológico de Baelo Claudia donde se exponen las obras del artista roteño Roman Lokati.



Para la exposición en Baelo Claudia se realizaron piezas exclusivas para ese espacio. Las obras se repartieron por todas las instalaciones del Conjunto Arqueológico en un fluido diálogo con la colección permanente.

1º finalista: “Genalguacil, Pueblo Museo”.

2º finalista: “La vida es una vez para siempre”. Escuela de Arte José Nogué y Universidad de Jaén. Museo Íbero.

Premio mejor Estrategia de Comunicación: “Museo de Bellas Artes de Sevilla y su apuesta por lo digital”.



Yolanda de Aguilar, directora General de FYCMA y en representación de Diario Sur, su director, Manuel Castillo entregaron el premio a Mar Sánchez Estrella, secretaria general de Innovación Cultural y Museos de la Junta de Andalucía.

La apuesta por lo digital en el MBASE ha sido progresiva desde 2003, año en que nació la primera red social: Facebook. Durante el confinamiento de 2020, la oferta digital se ha intensificado, y además de las RRSS, varias actividades del museo, tradicionalmente realizadas in situ, han saltado al plano digital. Las actividades del servicio educativo (visitas parciales a la colección, talleres para familias, actividades para docentes), así como el ciclo de conferencias “Mirar un cuadro”, se están llevando a cabo en estos momentos en línea además de muchas otras actividades y conmemoraciones que se celebran exclusivamente online con gran acogida por el público.

1º finalista: "Museos a escena". Proyecto organizado por la Agencia Pública Casa Natal P.R.Picasso y otros equipamientos museísticos, en colaboración con el Museo Carmen Thyssen, el Museo Picasso Málaga, y otras instituciones.

2º finalista: "Proyecto de comunicación y difusión del Museo de Almería".

Premio mejor Exposición Virtual o Digital:
"Recreación 3D de la Villa Romana de Salar"
Delegación territorial de Fomento, Infraestructuras, Ordenación del Territorio, Cultura y Patrimonio Histórico en Granada.

La entrega de la estatuilla de este premio estuvo a cargo de Alejandro López, responsable de MuseumMate. Recogió el premio Pía Halcón, directora general de Innovación Cultural y Museos de la Junta de Andalucía.

La recreación 3D de la villa romana de Salar es un proyecto de arqueología virtual en el que visualmente se trabajó para conseguir un resultado realista y una representación lo más fidedigna posible del lugar a través del proceso de recreación virtual. Comprende este trabajo un intento de recuperación visual de los volúmenes arquitectónicos, pero también del entorno y paisaje cercano. En el desarrollo del trabajo se emplearon técnicas de restauración virtual y anastilosis digital.

1º finalista: "Meret Oppenheim. Reflejo de una época". Museo Picasso de Málaga.

2º finalista: Aplicación Artefact para la exposición "Realismo. Pasado y presente. Arte y verdad" en la Colección del Museo Ruso de San Petersburgo.

Premio mejor Exposición: "Genalguacil Pueblo Museo".

Entrega el premio en representación del Ministerio de Cultura y Deporte Adriana Moscoso del Prado,

directora general de Industrias Culturales, Propiedad Intelectual y Cooperación. Recoge Miguel Ángel Herrera Gutiérrez, alcalde de Genalguacil.



Casi un cuarto de siglo después de que comenzaran con este proyecto, este pequeño pueblo se distingue en el escenario del arte español por su decidida

apuesta por la creación contemporánea, reforzada en las últimas ediciones de los "Encuentros De Arte", en los que paralelamente se llevan a cabo actividades culturales y artísticas dirigidas a todos los públicos con el objeto de enriquecer y potenciar las experiencias de acercamiento y colaboración entre vecinos del Valle del Genal, visitantes y artistas participantes.

1º finalista: "Máscaras. Metamorfosis de la identidad moderna". Museo Carmen Thyssen.

2º finalista: "Las habitaciones del Emperador". Universidad de Granada y Alhambra.

Premio Honorífico a la trayectoria profesional: José Lebrero Stals.

Francisco de la Torre, alcalde de Málaga y Patricia del Pozo, Consejera de Cultura y Patrimonio Histórico de la Junta de Andalucía entregaron el premio a José Lebrero Stals, actual director del Museo Picasso de Málaga.



A lo largo de su carrera ha desempeñado, entre otros, los puestos de responsable del Departamento de Exposiciones en el Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona, director del Centro Andaluz de Arte Contemporáneo de Sevilla. Escribe ensayos críticos y artículos para revistas especializadas de arte e imparte conferencias en diferentes centros culturales y universidades. Colabora con algunas de las instituciones culturales más importantes como el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, la Fundación Miró, el Whitney Museum of American Art de Nueva York o el Institut d'Art Contemporain de Lyon.

La ceremonia de entrega de premios fue un acto que consiguió dar visibilidad, no solo a los proyectos premiados sino también a reconocer el valor, el esfuerzo y la excelencia de la práctica profesional de la museología y la museografía.

6. Comunicación

Creamos un plan de comunicación para no improvisar ninguna de las actuaciones planteadas con respecto a la difusión del premio y poder planificar y gestionar la estrategia para mantener una comunicación digital eficaz.

A través del plan de comunicación materializamos nuestra estrategia para conocer al público al que nos dirigimos y así poder enviar los mensajes adecuados para cumplir nuestros objetivos y lograr la visibilización que pretendemos con el premio.

Canales de comunicación

Uno de los puntos claves del plan fue la elección de los canales de comunicación:

1.- Web: Se aportaron contenidos de calidad útiles para los usuarios, logrando que nos viesen como una fuente especializada.

2.- Redes sociales: Optamos por utilizar las redes con las que ya contaba AMMA: Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram. Las mantuvimos activas durante todo el proceso de elaboración del proyecto, su desarrollo y finalización.

3.- Email: Es un medio de comunicación muy directo, ya que con él y de manera privada nos comunicamos con nuestros socios y colaboradores habituales.

Nos ayudó a difundir los contenidos de la web, a informar sobre novedades, etc.

Calendario de publicaciones

Una vez elegidos los medios, marcamos en el calendario la frecuencia de publicaciones que realizaríamos en cada uno de ellos así como un calendario de contenidos.

1.- **Web:** Se creó una sección dedicada a los premios EXPONE dentro de la web de AMMA con el siguiente contenido: convocatoria y bases y formulario de inscripción.

En la página principal se anunciaron los premios y se dieron a conocer los ganadores.



2.- Redes sociales:

Marzo

Comenzamos publicando la convocatoria.

Nos hicimos eco de las apariciones en prensa.

Comunicamos la colaboración con FYCMA.



Abrimos una cuenta en Buffer, plataforma desde donde se puede publicar en varias redes sociales a la vez. Decidimos utilizar Buffer porque nos pareció intuitivo y fácil de usar.

Publicamos la fecha y el evento en el que se entregarán los premios.

Abril

Dimos a conocer las categorías a las que optar dentro de los premios.

Durante todo el mes continuamos reforzando la difusión de los premios en las distintas plataformas.

Mayo

Fuimos avisando periódicamente de la finalización del plazo de presentación de candidaturas.

Recordamos el lugar de entrega de premios.

Comunicamos la incorporación de Museummate como patrocinador.

Ampliamos el plazo de presentación de proyectos hasta final de mes.

Realizamos un vídeo promocional de los premios.

Lanzamos un vídeo con motivo del cierre del plazo para la presentación de proyectos.

Junio

Difundimos un vídeo para agradecer la alta participación.

Nos hicimos eco de la convocatoria en prensa.

MuseumWeek, aprovechamos la convocatoria para seguir dando noticias del avance del proyecto.

Anunciamos el premio especial del público.

Dimos a conocer los seleccionados para optar a este premio en días sucesivos.

Abrimos la votación durante 10 días en redes.

Publicamos un Vídeo para presentar al jurado, una vez que estos hubieran emitido su voto.

Antes de ir a Málaga, mostramos el trofeo que se entregaría a los proyectos elegidos.

Durante la entrega de premios fuimos haciendo publicaciones: comenzamos presentando al equipo de trabajo y seguimos con cada uno de los premiados.

Julio

Subimos a redes un vídeo para recordar a los ganadores y las razones por las que se les otorgaron los premios.

Octubre

Nos hicimos eco de la presencia que el premio sigue teniendo en la prensa.

Avisamos de la segunda convocatoria de los premios EXPONE.

3.- Email:

Marzo

Comunicación a los socios, y posteriormente a todos los museos, instituciones culturales, profesionales y empresas del sector del 1er certamen de premios EXPONE organizados por AMMA.

Enviamos enlace al formulario de inscripción

Mayo

Ampliación de plazo de los Premios EXPONE

Junio

Volvimos a hacer mailing pero en esta ocasión para remitir una invitación a CM Málaga y posteriormente para recordar la información sobre el acto de entrega de los premios.

Análisis de resultados

Terminado el proyecto medimos los resultados para poder modificar la estrategia si fuera necesario en las ediciones siguientes. La analítica digital es tan necesaria como el resto del plan de comunicación. Habitualmente utilizamos herramientas de medición, como Google Analytics o las nativas de las redes sociales que aportan una información muy valiosa sobre nuestro target, los contenidos publicados de más éxito o las personas que han leído tus mensajes.

Preguntamos a los premiados

Juan Francisco Rueda. Doctor en Historia del Arte. Docente en la Universidad de Málaga. Comisario y crítico de arte. Responsable del proyecto reconocido con el premio a la mejor exposición en los Premios EXPONE 2021.



Ejerce la docencia como profesor del departamento de Historia del Arte de la Universidad de Málaga, impartiendo algunas asignaturas en la que los museos y el patrimonio son esenciales, como la asignatura Patrimonio cultural y prácticas curatoriales, en el Máster en Desarrollos Sociales de la Cultura Artística. Como crítico de arte que ejerce esta profesión desde hace 21 años (actualmente en el diario SUR y en el suplemento ABC Cultural), las exposiciones y los museos son un medio imprescindible para desarrollar esta parcela profesional. Asimismo, comisario exposiciones y proyectos para diferentes instituciones, entre las que están distintos museos y centros de arte

de muy diferente escala y alcance. Desde 2014 participo como asesor científico en Genalguacil Pueblo Museo, para cuyo museo he comisariado numerosas exposiciones y he participado, junto a otros técnicos, en el diseño de la programación expositiva, en el plan museográfico y en la reforma integral del equipamiento.

1. ¿La actual situación supone una oportunidad para repensar los museos y el consumo cultural?

Por supuesto, toda situación crítica, más aún como ésta, en la que hemos tenido que parar la maquinaria expositiva y de atención a los públicos, supone una oportunidad para reflexionar, una oportunidad para salirnos de la inercia y cuestionarnos los museos y el consumo cultural.

2. ¿Qué opinión le merece la adaptación de contenidos y servicios de los museos al momento provocado por la pandemia? ¿La virtualización ha sido la estrategia de urgencia o se está llevando a cabo una adaptación real?

Hay que valorar que durante la pandemia, en especial durante el confinamiento, los museos hicieron por seguir generando contenidos culturales o adaptar los que tenían en curso o eran inminentes. La virtualización fue la vía, prácticamente la única posible, y, claro está, de urgencia. En los primeros compases de la vuelta a la normalidad, una vez superado el confinamiento, se trató en numerosos foros la implementación de lo virtual a los museos no como estrategia ocasional sino continuada, estructural. Creo que con el retorno de una normalidad casi absoluta, con la vuelta a experimentar los museos in situ y con el contacto directo con la obra de arte y con los demás agentes del sistema del arte, lo virtual ha vuelto a segunda fila, más presente que antes de la pandemia pero sin el protagonismo que muchos auguraron durante el confinamiento y en los meses posteriores.

En cualquier caso, esa experiencia ha sido provechosa, se ha aprendido y algunas iniciativas y resortes puestos en marcha se han mantenido.

3. En los próximos años ¿Qué decisiones cree que deberían tomar los profesionales que gestionan la comunicación con los visitantes en los museos?

Creo que hay muchos tipos de museos y que cada uno tiene su idiosincrasia. Entiendo que no hay decisiones-tipo que puedan aplicarse a todos los museos por igual, más allá de generalidades encaminadas a facilitar una mejor comunicación, redundante en una experiencia más significativa para el visitante o en un conocimiento previo aumentado para todo aquel que virtualmente se interese. Creo que el escenario en el que se puede mover cualquier museo –pongamos un Prado o un Reina- es muy distinto al que se mueve el Museo de Arte Contemporáneo de Genalguacil, en un pueblo de apenas 500 habitantes, en plena España vacía y con una programación muy volcada a explicar el territorio a través del arte contemporáneo.

4. En líneas generales, en el futuro los Museos ¿Serán más justos y evitarán el trabajo precario? ¿Serán más sostenibles y se reajustarán las exposiciones temporales? ¿Tendremos Museos más sociales que aseguren la plena accesibilidad?

En líneas generales pienso que sí, aunque algunas de estas cuestiones las veo más próximas o factibles que otras. La sostenibilidad se irá imponiendo; cabe pensar que el recorrido hacia ella es innegociable, con lo que estas instituciones, con mayor o menor rapidez, deberán ser cada vez más sostenibles. De hecho, el Museo de Arte Contemporáneo de Genalguacil es sostenible medioambientalmente, produciendo toda la energía que consume. Soy menos optimista respecto al trabajo precario, ya que, por

desgracia, la precarización está incorporada a nuestra sociedad y algunos museos participan de ella porque el marco laboral se lo permite.

Roman Lokati. London College of Communication University of Arts. Artista Plástico. Exposición reconocida con el premio especial del público en los Premios EXPONE 2021.



Mi trayectoria profesional se puede dividir en dos partes, mi experiencia como trabajador de la Tate Britain una de las más grandes colecciones de arte contemporáneo de todo el mundo y mi experiencia expositiva en Museos e Instituciones.

Trabajar en la Tate ha sido una de las mejores cosas que me ha pasado en la vida, he podido ver de cerca las gestiones y la forma de trabajo, cómo llegan a conectar con el público y cómo respetan al artista. En el 2019 fui seleccionado con tres esculturas para participar en la primera bienal que organizó la Tate con obras de los trabajadores.

Mi experiencia con museos Andaluces ha sido siempre muy cordial y con un trabajo en conjunto excelente,

desde el Museo de Almería al Museo de Bellas Artes de Cádiz como en la última exposición realizada en el conjunto de Baelo Claudia en el año 2021.

1. La actual situación ¿supone una oportunidad para repensar los museos y el consumo cultural?

Claro que es una oportunidad para poner nuevos lenguajes tecnológicos al servicio del público, programas para poner de relieve nuestras colecciones.

Esta pandemia no será la única ni la última por desgracia, las visitas a museos han cambiado y la gente tiene que tener otras oportunidades para ver lo que sucede en el arte, algunos podrán visitar exposiciones en directo otros no.

2. ¿Qué opinión le merece la adaptación de contenidos y servicios de los museos al momento provocado por la pandemia? ¿La virtualización ha sido la estrategia de urgencia o se está llevando a cabo una adaptación real?

Aunque no me gusta nada estar detrás de un ordenador para ver lo que pasa en un museo, por desgracia no nos queda otra, se está trabajando para intentar hacer otro tipo de visitas, la virtualización es perfecta pero aunque ya nadie duda que las tecnologías y la comunicación han cambiado en la sociedad

Pero sí que está claro que la utilización de las nuevas tecnologías constituye una práctica cada vez más común en los museos.

3. En los próximos años ¿Qué decisiones cree que deberían tomar los profesionales que gestionan la comunicación con los visitantes en los museos?

Inyectar sangre joven y renovada aires nuevos, los grandes cambios se producen con una lentitud tremenda por eso es hora de

poner energía y ganas en cambiar la actividad, como llegar a otros públicos más jóvenes. Varios museos en Londres ya han dado grandes pasos para resolver esta situación acercando al público más joven sin desatender a otros públicos.

4. En líneas generales, en el futuro los Museos ¿Serán más justos y evitarán el trabajo precario? ¿Serán más sostenibles y se reajustarán las exposiciones temporales? ¿Tendremos Museos más sociales que aseguren la plena accesibilidad?

Me gustaría pensar que si pero en la Tate donde trabajo tenemos muy malas experiencias con los contratos de trabajo se encargan agencias y eso no es seguro el museo ya no contrata a todo el personal solo mantiene una plantilla mínima el resto son por agencias eso es terrible.

Si la vida de los profesionales que trabajan con esas condiciones laborales ya era precaria antes del coronavirus ahora lo es más, esperemos que todo cambie para mejor yo tengo esperanzas de que los museos se adaptaran a los tiempos y mejoraran sus servicios en general. Pero queda mucho por hacer, limpieza y gente nueva.

Lourdes Páez. Licenciada en Historia del Arte. Conservadora de museos. Miembro del equipo reconocido con el premio a la mejor estrategia de comunicación en los Premios EXPONE 2021.



Soy licenciada por la Universidad de Sevilla en Historia del Arte y conservadora de Museos. He ocupado desde 2002 diferentes puestos técnicos en la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía: en el Museo Arqueológico de Córdoba, en el Museo de Almería, en la Dirección General de Bienes Culturales y, desde 2013 a la actualidad, en el Museo de Bellas Artes de Sevilla, casi siempre vinculada al área de conservación y en mi actual museo además –y paradójicamente– como gestora de redes sociales.

Tanto mi formación como mi trabajo desde muy pronto, en parte por azar, se vincularon a los museos. En 2006 participé como alumna en el Máster de Museografía de la Fundación El Monte y posteriormente como tutora y parte del profesorado en la 8ª edición del Máster de Museología de la Universidad de Granada (2014-2016).

1. ¿La actual situación supone una oportunidad para repensar los museos y el consumo cultural?

La pandemia ha supuesto un reto para la sociedad en general y para los museos en particular. La situación inesperada del confinamiento nos obligó a improvisar, pero también a ofrecer lo mejor de cada

institución, fundamentalmente a través de las redes, que posibilitaron “mantener abiertas sus puertas”. Las personas que aún no creían en estos medios ya no tienen dudas de que son una herramienta fundamental de comunicación, de escucha activa, de participación...

2. ¿Qué opinión le merece la adaptación de contenidos y servicios de los museos al momento provocado por la pandemia? ¿La virtualización ha sido la estrategia de urgencia o se está llevando a cabo una adaptación real?

Nuestra apuesta por lo digital ya era plena antes de la pandemia; simplemente se convirtió en un aliado perfecto. Desgraciadamente, aunque desde las instituciones seamos conscientes de la necesidad de incrementar los medios personales, técnicos y económicos en el campo virtual, sabemos que desde las administraciones estos cambios se asimilarán siempre a un ritmo más lento. Hay que darles tiempo. Recuerdo a una compañera ahora jubilada que decía que, cuando empezó, desde altas instancias se les preguntaba para qué querían en el museo ordenadores... Todo cae por su propio peso.

3. En los próximos años ¿Qué decisiones cree que deberían tomar los profesionales que gestionan la comunicación con los visitantes en los museos?

Aquí voy a barrer para casa. La comunicación de un museo se ha transformado con la irrupción de nuevos medios, como las redes sociales. Las personas profesionales en este campo debemos propiciar que exista una mayor interactividad si cabe con esa comunidad virtual que crece a diario en torno al museo, y que ha de ser tenida ya muy en cuenta. Los visitantes ya no son solo físicos. A la persona que nos visita físicamente hay que

mimarla... ¿Cómo no habríamos de mimar a quien se asoma a diario al museo a través de nuestras redes?

4. En líneas generales, en el futuro los Museos ¿Serán más justos y evitarán el trabajo precario? ¿Serán más sostenibles y se reajustarán las exposiciones temporales? ¿Tendremos Museos más sociales que aseguren la plena accesibilidad?

En los museos, al menos en los que he trabajado, pertenecientes a la Junta de Andalucía, no existe el trabajo precario. Toda la plantilla es de trabajadores y trabajadoras laborales o funcionarias por oposición. Nadie trabaja más horas de las fichadas. En las redes, hasta que la administración asimile y regule esta tarea y cree puestos específicos, a veces sí lo haces. No está en mi horario contestar un domingo. Se hace por vocación, por amor al museo y nunca quitando puestos de trabajo a otras personas. Jamás se nos ocurriría tener a alguien haciendo ese trabajo de manera voluntaria. Obviamente es necesaria una ampliación de las rpt, y un reajuste adecuado a los nuevos tiempos. Por otro lado, el museo será más sostenible y más social si las personas que trabajan en él tienen esa conciencia. Desde el MBASe y desde sus redes llevamos casi 10 años abogando por la escucha activa y por la plena accesibilidad.

Soledad Gómez. Licenciada en Historia del arte / Miguel Valdivia. Arquitecto - Ideosmedia Estudio Creativo S.L. Reconocidos con el premio a la mejor exposición virtual en los Premios EXPONE 2021.



Miguel Valdivia (arquitecto especializado en patrimonio histórico) y Soledad Gómez (historiadora del arte y museóloga) son socios fundadores de Ideosmedia Estudio Creativo S.L., una empresa dedicada al ámbito cultural y especializada en la creación de contenidos digitales. Tras varios años de

formación y trabajo como profesionales independientes, Valdivia y Gómez se han unido a otros especialistas en el ámbito patrimonial con el fin de generar recursos de valor social, documental y educativo para los museos y las instituciones culturales. Entre sus últimos proyectos se encuentra la Recreación 3D de la Villa Romana de Salar, premio Expone 2021 de AMMA a mejor exposición virtual.

1. ¿La actual situación supone una oportunidad para repensar los museos y el consumo cultural?

La situación que estamos viviendo ha evidenciado de manera más explícita algunos puntos débiles en las instituciones culturales, y al mismo tiempo ha supuesto una evolución y un aprendizaje en un tiempo récord. Esto sin duda es una oportunidad para analizar lo que se ha hecho hasta ahora, repensar el modelo que tenemos y buscar vías para su optimización. La digitalización y la virtualización son, por ejemplo, algunas de estas vías, pues más allá de herramientas divulgativas a corto plazo, representan el legado para el futuro de una sociedad digital como la nuestra.

2. ¿Qué opinión le merece la adaptación de contenidos y servicios de los museos al momento provocado por la pandemia? ¿La virtualización ha sido la estrategia de urgencia o se está llevando a cabo una adaptación real?

La transformación digital, como un desarrollo maduro y planificado, era ya una realidad en muchos museos antes de la crisis de la Covid-19. La pandemia lo que ha generado es que aquellos centros más rezagados se hayan visto con la necesidad de dar más protagonismo a unos procesos que hasta el momento no eran los prioritarios en su línea de trabajo. El resultado ha sido desigual, pero en general ha habido un esfuerzo por tratar de adaptar los medios y recursos que tenían a su

disposición, que en muchos casos eran escasos, para tratar de hacer de lo digital un camino para acercarse a un público ausente. Esto ha implantado nuevas formas de trabajar y nuevos hábitos que aún deben asentarse y madurar en líneas generales, pero que suponen un significativo avance.

3. En los próximos años ¿Qué decisiones cree que deberían tomar los profesionales que gestionan la comunicación con los visitantes en los museos?

Se debe entender que hay un público diverso y que sería conveniente redoblar los esfuerzos por tratar de llegar a todos. Citando a Sandell, el acercamiento a los museos supone trabajar en una triple dimensión: el acceso, la representación y la participación. Esto es especialmente complejo cuando hablamos de minorías, porque en ocasiones los recursos destinados a tratar de acercar los museos a estos públicos son más costosos de llevar a cabo y suelen tener un menor retorno. Es difícil justificar que se va a dedicar personal y presupuestos a proyectos que luego, a nivel de datos, llegan a un número reducido de personas, sobre todo cuando hay centros que no tienen mucho de una cosa ni de la otra. Pero hay que tomar conciencia de que es necesario avanzar más intensamente por este camino para llegar a los públicos que normalmente no se acercan a los museos, no se sienten representados en los mismos y no tienen voz para participar de una manera activa. Creo que es uno de los principales retos a los que se tienen que enfrentar estas instituciones.

4. En líneas generales, en el futuro los Museos ¿Serán más justos y evitarán el trabajo precario? ¿Serán más sostenibles y se reajustarán las exposiciones temporales? ¿Tendremos Museos más sociales que aseguren la plena accesibilidad?

Los museos tienen cada vez más en cuenta la premisa de ser más sociales, más accesibles y más inclusivos, en los últimos años se ha visto un avance en este ámbito y se han desarrollado iniciativas puntuales de gran interés. Sin embargo, este enfoque se hace fundamentalmente pensando en el público. Ser un museo social implica también un compromiso interno y repensar algunos de los procesos de trabajo, y entre ellos, atajar la alta precariedad laboral del sector debería ser un tema totalmente prioritario. Implementar la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible también consideramos que debería estar muy presente en el horizonte futuro de las instituciones culturales.

José Lebrero Stals. Director del Museo Picasso Málaga. Reconocido con el premio honorífico a la trayectoria profesional en los Premios EXPONE 2021.



En primer lugar muchas gracias por vuestro reconocimiento que quisiera compartir con todos los profesionales que en museos grandes y pequeños, con presupuestos o sin presupuestos, con medios suficientes o sin apenas medios, con colecciones importantes o con mínimas colecciones, con directores o esperando directores, con presiones o sin ellas, con libertad, equipados de ordenadores o sin wifi (que también los sigue habiendo), digitales o analógicos, cada día sienten, como yo lo siento, desarrollar un servicio público y trabajar para la sociedad, intentando hacerla partícipe de una de las cosas más valiosas y elevadas que tiene el ser humano como tarea, que es el arte y la cultura. ¡Viva el arte y viva la cultura!

Extracto del discurso de recogida del Premio EXPONE honorífico a la trayectoria profesional

Nuestros patrocinadores

CM Málaga, Culture and Museums International Tech Forum



CM Málaga, Culture and Museums International Tech Forum ha confirmado las fechas de su segunda edición, que tendrá lugar los días 20 y 21 de junio de 2022 en FYCMA (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga), que organiza este certamen con el apoyo de Diario Sur. El foro se ha posicionado como una de las principales citas en el calendario internacional de certámenes basados en la transformación digital del sector cultural, siempre con el foco en la sostenibilidad. Así, la organización se encuentra configurando una edición que supondrá un punto de encuentro de destacadas entidades públicas y privadas tractoras de la cultura, los sectores profesionales afines y las industrias culturales, así como a empresas de servicios que dan soporte a este sector.

El foro aglutina un programa de contenidos de máxima calidad que supone una hoja de ruta marcada por el conocimiento y la experiencia compartidas por más de un centenar de expertos internacionales, apuntando las líneas de trabajo de las entidades involucradas en la promoción, difusión y conservación del patrimonio artístico-cultural. En este sentido, CM Málaga acogerá el programa El museo: nuevas miradas, un punto de encuentro en el que destacados profesionales del sector museístico presentarán nuevos testimonios y experiencias recientes sobre la transformación digital en los centros culturales. La cita ofrece el marco perfecto para analizar las funciones de estos espacios en su evolución hacia el museo híbrido, así como los retos de un nuevo consumo cultural, en búsqueda de significado y sostenibilidad. De esta

forma, las principales voces del panorama cultural internacional se reunirán en CM Málaga para avanzar en la necesidad de redefinir las nuevas funciones de estas entidades, en un contexto de tecnologización y digitalización avanzada, como es el actual.

Del mismo modo, el foro girará sobre ejes temáticos que analizarán las tendencias actuales de la sociedad y su influencia en el futuro del museo, el potencial no explorado de los centros culturales, el rol de las entidades artísticas en la construcción de las identidades culturales, nuevos métodos para llegar a audiencias locales y lejanas, sostenibilidad, inclusión y diversidad en la industria cultural o el camino hacia el museo híbrido mediante la incorporación de experiencias virtuales sugerentes.

CM Málaga se configura así como un escenario para la puesta en común de los avances tecnológicos y soluciones innovadoras puestas en marcha por el sector cultural durante el contexto de la COVID-19, como oportunidad de afrontar con éxito un nuevo tiempo post pandemia. Para ello, el foro contará con la participación de entidades culturales internacionales de primer nivel, con presencia tanto en la parte congresual como en la parte expositiva del evento.

Cabe destacar que la primera edición de CM Málaga contó con la participación de más de un millar de profesionales inscritos procedentes de 700 entidades públicas y privadas. Durante sus dos días de celebración, representantes de un total de 38 países pudieron compartir conocimiento, negocio y experiencias. En este sentido, el programa del foro consiguió definir las bases del futuro de la industria cultural y creativa. Un testigo que recoge ahora la segunda edición del certamen, que contará además con oportunidades de negocio, a través de un completo programa de networking, y espacios de formación, con talleres prácticos que abordarán temas de actualidad relacionados con nuevos modelos de gestión, transformación digital, marketing y comunicación, sinergia de sectores, oportunidades de financiación o internacionalización.

MuseumMate: Los estudios de público en la era digital



Las nuevas tecnologías han cambiado la forma de visitar los museos. Y la pandemia de la Covid-19 ha acelerado esos cambios debido a la necesidad de optimizar los recursos y mejorar la calidad de la experiencia. Uno de los avances más evidentes se centra en los estudios de público, que son ahora mucho más sofisticados gracias a las nuevas herramientas digitales.

En realidad, no se trata solo de un avance técnico, “sino una revolución absoluta en el concepto mismo de estos estudios: ahora tiene más importancia el ‘cuándo’, y nos centramos en el ‘durante’. Eso lo cambia todo”. El Sistema de Inteligencia de Museos: Visitors Analytics, un nuevo sistema de recopilación y análisis de datos a través del Asistente de Visita SmartGuide o EasyGuide.

Los estudios tradicionales de público se realizaban antes o después de la visita al museo, normalmente de manera manual. Y así sigue ocurriendo con muchas herramientas digitales en la actualidad: la interacción con la web de un museo aporta información valiosa antes de la visita, mientras que las menciones en redes sociales lo hacen después de la misma. Pero en ambos casos se trata de información fraccionada de una muestra muy pequeña del conjunto de visitantes.

La importancia de recopilar datos durante la visita

El hecho de recopilar datos durante la visita tiene muchas e importantes ventajas. En primer lugar, es muy fácil y rápido, pues no ‘roba’ tiempo al visitante: éste no necesitará dedicar ni un minuto a responder preguntas, pues la información se recaba

automáticamente por medio de un dispositivo electrónico.

En segundo lugar, esos datos son más fiables y veraces: el visitante no puede obviar ni edulcorar los detalles de su visita, pues se generan en tiempo real sin que el usuario se dé cuenta. De ello se encarga el dispositivo SmartGuide que acompaña al visitante o la solución digital EasyGuide que los visitantes pueden utilizar en sus propios smartphone. Ambas soluciones dotadas de software con inteligencia artificial.

Y en tercer lugar, esos datos recabados son más completos. Si bien los estudios tradicionales de público se centran en cuestiones subjetivas relacionadas con gustos o críticas, los actuales se basan en hechos medibles y analizables. Por ejemplo, las salas que visita el usuario, el tiempo que permanece frente a una obra, sus intereses, sus hábitos, su comportamiento e incluso el recorrido que realiza por las instalaciones del Museo.

Los dos pilares que sostienen este método

Este sistema para crear estudios de público en tiempo real se sostiene por medio de dos pilares, cada uno en un ‘extremo’. Por un lado, el asistente de visita que acompaña al visitante. Y por otro, el Sistema de Inteligencia de Museos que recopila los datos y a los que, los técnicos del museo, pueden acceder mediante sencillos paneles de gestión en sus propios ordenadores.

“En Museummate hacemos mucho hincapié en el concepto de ‘asistente de visita’, puesto que nuestros dispositivos (smartguide o easyguide) permiten hacer muchas más cosas que la clásica audioguía”. En realidad, su información es bidireccional: del dispositivo al usuario por medio de recursos audiovisuales y del usuario al dispositivo por medio de sus interacciones, tanto con el contenido como con el espacio.

Por lo que respecta a Visitors Analytics, el nuevo Sistema de Inteligencia de Museos a disposición de los técnicos del museo, no solo se encarga de recopilar los datos de cada visita, sino que además los interpreta: es capaz de elaborar informes individuales, métricas

comparativas con otros usuarios e incluso ponderarlos con otros factores externos al museo y al visitante, como la meteorología o los eventos presentes en la ciudad durante esos días.

Y todo ello, con un estricto respeto a la normativa vigente en materia de privacidad, puesto que los datos se pueden recabar de manera anónima o con los datos personales del visitante, previo consentimiento expreso.

Por todo ello, el binomio 'asistente de visita + estudio de público en tiempo real' se perfila como una solución muy potente en los museos 4.0. Y también puede tener otras aplicaciones para profesionales e instituciones relacionadas con estos centros. Por ejemplo, para profesores de cara a salidas extraescolares o para agencias y guías turísticos como complemento a su servicio.

En resumen, se trata de un sistema con todo el futuro por delante "porque conecta con la vocación tecnológica de las nuevas generaciones, que serán también los visitantes del mañana, y también porque ese 'mañana', al igual que Visitors Analytics, se escribe ya en clave de Big Data".

Los socios opinan

Santiago Campuzano. Licenciado en Historia del Arte con especialidad en Museos y Patrimonio. Experto en Gestión Cultural. Socio de AMMA

Premiar la inteligencia

Este año es preciso para mí reflexionar sobre la experiencia de los Premios EXPONE 2021, una iniciativa de la que me siento responsable junto al resto de la comisión que acogió con ganas esta idea y ha puesto todo su saber hacer al servicio de la misma. Porque tener ocurrencias está muy bien, pero encontrar aliados que las conviertan en proyectos sólidos, conectados y con proyección, no siempre ocurre, por eso desde aquí mi reconocimiento a todo el equipo.

Me gustaría contar por qué surgió la idea de organizar unos premios a la práctica profesional en los museos y exposiciones, pero no hay un único motivo, sino una mezcla de intenciones. Por un lado, estaban las ganas de reconocer el esfuerzo realizado por todos los colegas ante las dificultades planteadas por la situación excepcional provocada por la pandemia, y por otro reivindicar la práctica de la museología y la museografía como un trabajo técnico y también creativo.

Aunque vivamos muchas horas sumergidos entre leyes, reglamentos, tratados y directivas internacionales, los que tenemos el privilegio de dedicarnos a comunicar y difundir los valores del arte y el patrimonio a los demás estamos llamados a la sensibilidad y también a la imaginación como las mejores herramientas y armas para sorprender, atraer y enamorar a los públicos que esperan experiencias significativas. Por ellos (y por nosotros) el rigor y la creatividad, deben darse la mano para que nuestros proyectos alcancen la máxima dimensión. Así, mientras otros trabajos creativos tienen actos de reconocimiento anual y de aplauso a la contribución a la sociedad que tiene cada sector, el ámbito de las exposiciones cuenta a partir de ahora con un formato que igualmente lo reconozca.

Gracias a todos y a todas por la acogida. Vamos a por la segunda edición.

Laura Carrasco. Licenciada en Historia del Arte. Delegada de AMMA en Huelva.

Me gustaría terminar el año haciendo una reflexión sobre Huelva. Aunque muchos podremos decir que su historia es reciente, dado que los vestigios que más predominan son los del legado inglés como el Puente conocido como "del tinto", fechado 1874, su historia es más extensa, la ciudad fue punto de encuentro de diferentes culturas y civilizaciones, conocemos la ocupación humana desde el Bronce Final, pasando por los romanos hasta la Edad Media, son precisamente los restos de la mítica cultura tartésica los que ejercen mayor influencia sobre el turista. Si continuamos haciendo un recorrido por el paseo de la ría, hace más de 50 años hubiésemos podido ver varios Balneario como el del Odiel o el de la Cinta, este último situado casi al final donde hoy se encuentra la escultura del conocido monumento a Colón, que en realidad se llama Monumento a la Fe Descubridora, la escultura se apoya en una cruz en forma de tau, símbolo franciscano, correspondiente a la última letra del alfabeto hebreo.

Ignacio Trujillo. Abogado y Licenciado en Historia del Arte. Vicepresidente de AMMA.

La experiencia de este año me hace reflexionar sobre la necesidad de conseguir mayor calidad en los servicios y actividades culturales frente a la cantidad. En esta triste pandemia hemos visitado museos, espacios culturales, exposiciones... con una tranquilidad que nos hacía pensar en la necesidad de que estos espacios no se conviertan en lugares de paso ajenos a la tranquilidad y la reflexión, atosigados por los números y el cúmulo de visitas a alcanzar. Es difícil compaginar accesibilidad y conservación, número de visitantes y disfrute de la visita, pero hay que lograrlo, no debemos volver al turismo de masas

que genera ingresos (o no) a cambio de prostituir nuestro patrimonio material e inmaterial.

Maloles Cebrián Sotomayor. Lda. en Historia del Arte. Mediadora cultural, especializada en accesibilidad. Delegada de AMMA en Málaga.

El año que termina ha sido un año de regresos, reencuentros y aprendizaje. Regresos tímidos a los museos. Reencuentros con las obras, el patrimonio y la cultura. Reencuentros con los espacios y con los compañeros y compañeras de profesión.

Hemos vuelto a casa, aún con el miedo en el cuerpo, con la esperanza de recuperar parte de la normalidad a la que estábamos habituados, pero sobre todo esperando haber aprendido de lo vivido.

Hemos vuelto sintiendo emociones contrapuestas. Alegría por el regreso, paz, calma, tranquilidad, silencio, que se convierten en anhelo, soledad y grandes ausencias, si miramos atrás. Hemos vuelto, pero queriendo volver de otra manera, con más calidad y menos cantidad.

Desde AMMA quisimos ayudar a ello con nuestro trabajo. Por un lado, publicando una herramienta ágil con la que ayudar a nuestros compañeros y compañeras a mejorar la accesibilidad en sus instituciones, nuestro libro *Accesibilidad en Museos. Manual de Buenas Prácticas para Profesionales e Instituciones*. Por otro, gracias a la iniciativa de Santiago Campuzano, creando unos premios que apoyen y reconozcan la calidad y la innovación del trabajo de nuestros profesionales. Ambas han tenido una acogida maravillosa que no esperábamos y que agradecemos infinitamente.

He tenido la suerte de participar en los dos proyectos acompañada de grandes y fantásticos profesionales, y amigos, a los que he de agradecer todo lo que me han enseñado en el camino, y lo fácil y divertido que ha sido. En especial, quiero y debo agradecer su trabajo, su dedicación y sus enseñanzas a Elena. Constante, firme, segura y decidida en su quehacer, nos ha guiado y hecho crecer a todos, y con ello, a la Asociación. Gracias por todo.

Rafael Flores Lara. Periodista. Gestor Cultural
Codirector Festival Morada Sónica Almería.
Socio de AMMA.

La pandemia del Covid 19 ha puesto en cuestión la casi totalidad de los aspectos de nuestra vida, un debate al que los museos no han permanecido ajenos, hasta el punto de estar inmersos en un proceso de redefinición de su papel en la sociedad contemporánea.

El arte sonoro, como una de las artes plásticas independiente de la tradición musical, no debe quedar al margen de este debate y reivindicar su presencia en los museos como espacios propios donde exhibir el sonido, poniendo en valor sus múltiples aspectos artísticos, la resonancia del espacio sonoro y su relación con las demás ramas del arte y la arquitectura, así como el papel de los sonidos/ruidos en la memoria colectiva, el patrimonio y la arqueología de lo sonoro.

Para la museología y la museografía se abre un reto apasionante: abrir nuestros espacios expositivos, en principio diseñados más para ver que para oír, a quienes quieran vivir la experiencia de "escuchar con los ojos".

Rosabel Pérez Molina. Licenciada en Historia del Arte. Delegada de AMMA en Granada.

Desde que, hace ya casi 20 años, empecé la carrera de Historia del Arte, eran muchas las voces que hablaban del fin de nuestra disciplina en los estudios superiores universitarios. Sin embargo ahí estamos los historiadores del arte luchando día a día porque ésta, se mantenga a flote en un mundo donde las TIC's parecen adueñarse de nuestro presente y nuestro futuro.

Todavía somos muchos los compañeros de profesión que seguimos buscando un trabajo estable, luchando por el reconocimiento de nuestra profesión en el sector cultural, estudiando sin descanso por una plaza como profesores.. . Y todo ello porque amamos lo que hacemos, porque el arte, la cultura, el patrimonio, están más presentes en nuestra vida cotidiana de lo

que muchos imaginan. Y sin duda, una de las virtudes que identifica a los que decidimos dedicarnos a esto, es la perseverancia. Así, desde la incansable lucha, AMMA y sus miembros siguen un año más al pie del cañón. Solo dar las gracias por ser nuestra voz y por hacernos visibles.

Carlos Campelo Gaínza. Museólogo. Delegado de AMMA en Cádiz.

Las tecnologías de información y comunicación (TIC) ya se han asociado a los museos a través de computadoras, interfaces táctiles, consolas, Internet y telefonía móvil (+apps), pero ahora han llegado las redes sociales, los directos, los streaming. Estos materiales, empleados adecuadamente, no sólo se tornan como un soporte alternativo de una colección o del propio museo, sino permiten una nueva práctica de comprensión de los discursos museológicos y museográficos por parte de los visitantes.

En el siglo XXI, la credencial del museo ya no se limita a la mera transmisión de conocimientos presenciales teórico-sociales y humanísticos, sino que también abarca otros ámbitos como la difusión de valías sociales y el ocio cultural, una cotización en alza. En este sentido, en los últimos años el lenguaje audiovisual y multimedia ha adquirido un gran protagonismo en los museos.

El confinamiento manifestó su interés en la creación de un esquema de actualización basado en esas directrices y, en consulta con las nuevas técnicas, se transformó un proyecto de adaptación a esa "nueva normalidad" en los museos.

Puede afirmarse que no todos los museos son virtuales, pero, sin embargo, logramos hacer virtuales a todos los museos a través de los nuevos mecanismos que se nos brindan en el contexto de la crisis sanitaria provocada por la pandemia COVID19.

Los museos tienen que adaptarse a los nuevos tiempos y tener como objetivo utilizar nuevas prácticas, aunque sean complejas en su variedad y forma y no depreciar la importancia de su trascendencia.

Carmen Montero Oliva. Servicio de Promoción del Patrimonio Cultural. Área de cultura, Ayuntamiento de Morón de la Frontera. Socia de AMMA.

Los ayuntamientos asumen responsabilidades en materia de patrimonio cultural, en función de sus intereses, sensibilidad, presupuestos o programa político. Lo conciben no solo como un recurso cultural, educativo o turístico, sino como un posible instrumento de impulso económico. Aún conscientes de este valioso instrumento de desarrollo, las administraciones locales no apuestan por la contratación de profesionales expertos en la gestión integral del patrimonio o, cuando se hace, es de forma precaria y eventual.

La figura de técnico/a municipal del patrimonio cultural, es el/la profesional capaz de llevar a cabo políticas patrimoniales activas, coherentes y holísticas. Es necesario definir su perfil y funciones, dándolo a conocer, para defender su condición específica y especializada, como titulados superiores y debidamente remunerados/as.

Entre las muchas tareas, destacar la gestión del conocimiento a través de la elaboración de documentación sobre yacimientos, catálogos de distinta índole, campañas de digitalización, etc.; creación de redes de cooperación para la investigación, elaborando convenios universitarios o con asociaciones locales, además de capacidad para encargar proyectos a profesionales externos, elaborar pliegos técnicos, proyectos museológicos, planes directores, entre otras; y, por último, actividades de difusión desarrollando itinerarios, visitas guiadas, programación estable de acciones educativas, diseño, producción y montaje de exposiciones temporales, promover jornadas... Todo ello sin renunciar a una gestión sostenible, de máximo rigor científico y con vocación de servicio público.

Antonio J. García López. Director - Conservador colección museográfica del mosaico romano de Casariche. Socio de AMMA.

Cuando las tendencias políticas y sociales de los últimos tiempos van enfocadas a combatir la despoblación en el medio rural (la España vaciada), la realidad nos demuestra cómo son pocos los recursos y los medios con los que los profesionales de la cultura y los museos contamos para poder desempeñar nuestro trabajo.

El reto al que nos enfrentamos cada día, nos ofrece, en numerosas ocasiones, satisfacciones y posibilidades muy apartadas de los grandes museos y circuitos culturales, pero que para la población local significa una dignificación de su patrimonio. La posibilidad de estudiar desde un punto de vista científico y académico este patrimonio rural, aporta en numerosas ocasiones datos e informaciones que no solo están llamados a cubrir las expectativas de curiosos o de un determinado público, sino que se convierten en instrumentos de vital importancia para poder proteger y salvaguardar ese patrimonio que en ocasiones pasa desapercibido por propios y extraños, a la sombra de las grandes piezas y obras maestras de nuestra historia del arte.

Desde la Colección Museográfica del Mosaico Romano de Casariche, hemos tenido la oportunidad de realizar una investigación tras finalizarse la intervención de restauración sobre el terno bordado de salida de Ntra. Sra. de lo Dolores de Casariche, un claro ejemplo del tema que estamos tratando.

El estudio desarrollado en torno a la pieza principal, un manto de terciopelo negro bordado en hilos metálicos realizado en 1831, no solo ha permitido datar y conocer la autoría de esta importantísima pieza textil, sino de una serie de piezas en orfebrería y elementos ornamentales contemporáneos a este manto, y que al igual que en el caso anterior, era totalmente desconocida su autoría, datación o procedencia.

La realización de este tipo de trabajos pone de manifiesto no sólo la importancia del patrimonio cultural que se encuentra en las zonas rurales, sino

que además permite estudiarlo en su contexto, sin apenas alteraciones, pudiendo aportar valiosa información de las piezas objeto de estudio junto con información de contexto, social, cultural y artística del territorio en que fueron creadas para finalmente ver la luz mediante uno de los mejores medios de divulgación del patrimonio, las exposiciones, como nexo de unión entre el patrimonio y el público.

Lourdes Páez. Conservadora del MBASe. Socia de AMMA.

Me gustaría que el año nuevo 2022 hiciera de nuestras instituciones unos lugares más abiertos al diálogo que a la confrontación, al disfrute y al esparcimiento más que al monótono discurrir de nuestro día a día, a la inclusión que a la exclusión... Todas y todos hacemos museo. ¡Disfrutemoslos!