

Encuentros: Museos en Re-construcción

Museos vivos, museos resilientes

MEMORIAS

Organizan:



Carmen Inés Vásquez Camacho
Ministra de Cultura

José Ignacio Argote
Viceministro de Fomento Regional y Patrimonio

Felipe Buitrago Restrepo
Viceministro de Creatividad y Economía Naranja

Julián David Sterling Olave
Secretario General

Daniel Castro Benítez
Director del Museo Nacional de Colombia

Santiago Jara Ramírez
Coordinador del Programa Fortalecimiento de Museos (PFM)

Abimelec Enoc Martínez Robles, Ana Paula Gómez Uribe, Ángela María Montoya Rodríguez, Ilsa Pineda Morel, Jorge Enrique Parra Cifuentes, José Bernardo Acosta Narváez, Julián Roa Triana, Carlos Díazgranados, Manuel Fernando Camperos Durán, Rosario del Carmen Chaparro
Programa Fortalecimiento de Museos

Antioquia, Atlántico, Bogotá, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cauca, Córdoba, Cundinamarca, Guainía, Huila, Magdalena, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima, Valle del Cauca
Redes Territoriales

Red Colombiana de Lugares de Memoria; Red de Astronomía de Colombia y Asociación Colombiana de Parques, Zoológicos y Acuarios (ACOPAZOA); Red de Museos Comunitarios de Colombia; Red de Museos de Ciencia e Historia Natural; Red de Museos Universitarios; Red de Pequeños Museos Interactivos Iliput; Red Nacional de Jardines Botánicos de Colombia, ICOM-Colombia
Redes Temáticas

Museos en Reconstrucción. Museos vivos, museos resilientes

Santiago Jara Ramírez (Coordinador del PFM), Julián Roa Triana y Ana Paula Gómez Uribe (Asesores del PFM) y William Gamboa Sierra (Universidad Externado de Colombia e ICOM Colombia)
Organizadores

Julián Roa Triana
Edición de Memorias

Ana Paula Gómez Uribe, William Gamboa Sierra, Carlos González
Compiladores

Bogotá D. C. Octubre de 2020

República de Colombia - Ministerio de Cultura
Programa Fortalecimiento de Museos
Carrera 7 N.o 28-66 Museo Nacional de Colombia
Teléfono (57 1) 381 6470 ext. 2216 – 2210
Bogotá D. C.
simco@museonacional.gov.co
www.museoscolombianos.gov.co



Contenido

¿Por qué organizamos los encuentros Museos en Reconstrucción. Museos vivos, museos resilientes?	4
Contexto	5
Tiempo estimado por encuentro	6
Temáticas y fechas	7
Público asistente	7
Resultados de los encuentros	8
Encuentro I: “Reabrir museos en tiempos de pandemia”	10
Respuestas a las preguntas preparatorias por parte de las personas inscritas al primer encuentro	12
Relatorías	34
Nubes de palabras	42

Encuentro 2: “Trabajadores de museos: afectaciones en medio de la crisis”	46
Respuestas a las preguntas preparatorias por parte de las personas inscritas al segundo encuentro	47
Relatorías	57
Encuentro 3: “Contar historias en un mundo sobrecargado de contenidos”	62
Respuestas a las preguntas preparatorias por parte de las personas inscritas al segundo encuentro	64
Relatorías	78
Nubes de palabras	84
Encuentro 4: “Sostenibilidad de los museos en tiempos de crisis”	88
Respuestas a las preguntas preparatorias por parte de las personas inscritas al segundo encuentro	90
Relatoría	100
Anexos	105
Carta modelo de invitación a conferencistas	105
Carta metodológica para moderadores y apoyo durante mesas virtuales de trabajo	108

¿Por qué organizamos los encuentros *Museos en Reconstrucción. Museos vivos, museos resilientes?*

Contexto

Ante la situación de pandemia mundial y la posterior declaración de estado de emergencia declarada por el gobierno de Colombia en todo el territorio nacional los museos se vieron abocados a cerrar sus puertas y por ende a restringir sus servicios de manera física produciendo una profunda crisis ante una situación completamente inesperada.

Frente a estas circunstancias, el Programa Fortalecimiento de Museos (PFM) del Ministerio de Cultura, la Facultad de Estudios del Patrimonio Cultural de la Universidad Externado de Colombia e ICOM Colombia llevó a cabo esta serie de *Encuentros* en los que se analizó la situación de emergencia y se propusieron soluciones prácticas encaminadas a mitigar las afectaciones creando nuevos caminos de sostenibilidad (social, territorial y financiera) teniendo en cuenta un futuro completamente diferente a lo que se tenía proyectado institucionalmente por parte de los museos y la sociedad en general.

Se llevaron a cabo una serie de cuatro encuentros virtuales que sirvieron como seminarios (Es decir como espacios semilla para producir ideas que solucionaran problemas) en formato virtual llamados comúnmente *webinars*, abordando temáticas relacionadas con la problemática del COVID-19 en los museos y generar así posibles soluciones que quedaran registradas de forma audiovisual y en estas memorias para crear caminos y protocolos de acción en diversos aspectos de las funciones y operación de los museos.

Se llevaron a cabo cuatro encuentros virtuales a través de una plataforma de conferencias (*Zoom*) enlazada con redes sociales. Cada encuentro contó con alrededor de cinco conferencistas del sector de los museos en Colombia e Iberoamérica los cuales expusieron sus puntos de vista con una moderación por parte del PFM. Cada encuentro comenzaba con una etapa previa de preparación en donde se realizaba la inscripción de asistentes a cada encuentro y se les hacía una serie de preguntas específicas sobre la temática de cada uno de estos; luego, este material se le entregaba a cada uno de los conferencistas para que tuvieran en cuenta durante sus intervenciones. Cada encuentro iniciaba con el moderador el cual introducía datos claros y concisos del sector de los museos y sus afectaciones recabados a través de la encuesta *Museos colombianos y pandemia* y el Sistema de Información de Museos Colombianos. Durante el encuentro hubo un equipo recogiendo preguntas y aportes pertinentes del público para al final contar con un espacio de conversación adicional junto con los conferencistas. Finalmente el moderador hacía un pequeño resumen oral de los puntos e ideas propuestas. Una vez realizada la parte de conferencias, se llevaron a cabo mesas de trabajo con los asistentes en las que se discutían los puntos abordados durante cada encuentro. Las conclusiones de estas mesas se consolidaron en relatorías que fueron leídas en la parte final del evento y que se pueden consultar en este documento.

Tiempo estimado por encuentro

Dos horas y media.

Temáticas y fechas

- 18 de mayo de 2020: realización del primer encuentro “Reabrir museos en tiempos de pandemia” en el marco del Día Internacional de los Museos.
- 28 de mayo de 2020: realización del segundo encuentro “Trabajadores de museos. Afectaciones en medio de la crisis”.
- 8 de junio de 2020: realización del tercer encuentro “Contar historias en un mundo sobrecargado de contenidos”.
- 18 de junio de 2020: realización del encuentro final “Sostenibilidad de los museos en tiempos de crisis”.

Público asistente

Trabajadores del sector de los museos colombianos, ciudadanos interesados y otros sectores de la cultura que cuentan con instalaciones que reciben visitantes.

Resultados de los encuentros

Este proyecto sirvió para articular todas las preocupaciones que el sector de los museos expuso al inicio de esta situación de emergencia a través de la Mesa Nacional de Museos y las redes territoriales y temáticas. Sirvió para encausar el programa de ayuda de emergencia para museos “Cuido los museos” por un monto de tres mil millones de pesos colombianos el cual se estructuró alrededor de los resultados de la encuesta *Museos colombianos y pandemia*¹ y de los temas abordados durante los cuatro encuentros. En otras palabras, se consolidó la cohesión del sector de los museos alrededor de soluciones reales para una situación caótica producto de una emergencia inesperada.

Por otra parte, los encuentros sirvieron de insumo para establecer protocolos de reapertura de espacios físicos desde una perspectiva sostenible (Comunitaria, territorial y financiera) que se comenzaron a implementar con claridad y seguridad desde los meses de septiembre y octubre de 2020.

1 Los resultados de esta encuesta se pueden consultar en la sección de documentos de la página <http://www.museoscolombianos.gov.co>

Finalmente, para los profesionales del Programa Fortalecimiento de Museos fue una experiencia invaluable a la hora de generar procesos claros y acciones alrededor de políticas públicas de manera eficiente pensando más allá de entregar únicamente recursos financieros y dar solución a problemáticas inminentes identificadas durante todo este proyecto.

Enlaces permanentes a los encuentros²

Primer encuentro “Reabrir museos en tiempos de pandemia” en el marco del Día Internacional de los Museos.

Conferencias: <http://bit.ly/reabrirmuseos>

Relatorías: <http://bit.ly/relatoriasreabrirmuseos>

Segundo encuentro “Trabajadores de museos. Afectaciones en medio de la crisis”.

Conferencias: <http://bit.ly/Trabajadoresmuseos>

Relatorías: <http://bit.ly/Relatoriastrabajadoresmuseos>

Tercer encuentro “Contar historias en un mundo sobrecargado de contenidos”.

Conferencias: <http://bit.ly/mundosobrecargado>

Relatorías: <http://bit.ly/relatoriasmundosobrecargado>

Encuentro final “Sostenibilidad de los museos en tiempos de crisis”.

Conferencias: <http://bit.ly/Sostenibilidadmuseos>

Relatorías: <http://bit.ly/relatoriassostenibilidadmuseos>

² Los enlaces fueron creados en septiembre de 2020. También se puede acceder a estos videos a través de la página *Facebook* de la Facultad de Estudios del Patrimonio Cultural y del Programa Fortalecimiento de Museos.

Encuentros: Museos en Re-construcción

Museos vivos, museos resilientes

1

Preguntas, respuestas y relatorías de grupos de trabajo:

Reabrir museos en tiempos de pandemia

18 de mayo de 2020

Encuentro 1: “Reabrir museos en tiempos de pandemia”

El objetivo de este encuentro consistió en consolidar (compartir) experiencias e ideas para la posible reapertura de los museos bajo estrictos protocolos de bioseguridad que garantizaran la buena salud de trabajadores y visitantes.

Conferencistas:

- CATALINA PLAZAS, coordinadora del área de Conservación del Museo Nacional de Colombia
- HUGO PINEDA, director del Centro Cultural e Histórico José Figueres Ferrer del Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica
- PAULA MATIZ, profesora de la Facultad de Estudios del Patrimonio Cultural de la Universidad Externado de Colombia
- EUGENIA SERPA, coordinadora del Grupo de Bienes Muebles de la Dirección de Patrimonio del Ministerio de Cultura de Colombia
- FERNANDO DUEÑAS, director del Museo de Historia Natural de la Universidad El Bosque y miembro de la Red de Museos de Historia Natural
- ANDRÉS ROLDÁN, director del Parque Explora de Medellín.

Moderación: SANTIAGO JARA RAMÍREZ, coordinador del Programa Fortalecimiento de Museos.

Preguntas preparatorias durante el proceso de inscripción:

- ¿Cómo se imagina una reapertura gradual de los museos en estos momentos?
- Mencione dos aspectos que usted considera no pueden faltar en un protocolo para la reapertura de museos
- ¿Qué cree que un Museo necesita garantizar para que el público lo visite de nuevo?

Mesas de trabajo posteriores a las intervenciones de los conferencistas:

Se llevaron a cabo cinco mesas de trabajo con la presencia en cada una de ellas de uno de los conferencistas, un moderador del Programa Fortalecimiento de Museos (PFM) y un docente de la Facultad de Estudios del Patrimonio Cultural de la Universidad Externado de Colombia. Cada mesa contó con un promedio de participación de 15 profesionales de museos que llevaron a cabo un diálogo durante treinta minutos y redactaron una relatoría final por mesa.

Respuestas a las preguntas preparatorias por parte de las personas inscritas al primer encuentro

1. ¿Cómo se imagina una reapertura gradual de los museos en estos momentos?

- Protocolos de bioseguridad y grupos pequeños.
- Servicios Educativos virtuales, no concentración de personas dada la alerta naranja en Bogotá.
- Recorridos por días y en horarios establecidos.
- Con los protocolos que garanticen la bioseguridad de sus visitantes.
- La imagino con apertura de algunas exposiciones por horarios y que el museo entregue tapabocas con obras o piezas marcadas en ellos.
- Acordando el ingreso a través de visitas programadas, con número de personas de acuerdo a la capacidad de la(s) sala(s) y a la logística necesaria para mantener un protocolo de bioseguridad.
- Un museo con aforo limitado y sin libres recorridos por el momento, pero sobretodo un espacio en que se pueda, de manera segura, interactuar, que sirva como ocio pero también como herramienta para la pedagogía del cuidado personal y comunitario.

- Me imagino una reapertura gradual donde cada museo realice la caracterización de los espacios de circulación de los públicos, las limitaciones y los alcances de la participación e interacción con los espacios didácticos y museográficos. La reapertura debe pensar en el objetivo y los servicios que el museo debe prestar a su comunidad cercana y los tipos de experiencias educativas y sensibles que brindará a sus públicos.
- Hay mucha incertidumbre al respecto, pero me la imagino llena de protocolos de bioseguridad y moderación en los eventos públicos.
- Con mediaciones semi personalizadas y cumpliendo estrictos protocolos de bioseguridad.
- Agendando visitas previamente, para controlar el tamaño de los públicos y no fomentar aglomeraciones.
- No sabría.
- Preparando la llegada del público con medidas de bioseguridad. Creando contenidos y programas virtuales relevantes. Buscando estrategias para proteger a los equipos de trabajo. Continuando con el trabajo para algunas personas.
- Fusionando lo presencial y lo virtual.
- Visitas graduales de máximo cinco personas, con medidas de protección indicadas.
- Es necesaria una preparación previa del espacio, del personal y de los públicos posibles.
- Caótica, hay paranoia colectiva y la gente no se va arriesgar por el arte o la ciencia.
- Bajo todos los protocolos de seguridad.
- Pienso que no se podrá abrir. En la primera semana serán labores de conservación preventiva. Limpieza, identificación de estados de conservación de los bienes, registros fotográficos, pero principalmente elaboración del protocolo de bioseguridad de acuerdo al contexto del Museo.
- En el momento se deben tener todas las medidas sanitarias y pocas personas por guía.

- Estableciendo el protocolo de bioseguridad tanto para los funcionarios como para el visitante. Y controlando que el número de personas dentro de las salas de exposición sea limitado y guardando la distancia establecida.
- Con todos los protocolos, para brindar seguridad, al visitante y a las personas que laboran en los museos.
- Será un poco lenta, con respecto a los funcionarios y a los diferentes públicos que nos visitan, de igual manera a las actividades educativas y artísticas que se realizan.
- Con controles muy claros en cuanto a recepción de públicos y medidas de conservación para las colecciones.
- Usando las herramientas virtuales para acercar al público a las colecciones para entusiasmar los futuros visitantes.
- Esta es una alternativa para fin de año, el costo beneficio hace inviable esta acción antes de septiembre-octubre... debemos hacer trabajo en casa, monetización por acciones virtuales, recorridos de grupos mínimos con cita previa.
- Extremadamente complicado, sobre todo los museos interactivos. La aplicación de protocolos de Bioseguridad para estos casos no es una tarea sencilla.
- No lo considero prudente porque los públicos del museo no podrían visitarnos. Adicionalmente aún no han salido las medidas de bioseguridad para proteger nuestra salud cómo trabajadores de museo y los visitantes.
- Por fases, controlada y con poca asistencia.
- En este año es muy difícil en los museos interactivos de ciencia y tecnología. En un futuro próximo, muchas medidas sanitarias, reducir montajes y visitantes.
- Ser versátiles.
- Ingresando por grupos de diez personas. Con elementos de bioseguridad y desinfección cuando se vaya cada grupo.
- Siguiendo con los protocolos establecidos, garantizando la seguridad del público y actualizando los protocolos de seguridad sanitaria para reabrir adecuadamente, definir un número máximo de visitantes permitidos,

En la medida de lo posible, adecuar un horario de apertura dedicado a ciertos grupos de público.

- Con protocolos de bioseguridad detallados, horario reducido, aforo controlado, diferentes experiencias.
- Si hay una reapertura debe ser a partir de julio u agosto mientras todos los museos desarrollan los protocolos requeridos pues no todos tenemos las mismas condiciones
- Con una agenda que convoque a los vecinos de los barrios cercanos, que se desplacen a pié en horarios acordados.
- Con los protocolos de bioseguridad y un control de ingreso.
- Protocolos de bioseguridad, apertura de museos teniendo en cuenta los lineamientos de la OMS¹, ICOM, UNESCO.
- Un poco lenta por los protocolos de bioseguridad que deben aplicarse, además de la confianza de los públicos visitantes y del personal de la entidad.
- Creo que sería con las medidas de higiene necesarias, sanitización del lugar, visitantes con cubrebocas y revisados su temperatura corporal.
- Con apoyo gubernamental y cumpliendo los protocolos de bioseguridad.
- Con numero limitado de visitantes estableciendo fechas y horas.
- Basada en sistemas efectivos de prevención y control de posibles causas de contagio de COVID.
- Luego de los protocolos de bioseguridad, de consecución del espacio requerido, como la venta de boletería online se recibirían pequeños grupos.
- A través de una campaña que genere confianza al público.
- Ahora imposible, paulatinamente cuando el gobierno considere se deberá hacer con grupos pequeños y normas de bioseguridad establecidas mediante protocolos.
- Recorridos programados entre museos cercanos.
- Difícil, extraña.
- Pienso que los museos deben enfocarse ampliamente en sus programas de museo fuera del museo (los que los tengan). Pues está apertura gradual estará

¹ Organización Mundial de la Salud: entidad que estuvo a cargo de dictar las políticas a nivel mundial de protección y mitigación en relación con la pandemia de COVID-19.

fuertemente marcada por el distanciamiento social. Es decir, los museos, en sus edificios deberán generar protocolos que garanticen esta normatividad, por medio de sistema de reservas, un número reducido de personas por sala, etc. Esto también hace que las relaciones que tanto se han esforzado en contruir los museos, cambien sus dinámicas y pienso que, esto también puede afectar la noción de acceso democrático al museo.

- Posible, con cuidados para todos.
- Aforo reducido y no visitas grupales.
- Los museos son un campo en algunos casos invisibles en la ciudad a excepción de los públicos cautivos que tardarán en volver al museo en grupos. La reapertura deberá contar con actividades y campañas de expectativa en redes y lo virtual que los posicionen más y los califiquen como espacios de experiencia, reflexión y disfrute. Que generen el interés de ir a los museos y conocer de primera mano.
- Controlar el ingreso de visitantes al museo.
- 1. Preparar la institución para recibir a sus trabajadores. 2. Preparar el museo para unas visitas controladas decidiendo si va a operar todo el espacio o solo una parte. 3. Permitir el ingreso controlado a los visitantes siendo conscientes de todas las normas de bioseguridad. 4. Procurar espacios seguros pero que aún así tengan la esencia de los museos contemporáneos que buscan un tipo de experiencia.
- Respetando los protocolos establecidos por la OMS en cuanto a lineamientos que garanticen la bioseguridad y el distanciamiento espacial de los visitantes, generando contenido digital para evitar la visita de mucho público a las instalaciones y reduciendo la capacidad de ingresos al mínimo.
- Con una buena aceptación por parte del público.
- Esperar lineamientos de políticas y directrices por las instancia nacional con todo el protocolo virtual. Por lo que no sabemos cuando sera el fin de este impase en el cual estamos afectados todos.
- Con un respaldo complementario muy activo en medios digitales.
- Me imagino que un primer momento será solo de tareas a puertas cerradas y una vez que estén más definidos los protocolos, se sumará el público.

- Consciente del cambio y acorde a las necesidades y responsabilidades. No es el mismo museo que cerramos hace dos meses.
- Con un protocolo de bioseguridad que no sea sólo descrito en el papel, sino que realmente se ejecute, se le haga seguimiento y se evalúe.
Que la propuesta educativa, curatorial y museografica estén integradas a mecanismo presenciales y virtuales de manera equilibrada.
Con una propuesta educativa que apunte a la conscientización de los públicos del cuidado de su salud, antes que cualquier otra experiencia.
- Estableciendo protocolos de apertura escalonada y atendiendo a múltiples variables, tanto de la comunidad, las instalaciones y los trabajadores del museo.
- Priemor hay que revisar bien las capacidades para recibir público, repensarse además que la disminución de éste será significativa. Debemos implementar en los museos las TIC² a como de lugar, para generar recorridos virtuales y otro tipo de actividades vía *streaming*. Se debe contar con pre inscripción especialmente los domingos, limitando el número de ingreso de las personas dependiendo de cada museo y sus contextos particulares. Venta de taquilla de manera online y control del espacio de dos metros. Continuar con las estrategias en línea que se han venido desarrollando.
- Muy difícil.
- Con restricción en número de grupos y fomentando una cultura del cuidado.
- Con poco público, con experiencias fuera de sala.
- Preocupado con la bioseguridad³
- Grupos pequeños en las sedes y mantener actividades por streaming.
- Me imagino una reapertura en dónde se desarrollen diferentes estrategias pedagógicas y educativas que permitan construir diálogos entre mediadores y los públicos pese a los normas de distanciamiento.
- Grupos pequeños con ingreso bajo normas de bioseguridad, instalando cámaras de desinfección en las entradas de los Museos.

2 Tecnologías de la información y la comunicación.

3 N. del E. Traducido de la lengua portuguesa.

- Se podría trabajar guías por medio virtual, los recorridos se podrían realizar mediante una plataforma por medio de videos.
- Tiene que haber una considerable disminución en el flujo de visitantes a las salas, además de contar con todos los protocolos de prevención y la distancia social, del mismo modo implementar distancias a las piezas del museo, otros sistemas creativos de visitas guiadas y fortalecimiento de la virtualidad.
- Diferenciada por regiones, en trabajo mancomunado con el sector cultural, sector salud y sector educación.
- En este momento no veo oportuno generar acciones para abrir estos espacios a público, sería iniciar con los trabajadores o voluntarios e ir observando desplazamientos y temas de bioseguridad.
- De manera virtual.
- Con una afluencia de público limitada a diez personas por visita de un tiempo de 45 minutos aplicando las medidas de seguridad dispuestas por el gobierno.
- Hay que tener en cuenta que el 80% de los museos de este país son emprendimientos donde de alguna u otra forma nos estamos ganando la vida queriendo preservar y salvaguardar la historia de este país y no tenemos dinero ni apoyo para que nos pongan a tener activas medidas de seguridad y de bioseguridad para nuestros seguidores.
- Es importante repensar los planes museológicos que satisfacen las necesidades de los espacios de los museos en situaciones de pandemia.
- Con visitas muy reducidas.
- Que se transmita desde el museo, un canal de comunicación interno, con redes de correspondencias.
- Protocolos de bioseguridad y capacidades limitadas.
- Con mucha creatividad y voluntad todo se puede.
- Implementar los protocolos de seguridad para los visitantes y dando apertura con un porcentaje de la capacidad de carga de cada lugar. Creando experiencias que generen emociones a los visitantes.
- Dependiendo de las características específicas del museo, de su capacidad instalada, su planta física, de sus recursos, de sus colecciones, de su oferta al público, su contexto social y su comunidad.
- Con visitas especializadas a pequeños grupos.

- Por grupos mínimos de personas interesadas en el tema museal.
- Inicialmente abrir en un horario más corto y dependiendo como va avanzando la situación nacional, ir ampliando y realizando actividades adicionales.
- Inicialmente con un proceso de programación de recorridos guiados, donde se estandarice el número de visitantes, condiciones, elementos de protección, enseñanza de una manera didáctica del protocolo de protección del público, del personal del museo y de las colecciones. En las instituciones educativas que abran sus puertas, los museos deben crear actividades donde sean sus contenidos los que lleguen a ellos y eso evite el desplazamiento de los grupos y mejor del personal. Me imagino museos que se reinventan y se posicionan ante la sociedad como una manera de seguir adelante recordando la importancia del patrimonio. La innovación, la alegría y la motivación tendrá que movernos a ser territorios de paz y tranquilidad en esta época.
- Considero que en estos momentos solo se deben abrir salas de exposiciones con control para el ingreso.
- Tomando todas las medidas de seguridad sanitaria necesarias para garantizar la salud de los trabajadores de museos y sus visitantes para el retorno gradual.
- Con protocolos de bioseguridad y con control estricto del flujo de personas en los espacios físicos de los museos, de esa forma considero que es una oportunidad para atraer más público a los museos.
- Gradual, priorizando seguridad y salud, empleados visitantes, formación capacitación de empleados en autocuidado, salud, aseo, protocolo, etc.

2. Mencione dos aspectos que usted considera no pueden faltar en un protocolo para la reapertura de museos:

- Lavado de manos al ingresar y mascarillas.
- Protocolo de desinfección y frecuencia del mismo. Protocolo de cuidado y autocuidado de equipos educativos, taquilla, servicios generales y guardia. Equipamientos sanitario. Protocolo para los días patrimonio y de experiencia en sala.
- Protección personal y control en número de personas de ingreso.
- Protocolos y capacitación
- Bioseguridad y organización para ver la exposiciones.
- Los aspectos de comunicación y de bioseguridad. El primero, para dar a conocer las medidas establecidas por la entidad musical, horarios, mecanismos de ingreso, pautas de circulación, entre otras; y la segunda, como requisito a cumplir por los visitantes y personal del museo.
- Sanamiento de espacios y superficies (mayor aseo) y protección para los trabajadores.
- El primero, las condiciones de bioseguridad para los equipos que trabajan directamente con los públicos y la segunda sería la claridad en los horarios de atención y circulación por los espacios.
- 1. La preparación de todo el personal que labora en la institución en bioseguridad.
2. Tener a la vista todas las reglas y la certificación en bioseguridad, no sólo en el espacio físico, también en las redes sociales y página web de la institución.
- Control de público, cantidad y medidas de higiene (tapabocas) y existencia de antibacterial en las instalaciones.
- Los controles sanitarios en la entrada son primordiales. No permitir la entrada de personas que no usen mascarillas. Medir la temperatura de cada visitante y garantizarle medios para desinfectarse las manos al ingresar.
- Bioseguridad.
- Grupos pequeños de públicos. Mantener distancias. Toma de temperatura.
- Que se nos garantice la seguridad de los funcionarios, personal de apoyo, el espacio museal y sus visitantes.

- 1. Visitas programadas
- 2. Medidas de protección.
- Bioseguridad y tecnología.
- Educación básica de la pandemia.
- Inversión económica en la mitigación.
- Implementos quirúrgicos, capacitaciones.
- Bioseguridad, conservación preventiva y atención al público.
- Distanciamiento social, lavado de manos y elementos de protección.
- Protección personal y distancia prudente.
- Distancia entre las personas y utilización de tapabocas.
- Limpieza y uso de los implementos de bioseguridad, para todo el personal del museo.
- Medidas de Protección para el personal del museo y lineamientos para recepción de públicos, sin dejar de lado alternativas virtuales para este último punto.
- Virtualidad y sanidad.
- Seguros de riesgos laborales y daños a terceros. Los protocolos de equipos de seguridad, acciones de seguridad en aseo.
- Personal y limpieza de los entornos, adecuaciones físicas, trazabilidad de cada persona que está en el museo, protocolo de gestión de información que garantice al menos cuatro años de archivo, digital y físico, para atención a la posibilidad de demandas laborales por riesgos laborales y responsabilidad a terceros.
- 1. Aislamiento social. 2. desinfección de espacios.
- Cuando sea el momento :
 1. Obligación por parte del Ministerio de Cultura que permita garantizar la entrega de kits de protección para los visitantes y trabajadores de museo.
 2. Cartillas ilustrativas que informen de la necesidad de proteger la vida humana; pero también de la importancia de apoyar estos espacios con las visitas.
- Distancia social y control en dispositivos interactivos.
- Presupuesto para bioseguridad de gestores culturales, personal de aseo y administrativo.

Redefinir el concepto de estudio de públicos. Menos visitantes será mejor y menos montajes será más seguro.

- Circulaciones alternas para desplazamientos múltiples.
 - Tener lavamanos en las entradas y portar tapabocas.
 - Sostenibilidad de museos en operación pero sin público, protocolos de sanidad e implementación.
 - El distanciamiento es fundamental y reforzando los puntos de higiene adecuando dispensadores en varios puntos.
 - 1) Número mínimo de personas por área, 2) Detalles sobre la seguridad para visitantes (que les dé confianza asistir a nuestras instituciones).
 - Reducción número de visitantes. Control sanitario.
 - Desinfección y uso de mascarillas de acetato.
 - Establecer un corredor de seguridad para la movilidad de los vecinos hasta su ingreso a la Casa Museo, que implique uso de tapabocas y trajes de bioseguridad. Esto, en procura de activar la visita presencial.
 - Socialización de esos protocolos y sensibilización para adaptarse a los protocolos.
 - Bioseguridad para trabajadores del museo, acceso y flujo de visitantes.
 - La limpieza a la entrada y salida de la entidad, el uso de los implementos de seguridad como guantes y tapabocas. Desinfección del bien inmueble y de las piezas de la colección.
 - Calidez humana y confianza.
 - Medidas obligatorias: tapabocas y organizar espacios cada dos horas por ejemplo para la visita al museo con anuncios a la entrada.
 - Desinfección y uso de tapabocas.
 - Desinfección de espacios y superficies así como de las personas que ingresan (incluyendo el manejo de los residuos sensibles- guantes, tapabocas y elementos de desinfección y protección).
 - La venta de boletas online - los elementos necesarios para los empleados como para las personas que van llegando.
 - Horarios para públicos con necesidades específicas.
- Plan y señalización de visitas.

- Señalización y normas de limpieza para las colecciones que no vayan en detrimento de los objetos.
- Protección para las/os trabajadoras/es de museos y desinfección periódica.
- Seguridad y confianza.
- Reservas y controles de distanciamiento.
- Señalización, conciencia colectiva.
- Distancia social y uso de material de limpieza.
- 1. Ajuste (días y amplitud de la jornada o modificación de la jornada) de horarios para permitir visitas programadas y distribuidas. 2. Descuentos y promociones que incentiven la visita de ellos mismos.
- Manipulación de obras, distanciamiento entre actores de los museos.
- - Medición de temperatura.
- - Garantías para el personal operativo, técnico y profesional que hace parte de los museos.
- - Reduciendo los tiempos de trabajo estableciendo horarios de ingreso para el personal diferente a las horas pico en los medios de transporte.
- -Durante el horario de atención, destinar una hora para la desinfección del museo.
- -Elementos de protección personal que empleará el equipo del museo.
- 1. La orientación de un lineamiento nacional que indique el sistema de aplicabilidad.
- 2. La orientación de acatamiento departamental de este lineamiento nacional, para las orientaciones departamentales y municipales.
- Prudencia y cuidado.
- Elementos de bioseguridad garantizados para empleados y para tratamiento de colecciones.
- Apoyo estatal en la orientación y claridad en los límites tanto para funcionarios como públicos.
- El ingreso de grupos de públicos pequeños y la capacitación al personal del museo, sobre todo los mediadores respecto a las pautas de seguridad y de atención a públicos.

- El ingreso de grupos de públicos pequeños y la capacitación al personal del museo, sobre todo los mediadores respecto a las pautas de seguridad y de atención a públicos.
- Proyección de costos y estrategias de comunicaciones
- Definición de cantidad de personas a atender por parte de los educadores y la cantidad de actividades que se podrán hacer in situ.
Definición de la cantidad de personas que puede recibir el museo en el día.
- Distanciamiento entre personas. Prohibición de tocar superficies aunque sean dispositivos interactivos.
- Cuidado y consciencia de sí mismo y del otro.
- 1. limitar el contacto persona - persona. 2. restringir el acceso a ciertas áreas del museo.
- Distancia entre personas y posponer actividades grupales.
- Conservación de las obras y pedagogía para el público tanto de su autocuidado como del cuidado de los museos.
- Tecnología y medidas de distanciamiento social.
- Las visitas se deben realizar con preinscripción. Las personas deben contar con tapabocas para realizar la vista.
- Plan de atención de normas, equipamientos y catálogo de seguridad.
- 1. Las medidas de bioseguridad e higiene; protocolos a considerar en las obras que se encuentren en los museos.
2. Muy importante y complejo que las instalaciones cumplan a cabalidad con las normas de bioseguridad.
- Protocolos de bioseguridad, distanciamiento social, otros esquemas de interacción con el público y nueva señalética.
- Aún previo a la construcción de cualquier protocolo, es indispensable que cada museo evalúe su propio caso/contexto:
 - La revisión del estado de la infraestructura de salud y capacidad de respuesta en el lugar en que se encuentra el museo, así como el estado actual del COVID-19 en dicho territorio, como parte de la evaluación del nivel de riesgo que represente abrir cada museo.
 - La comprensión de su propio equipo, de sus colecciones, exposiciones e

instalaciones y la capacidad de respuesta frente a la reapertura, tanto en lo que respecta a la protección del equipo como a la de los públicos.

- Inversión en elementos de bioseguridad. Aunque no veo oportuno abrir estos espacios aún.
- Autocuidado y bioseguridad.
- Tapabocas y desinfectante.
- Tapabocas pero necesitamos también asegurar a la población. Sabemos que en estos momentos no tenemos turismo pero incentivar a que las personas del común locales puedan asistir de forma gradual para tener experiencias con los museos en una tarifa única de la entrada.
- Pruebas de empleados y usuarios, además de limpieza de espacios y pautas educativas.
- Boleto electrónicos, distanciamiento en las salas de exposición.
- Protocolo de desinfección y frecuencia del mismo. Protocolo de cuidado y autocuidado de equipos educativos, taquilla, servicios generales y guardia. Equipamientos sanitarios. Protocolo para los días patrimonio y de experiencia en sala.
- Protocolo de afluencias en públicos infantiles. Programas diferenciados en públicos de tercera edad.
- Estaciones de lavado de manos y estrategias de mediación definidas.
- Control de distancia entre visitantes y el que luego de la visita de un grupo se limpie toda la sala.
- Elementos de protección adecuados para los visitantes y anfitriones y uso de desinfectantes adecuados antes de ingresar al lugar de visita.
- 1. Entrada con reservación para museos masificados.
2. Eliminar las filas de acceso.
- 1. Protocolo de seguridad asociado a la salubridad de las personas.
2. Alternativas de acercamiento a servicios culturales para la comunidad.
- Mediación y nuevos guiones museográficos.
- Bioseguridad y liberar espacios para lograr el distanciamiento requerido.
- Protocolo de bioseguridad y comunicación adecuada.
- Número de visitantes y elementos de protección del personal.
- Seguridad y salubridad.

- Seguridad y salud en el trabajo, para trabajadores y visitantes.
- Bioseguridad y una estrategia de divulgación para que los públicos lleguen más a los museos.
- Capacitación, dotación de elementos de seguridad.

3. ¿Qué cree que un Museo necesita garantizar para que el público lo visite de nuevo?

- Lavado de manos. Grupos pequeños. Conjugación de alternativas virtuales/ presenciales.
- Equipamientos sanitarios, estructuras de distanciamiento social.
- Control de número de personas.
- Seguridad y confianza.
- Bioseguridad. Es lo más importante.
- Que es un espacio tranquilo, acogedor y seguro para quien lo visita.
- Seguridad en que no haya contagios, relacionados con los museos. generar confianza.
- Necesita tener claridad sobre su objetivo de apertura, condiciones de comunidad y seguridad para las personas que asisten e interactúan con el Museo. Necesita buenos canales de comunicación con los públicos sobre las restricciones y las posibilidades en el espacio.
- Lo principal es crear un ambiente seguro para los trabajadores del museo, su capacitación para que mantengan estas condiciones para los visitantes.
- Temáticas de interés actual.
- Mantener el contacto con sus comunidades.
- Dinamismo.
- Medidas de bioseguridad, ventilación y extremar limpieza.
- Su seguridad.
- Cumplir los protocolos de protección.
- Seguridad en todos los órdenes.
- Difícil, no se puede garantizar la no contaminación del virus, solo hay que educar pues el peligro está en el público visitante y difícilmente en el museo.
- Las medidas de protección.
- Bioseguridad.
- Protocolos de salud.
- Seguridad en interés.
- Renovación en su muestra, sin perder su misión.
- La bioseguridad, lo que les dará confianza a las personas para volver.

- Medidas de distanciamiento social y recorridos acordes con las mismas.
- Formas alternas y creativas de recorridos autónomos.
- Rigurosidad en los controles sanitarios internos y externos, trazabilidad por riesgo de contagio, alternativas de vivir los museos y sus patrimonios por medios alternativos.
- Protocolos de bioseguridad. Necesidad de la gente de volver. Los museos no son una actividad vital.
- Contar con todo el equipo de bioseguridad necesario para todas las partes intervinientes.
- Seguridad biológica, oferta digital.
- Comunicación virtual en tiempos de pandemia y que los museos demos garantía y confianza que no se van a contagiar. Tamaña responsabilidad.
- La certeza de no peligro ante contaminación.
- Garantizar la sanitización del área cada vez que salgan los grupos.
- Museo libre de multitudes, todos los protocolos.
- El Museo debe garantizar que los protocolos de seguridad e higiene deben ser de estricto cumplimiento.
- Bioseguridad.
- Recuperar confianza.
- Todas las condiciones de desinfección y manejo responsable de públicos.
- Horarios, número de personas por evento. Protocolo de higiene.
- Publicidad, actividades que integren varios sectores y que brinden la seguridad de un espacio con todas las normas de higiene.
- Garantizar el cumplimiento del protocolo, socializarlo antes de cada visita con el público visitante.
- Brindar seguridad a los visitantes a través de los protocolos de bioseguridad.
- Seguridad.
- Presentar una museología novedosa como virtualidad de algunas salas y un enfoque pedagógico atractivo.
- Confianza en que sus áreas están desinfectadas.
- Control efectivo y constante de las posibles causas de contagio.
- La bioseguridad.
- Espacios seguros y control del acceso.

- Además de bioseguridad se debe garantizar que el recorrido presente un verdadero aporte de conocimientos.
- Control de cantidad de personas.
- Escuchar y responder a sus necesidades.
- Protocolos de salud en sus sedes y aumento de opciones de interacción en la red.
- Generar confianza.
- Seguridad en asepsia y distanciamiento.
- Bioseguridad.
- La sensación que el espacio le da, seguridad de poder moverse e interactuar de alguna manera.
- Identificar los riesgos dentro de las estrategias de difusión de exposiciones y experiencias y tratar de reducir al mínimo esos riesgos identificados.
- Contar con puntos en los que el público pueda acceder al lavado de manos y la posible desinfección de zapatos y ropa de forma rápida (por aspersión).
- Teniendo en cuenta el actual impase, lógicamente el protocolo de acceso al público debe ser más controlado, con medidas preventivas, reglas nuevas y con una manera diferente de actuar observar y recorrer estos espacios museales.
- Ejemplo de buen seguimiento al protocolo.
- Bioseguridad aplicada al 100%. Esto implica materiales y capacitación adecuada para su personal.
- Tranquilidad y seguridad al visitante.
- Necesitamos garantizar una medidas de visitas seguras y responsables.
- Control completo de sus espacios y capacidad para responder a los requerimientos que plantea esta situación.
- Que haya claro un protocolo de bioseguridad, que genere confianza en las personas, pero que determine reglas claras para este nuevo funcionamiento.
- Seguridad.
- Generar confianza. Si cuidamos el patrimonio podemos cuidar a nuestros visitantes.
- Los museos deben proveer entrenamiento al personal para proteger y promover interacciones seguras con los visitantes.

- Estrategias de comunicación.
- Divulgación en redes e invitaciones que permitan llamar la atención a diferentes grupos poblacionales, educar para entender que el museo no es espacio únicamente para eruditos o para algunas clases sociales.
- Organización y control a la entrada.⁴
- Que no hayan aglomeraciones y que hayan los elementos necesarios para el lavado de manos.
- El cumplimiento de las normas de bioseguridad.
- Es muy necesario que un museo cumpla con todas las normas higiénico-sanitarias, también es muy importante que se mantenga al público a la expectativa de los bienes culturales que posee el museo.
- La bioseguridad tanto del visitante como del personal que asiste el museo, además de la creación de nuevas estrategias para que con las nuevas restricciones sociales el visitante pueda leer eficazmente lo que quiere contar el museo.
- Entender cuáles eran las motivaciones de los visitantes para ir a un museo antes de la pandemia, y evaluar cómo esas motivaciones cambian o se actualizan en esta nueva situación social. Esta comprensión del público, sus miedos, ocupaciones y motivaciones, debe servir para el rediseño de la experiencia de visita pero también para la actualización y potenciación del rol del museo en el tiempo actual y a futuro.
- Sostenibilidad.
- Las medidas de desinfección.
- Seguridad y apoyo a las necesidades de las comunidades que lo rodean.
- Confianza; para eso necesitamos apoyo, no competencias ni participar en nada. Que el gobierno nos apoye con temas de bioseguridad porque solamente la máquina para medir la temperatura cuesta \$350.000. No es justo que muchas de las familias que están en los museos estén aguantando hambre y tengan que comprar una máquina de esas para poder ser viable y abrir.
- Bioseguridad y readaptación a la nueva realidad.

4 *N. del E.* Traducido de la lengua portuguesa.

- Medidas sanitarias.
- Equipamientos sanitarios y estructuras de distanciamiento social.
- Mediaciones claras, innovadoras y pertinentes.
- Claridad sobre las medidas de cuidado.
- Higienización entre visita de un grupo y otro y, control de aforo.
- Ofrecer actividades que generen un aprendizaje y permita al visitante vivir una experiencia única en lo posible con actividades atractivas para toda la familia.
- Fortalecer la mediación con el público para que se lleven experiencias significativas.
- Protocolos de bioseguridad desde la noción de cuidado, la otredad y la coexistencia, compartidos en común acuerdo con los públicos. No con el lenguaje del miedo, la imposición o desinformación. Un acuerdo de voluntades para el acceso.
- Seguridad y temas interesantes para el público general.
- Interés en lo que está expuesto.
- Brindar seguridad a los visitantes en que los espacios del museo se limpian constantemente y se cuenta con un protocolo de bioseguridad adecuado para evitar esparcimiento del virus.
- Seguridad en que los protocolos se cumplen y que el contenido es tan innovador que se vea la necesidad de visitarlos.
- Seguridad.
- Garantizar seguridad sanitaria de los visitantes.
- La sanidad y el cumplimiento de los protocolos; de igual manera estrategias de accesibilidad igualmente bioseguras.
- Adelantar todo lo pertinente a lineamientos de las secretarías de salud, ARL y Ministerio de Salud, conocimiento y aplicación de protocolos de seguridad y salud.

Procedencia institucional de las personas inscritas que respondieron las preguntas:

Instituto Geográfico Agustín Codazzi | Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá | Centro Nacional de Memoria Histórica | Museo La Tertulia | Museo Geológico Nacional | Banco de la República-Museo del Oro Zenú | Museo Nacional de Colombia | Santuario de San Pedro Claver | Quinta de Bolívar | Museo Casa Natal del General Santander | ECICP | NC-Arte | Museo de Arte del Tolima | Museo Arqueológico Regional del Huila | Fundación Territorio Quindío | Museo Geológico y del Petróleo de la Universidad Surcolombiana | Casa Museo Negret y MIAMP | Museo Nacional Guillermo Valencia | Museos de la Universidad del Cauca | Museo Arqueológico Eliécer Silva Celis de Sogamoso y Parque Arqueológico de Villa de Leyva UPTC | Universidad de Barcelona | Museo MULI | Combarranquilla: Museo de Ciencias Imagenia | Museo Arqueológico de Zipaquirá | Casa de la Ciencia y el Juego de Pasto | Planetario de Combarranquilla | Fundación Parque Jaime Duque | Asociación Colombiana de Parques Zoológicos, Acuarios y Afines - ACOPAZOA | Museos Banco de la República | Museo de Arte de Pereira | Casa Museo Rafael Núñez | Universidad de Caldas | Universidad Nacional de Colombia | Museo Casa del Mendrugo (México) | Fundación Tierra Viva | Museo de la Gran Convención de Ocaña | Universidad Externado de Colombia | Museo Arqueológico - MUSA | Casa Museo Antonio Nariño | Museo de Memoria de Colombia - CNMH | INAH (México) | Instituto Distrital de Patrimonio Cultural-Bogotá | Museo del Agua EPM | MALI (Perú) | INCIVA | Museo Juan Lorenzo Lucero | Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano | Secretaría de Cultura y Patrimonio del Atlántico-Centro Cultural Museo del Atlántico | Museo Valdivia (Ecuador) | Museo Nacional de las Telecomunicaciones | Museo Universidad de Antioquia | Casa Museo Quinta de Bolívar y Museo de la Independencia Casa del Florero | Museo de La Plata (Argentina) | Museo Mapuka | Pontificia Universidad Javeriana | UNAB | Museo Arqueológico de Pasca | Museo Casa Anzoátegui | Museo Casa Colonial-Pamplona | Museo del Vidrio de Bogotá | Fundación Museo de Arte Moderno Ramírez Villamizar | Museo de la Policía | Museo y Biblioteca Luis Alfaro Durán (El Salvador) | Fundación Alma Solidaria (Museo de la Salsa) | Ministerio Público del Estado de Piauí (Brasil) | Museo Nacional de Arqueología y Etnología de

Guatemala | Maloka | ICOM Perú | Universidad Nacional de San Marcos (Perú) | Museo Campesino | Museo La Herrera | Museo de Artes de Rionegro | A.eRe.Te el ABC de la Cultura. Podcast | Museo de Ciencias de la Universidad El Bosque | Museo de la Salle | Ministerio de Cultura del Perú | Museo Taminango de Artes y Tradiciones Populares de Nariño.

Relatorías

Mesa 1

Nosotros la mesa 1 del encuentro *Reabrir museos en tiempo de pandemia* consideramos que, repensar la apertura desde la confianza es primordial. La confianza de nuestros trabajadores y de nuestros públicos a través de la correcta implementación de protocolos.

La reapertura tiene que ser en fases teniendo en cuenta las realidades de cada entidad desde lo virtual y lo físico. Reinventar una manera de establecer contacto con nuestras comunidades.

Repensar la apertura, reconocernos en nuestras fortalezas, protocolos de seguridad y buscar los espacios que nos permitan la nueva interacción.

La importancia de la confianza y las alianzas y, fortalecer los acercamientos a diferentes instituciones o entre diferentes instituciones.

Pensando en la reapertura en crisis, el tema de los protocolos. Cómo lograr abrir con la suficiente seguridad para todos. Los museos no pueden ser focos de contagio.

Repensarnos como museos (reinventarnos) y cómo podemos llevar el museo a las comunidades, el museo como ente articulador. Exposiciones itinerantes. Pensar estrategias en espacios públicos.

Creo que es importante hacer alianzas o fortalecerlas con las instituciones de salud pública. Por ejemplo, ellos pueden analizar cuáles son los sectores más vulnerables que incluso no podemos ver.

Protocolos deben ser adaptados con estudios de capacidad de carga en los espacios. Cambiar horarios.

Trasladar los expos a municipios no COVID con todos los protocolos necesarios.

Normas municipales: se deben tener en cuenta y hay que hacer contacto con las secretarías locales, regionales.

Mesa 2

Mayo 19 del 2020

Relatoría Mesa 2

A cargo de: Carolina Jaramillo, coordinadora de la red MUVAC

Proceso de esta discusión: se presentó un documento de respuestas que en aras del tiempo reducido no se leyeron; en reemplazo se le otorgó la palabra a quienes quisieran participar. De los aportes de cada uno se mencionó lo siguiente:

- I. ¿Cómo se imagina una reapertura gradual de los museos en estos momentos?
La reapertura debe hacerse por fases y de manera gradual preservando ante todo la seguridad de las personas.
 - a. Garantizar el cumplimiento de la normatividad del decreto 666 de Ministerio de Salud.
 - Indumentaria adecuada.
 - Equipamiento y protocolos de desinfección.
 - Protocolo de seguridad del personal del museo SIN PÚBLICO.
 - Protocolo de seguridad del público.
 - Protocolo de seguridad del personal del museo CON PÚBLICO.
 - b. Procesos administrativos de la contingencia.
 - Diagrama de flujo de las evidencias del cumplimiento de los protocolos anteriormente mencionados.
 - Logística del protocolo de trazabilidad de interacción de empleados y visitantes.
 - Plan de riesgos.
 - Comité paritario. Debido a la escasez del personal de las instituciones, conformar comités paritarios regionales e interinstitucionales para garantizar la protección regional desde los museos.
 - Comité asesor jurídico y de riesgo desde el Ministerio para dar soporte a todas las instituciones museales que lo requieran.

- Una evaluación presupuestal para el cumplimiento.
2. Mencione dos aspectos que usted considera no pueden faltar en un protocolo para la reapertura de museos
 - a. Un contagio desde un museo de Colombia repercute en TODOS los museos colombianos, por tal motivo el permiso de apertura debe darse desde un comité nacional que valide los protocolos y acompañe a las instituciones en la apertura.
 - b. Una ruta clara de contingencia al dar un positivo de COVID que contenga proceso administrativo, proceso de salubridad y manejo de medios.
 - c. Todas las anteriores en el punto 1 mencionadas
 3. ¿Qué cree que un Museo necesita garantizar para que el público lo visite de nuevo?
 - a. Fortalecimiento de los públicos en redes.
 - b. Focalizarnos en una estrategia que genere la PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD del público. Aunque cada museo cumpla al 100% con los requerimientos de BIOSEGURIDAD el público no nos visitará hasta no sentirse seguro y esto no depende de una realidad, sino de un imaginario.
 - c. Campaña nacional de uso y visita de los museos.
 - d. Estudios de públicos.

Cordialmente,

CAROLINA JARAMILLO

Directora ejecutiva

Museo Libre de Arte Público de Colombia, Fundiberarte

Mesa 3

Participaron 14 personas.

Jorge Parra Cifuentes, moderador.

Paula Matiz, conferencista

Angélica Córdoba, relatora.

La sra. Gloria Oviedo de la Red de Museos de Santander señaló la diferencia y particularidad que existe entre los museos de provincia frente a los museos universitarios, por ende, ve la necesidad de trabajar en red para apoyarse, solicitar apoyos económicos al departamento o al Ministerio de Cultura y de otro lado propone sacar exposiciones itinerantes a través de propuestas dirigidas a estamentos gubernamentales.

El sr. Iván piensa que es de suma importancia generar en los públicos confianza a través de los protocolos de bioseguridad y da un ejemplo: es como imaginar una persona que va al mercado para suplir una necesidad; ¿cómo ir allá y cómo evitar salir contagiado? A la par consolidar mejor las redes o alianzas.

La sra. Ana María del Museo Antropológico de Villa de Leyva sugiere utilizar las herramientas virtuales como estrategias comunicativas para cuando se pueda visitar en físico el espacio. Mantener conectado a los públicos. De la crisis una oportunidad de renovar.

La sra. Alexandra del Museo Guillermo León Valencia habla de continuar con las campañas de expectativa para abrir el museo a futuro. Mejorar las alternativas de divulgación.

Andrés Prieto, comisionista de arte y curador propone campañas de recaudación de fondos, buscar a los amigos del museo y pregunta si hay una encuesta o entidad que lidere la situación real de los museos en provincia y ciudad.

La sra. Lizeth Robayo de INCIVA ve que la virtualidad en este momento es primordial. Sin embargo, se requiere de mayor capacitación como la solicitud ante el gobierno y ministerio de estímulos y convocatorias para poder presentarse.

El sr. Parra invita a que todas las experiencias positivas o negativas se puedan divulgar pues nadie en este momento es erudito en esta contingencia.

Mesa 4

Frente a la pregunta: ¿Cómo se imagina una reapertura gradual de los museos en estos momentos?

La mesa respondió:

- Se requiere realizar protocolos de bioseguridad e ingreso dependiendo de las tipologías y características de los museos, para lo cual se recomienda generar los protocolos basados en los niveles de museos 1, 2 y 3 especificados en la Resolución 1976 que formuló el PFM, pues lo comentado en los protocolos corresponden a instituciones grandes y no son comparables con las realidades regionales donde una sola persona o dos son las que hacen todo el ejercicio museal.
- Así mismo los protocolos también deberán estar dirigidos al tipo de colección que resguarda el museo, pues no es lo mismo un protocolo de bioseguridad para una colección de arte o de historia a una colección de historia natural.
- Se reiteró la frase mencionada por la profesora Paula Matiz: *“es peligroso tomar decisiones en momentos de incertidumbre”* para lo cual es importante plantear la posibilidad de no generar un único protocolo que genere solo un lineamiento, sino que los protocolos deberán contar con los diferentes y posibles escenarios que puedan tener los museos.
- Es importante delimitar las necesidades de los museos y basadas en estas necesidades proponer los protocolos.
- Se propone generar sub registros o sub sectores (mesas sectoriales de ayuda) según los requerimientos y necesidades de los museos.
- Se reitera en la colaboración de aliados estratégicos, en los cuales no solo sean contemplados los pares de los museos sino la necesidad de involucrar a la comunidad. La necesidad de fortalecer las redes que puedan construir cosas juntos y a la vez enseñarle a la comunidad.
- Pensar en distintos plazos respecto a la pandemia (meses-años, más escenario pos pandemia).

- Los protocolos deberán evaluar las necesidades de las colecciones patrimoniales y no solo deberán estar dirigidas al público o a los operarios.

Frente a la pregunta: Mencione dos aspectos que usted considera no pueden faltar en un protocolo para la reapertura de museos.

La mesa respondió:

- Es necesario continuar con el distanciamiento social incluyendo temas de accesibilidad.
- Se deberán contar con los elementos de protección personal.
- Evaluar el aplazamiento de las actividades pedagógicas o reinventarlas.
- Los protocolos deberán ser aterrizados según el tipo de colecciones y según las realidades instituciones en los que no solo se contemple los públicos o los operarios sino los recursos financieros para la adquisición de los elementos de protección personal o demás elementos de control del COVID-19.
- Respecto a los protocolos de atención a los públicos es necesario realizar pilotajes o simulacros de atención al público antes de realizar el proceso de reapertura, con el fin de generar seguridad frente a las actividades. Esto es muy importante hacerlo antes de ofrecer cualquier actividad o recorrido.
- Se requiere entender las situaciones particulares y evaluar la situación donde uno está, para que los protocolos tengan pertinencia y aplicabilidad.

Frente a la pregunta: ¿Qué cree que un Museo necesita garantizar para que el público lo visite de nuevo?

La mesa respondió:

- Generación de noticias positivas. Los museos como entidades de comunicación deberán ser espacios positivos que inspiren tranquilidad, calma y confianza frente a la situación actual. Esto permitirá no solo afianzar los públicos con los que el museo ya cuenta sino fidelizar nuevos públicos.
- Las comunicaciones que genere el museo deberán ser positivas.
- Los museos deben ser espacios vivos. Aunque estén cerrados es necesario manifestar vida y esto se hace a través de la conexión; la conexión es una fuente de poder para llegar a nuevas personas.

- Es necesario entender a los públicos y cómo están cambiando frente a la situación actual con la contingencia.
- La programación que ofrecen los museos deberá motivar las visitas y ofrecer oportunidades a las comunidades según sus necesidades y requerimientos. Evaluar qué ofrece el museo y que motive al usuario a salir de sus casas para ir y tomar un transporte público en una situación de pandemia.

Mesa 5

Nosotros la Mesa 5 del encuentro *Reabrir museos en tiempos de pandemia* consideramos que:

Sobre la reapertura gradual de los museos en estos momentos:

- Las crisis se superan con innovación al asumir riesgos con soluciones creativas, al experimentar, evolucionar y evaluarnos constantemente.
- La capacidad adaptativa: depende de clasificar los espacios, evaluar qué aspectos de la infraestructura deben adaptarse desde los más fáciles hasta los más complejos.
- Acompañar la reapertura gradual de una estrategia de comunicación para retornar con confianza al museo, contando y divulgando al público que se están propiciando las visitas de manera segura y cómo se dan las condiciones que garanticen seguridad.
- Manejar lenguaje claro y sencillo en medios de acceso público como redes sociales. Esto facilita la divulgación de los valores de las colecciones con medios a bajo costo y alto cubrimiento. Para los museos con equipos de trabajo reducidos o infraestructura pequeña comunicar es una opción importante para hacer presencia.
- Realizar simulacros. El pilotaje es fundamental para aprender a operar y ajustar antes de abrir cada espacio al público.
- Gestión y mitigación del riesgo: Es importante pensar fases estableciendo cuáles son los posibles riesgos en cada etapa.
- Llevar el museo al exterior, donde no se aglomeren personas en espacios cerrados. Habitar los espacios públicos con los contenidos generados por los museos.

- Evaluar la capacidad de respuesta del personal en cada etapa de reapertura para reconocer los límites de cada lugar museal para ofrecer servicios de calidad y seguros.
- Pensar la reapertura a largo plazo, no de manera inmediata para todos los casos.
- Continuar las mesas de trabajo en las distintas etapas de la reapertura de los lugares museales.
- Procesar los datos de impacto y emplearlas como argumento con las entidades de las cuales dependen los presupuestos de las instituciones museales.
- Documentar las frecuencias de las acciones de conservación preventiva como limpieza y mantenimiento de la infraestructura de los lugares de visita.

Aspectos que no pueden faltar en un protocolo para la reapertura de museos:

- Protocolos de bioseguridad y acuerdos entre los museos y las instituciones que custodian patrimonio.
- Nuevas estrategias de medios y divulgación para generar la sensación de seguridad y confianza de los públicos en los lugares museales.
- Señalización que informe claramente sobre los tiempos, protocolos e indicaciones a la entrada de cada institución y lugares visibles.
- Preparación de todo el equipo de trabajo para manejar la información sobre los protocolos de bioseguridad y cómo comunicarlo a los públicos.
- Pensar en franjas de horarios para turnos del personal y para apertura a públicos en horarios con menor extensión.
- Reservas previas para visitas de grupo, de manera obligatoria para poder planear con tiempo cómo ofrecer este servicio.

Un museo necesita garantizar para que el público lo visite de nuevo:

- Ser creativos para crear estrategias que generen confianza en el público.
- Fortalecer las redes de trabajo para generar acuerdos y comunicación constante.
- Pensar primero en adoptar las normas territoriales en caso de aumento de cuarentena, cierre de fronteras entre municipios o departamentos.
- Construir el Museo en espacios alternativos a las sedes físicas.
- Visibilizarse constantemente en los planes de las instituciones públicas.

Nubes de palabras

ENCUENTRO DE MUSEOS

Contenido

1

PREGUNTA 1

Nube de 200 palabras más frecuentes

Nube de 100 palabras más frecuentes

2

PREGUNTA 2

Nube de 200 palabras más frecuentes

Nube de 100 palabras más frecuentes

3

PREGUNTA 3

Nube de 200 palabras más frecuentes

Nube de 100 palabras más frecuentes

¿Cómo se imagina una reapertura gradual de los museos en estos momentos?

Mencione dos aspectos que usted considera no pueden faltar en un protocolo para la reapertura de museos

¿Qué cree que un Museo necesita garantizar para que el público lo visite de nuevo?

2

Encuentros: Museos en Re-construcción

Museos vivos, museos resilientes

2

Preguntas, respuestas y relatorías de grupos de trabajo:

Trabajadores de museos: afectaciones en medio de la crisis

28 de mayo de 2020

Encuentro 2: “Trabajadores de museos: afectaciones en medio de la crisis”

El objetivo de este encuentro fue escuchar y reflexionar sobre las diversas afectaciones que sufrieron los trabajadores de museos y plantear una ruta de recuperación del talento humano mitigando al máximo posibles secuelas psicológicas y físicas producto de esta crisis.

Conferencistas

- AYDA CRISTINA GARZÓN, Museo de la Tertulia, Cali
- SANDRA SOLANO, encargada del Área Comunitaria del Museo del Vidrio de Bogotá
- LAURA FLÓREZ, dirección de Educación y Programas para Públicos del Museo de Arte Moderno de Medellín
- CARLA BAQUERO, Museo Mapuka de la Universidad del Norte. Barranquilla
- MAYALI TAFUR, coordinadora del Área de Educación y Miembro de CECA-ICOM
- MARGARITA SANDINO, directora de Educación de Dixon Gallery & Gardens: Art Museum y Vicepresidente de la Red Latina de la AAM.

Moderación: WILLIAM GAMBOA SIERRA, Director de la Especialización en Sostenibilidad de Museos de la Universidad Externado de Colombia.

Preguntas preparatorias durante el proceso de inscripción:

- ¿Qué cree usted que su museo debería proponerle a los trabajadores para mitigar las posibles dificultades que se están viviendo?
- ¿Qué medidas ha adelantado su Museo autónomamente o junto con entidades gubernamentales, empresas y/o comunidades para proteger a sus trabajadores?

Mesas de trabajo posteriores a las intervenciones de los conferencistas:

Se llevaron a cabo tres mesas de trabajo con la presencia en cada una de ellas de los conferencistas, un moderador del Programa Fortalecimiento de Museos y un docente de la Facultad de Estudios del Patrimonio Cultural de la Universidad Externado de Colombia. Cada mesa contó con un promedio de participación de veinte profesionales de museos que llevaron a cabo un diálogo durante treinta minutos y redactaron una relatoría final por mesa.

Respuestas a las preguntas preparatorias por parte de las personas inscritas al segundo encuentro

1. ¿Qué cree usted que su museo debería proponerle a los trabajadores para mitigar las posibles dificultades que se están viviendo?

- La realización de un plan de acción en el cual se programen turnos para evitar que todo el personal labore al mismo tiempo en el momento de retomar las actividades en el inmueble.
- Crear conciencia en el cumplimiento de los protocolos tanto para certificar su cuidado, el de su familia y el de los visitantes. Creatividad para hacer ameno el trabajo y la visita.
- Trabajando virtualmente.
- Es muy fuerte la coyuntura, nosotros trabajamos con voluntades.
- Capacitación en los estándares básicos de bioseguridad. Cuidado personal. Desinfección diaria de los montajes interactivos. Menos es más en los públicos.
- Se pueden planificar las condiciones de bioseguridad del personal.
- Producción individual de lo que cada quien considere puede ser útil para vender servicios de otra forma.

- Alternativas virtuales para divulgación, comunicación y educación.
- En nuestro caso, se nos ha propuesto el uso de la tecnología no sólo en el ramo educativo formal sino enfocado al acercamiento a niños y adolescentes. Se evita contacto físico pero el Museo sigue teniendo vida y produciendo.
- El museo ha implementado el teletrabajo, pero esto se facilita porque no tiene sede física aún. En cuanto a la itinerancia anual, se trata de una propuesta virtual.
- Seguros de desempleo.
- El Museo desde el 2017 sólo tiene una persona de planta los demás son por prestación de servicios. Se ha estado mirando la posibilidad de algunas actividades virtuales que generen algún recurso.
- Flexibilidad en horarios y días para asistir al museo
- Desarrollar algunas tareas de inventarios desde su propio espacio.
- Estamos haciendo un esfuerzo grande por mantener a todo el personal que trabajaba a destajo en actividades virtuales, para que la afectación sea mínima.
- Sería muy importante el bienestar, manejar charlas psicológicas que permitan motivar al personal a sacarlos de la zona de frustración y preocupación que se maneja hoy día (preocupación excesiva por el futuro) y de igual manera ofrecerle herramientas para que sean útiles en su entorno familiar y mejore su calidad de vida.
- Seguridad en los espacios de trabajo.
- La implementación adecuada y actualizada de medios virtuales y redes sociales para el divulgamiento de la cultura.
- Es importante que el Museo sepa qué requieren las personas de su institución para garantizar el óptimo desarrollo de sus actividades, entre ellos está la flexibilidad de horarios, seguridad y estabilidad laboral y garantizar el bienestar por la salud de sus trabajadores.
- Estamos realizando teletrabajo. Para nosotros nuestra planta de personal es muy importante. Estamos trabajando para crear espacios online con el público.
- Seguir trabajando desde casa y buscar en recursos (como esta conferencia) la nueva forma de presentar los museos al público.

- Capacitación, documentarse y proyectar su actividad a futuro.
- Garantías de seguridad (apoyo económico para contribuir a sus servicios básicos de subsistencia), servicios de teletrabajo.
- Flexibilidad a la hora de retomar actividades, creación de turnos según área y necesidades, así como rutas seguras y accesibles para su traslado al museo.
- Mantenerse informados, apegarse a las indicaciones, entre ellas el resguardo en casa.
- Herramientas para manejo de redes sociales y difusión de información.
- Las que la Universidad está desarrollando a nivel general con sus funcionarios.
- Proponer actividades alternas a los contratos de prestación de servicios, actividades también importantes pero que han sido pospuestas por tiempo u otras prioridades.
- Producción individual de lo que cada quien considere puede ser útil para vender servicios de otra forma.
- Ajustes salariales como medida para conservar los empleos mientras dura la crisis.
- Elaboración de cursos en línea para conservar el público y la actividad.
- Los museos públicos, pueden apoyar los pequeños museos privados en el proceso de cómo afrontar las crisis, generada por la pandemia.
- Innovar en nuevas formas de contratación de servicios más flexibles.
- Una responsabilidad en las actividades que desarrolla cada quién, en cuanto a la salud, la seguridad, la conservación y la difusión educativa del patrimonio que albergamos.
- Autocuidado, teletrabajo cuando se den las condiciones, formación en TIC.
- Teletrabajo, protocolos de limpieza, horarios flexibles.
- Implementar las visitas virtuales.
- Aplicar los protocolos de bioseguridad que diseña la entidad en estos momentos.
- Seguir protocolos de seguridad por la pandemia.
- Mantenerles sus prestaciones sociales y/o conseguirles ayudas para subsistir.

- Ser claro con la situación real de la institución para que entre todos los funcionarios se lleguen a unos acuerdos teniendo en cuenta el contexto del lugar.
- Generación de ideas para sobrevivir la crisis.
- Cumplir todos los protocolos de bioseguridad en casa, calle y Museo para evitar contagios. Los protocolos en Museo son para los que están laborando de manera presencial.
- Hacer propuestas, recoger de los archivos videos y fotografías de los trabajos realizados por el Museo, para mostrarlos en las redes.
- Seguir rescatando por redes la cultura.
- El museo en este momento cuenta con un equipo de voluntarios, no hay personas pagas y en ese orden de ideas, se deberían formular espacios colaborativos de trabajo *freelance* que le permitan a los colaboradores percibir ingresos durante la desvinculación laboral.
- Desde la experiencia de cada uno en sus respectivas áreas de trabajo, y de manera remota, avanzar en una lluvia de ideas para construir un FODA institucional.
- Continuar realizando actividades para fortalecer los museos y centros culturales en línea.
- Jornadas reducidas a medio día.
- Depende de la situación del museo y de su financiamiento, apoyo económico y estabilidad.
- Diseñar estrategias educativas de no contacto y visitas autónomas y virtuales.

2. ¿Qué medidas ha adelantado su Museo autónomamente o junto con entidades gubernamentales, empresas y/o comunidades para proteger a sus trabajadores?

- La utilización de los elementos de protección y el aislamiento.
- Acogerse a los protocolos que la Universidad está instaurando así como estructurar un documento propio.
- Continúan con su salario.
- La verdad, estamos en redacción y construcción de proyectos para tener una expectativa de contratación.
- Hasta ahora está cerrado el museo interactivo. La persona de mantenimiento y aseo está reubicada a la Institución Educativa de la cuál depende este museo.
- Estamos trabajando en protocolos de limpieza y desinfección además de protocolos de bioseguridad en el museo.
- Pagar la mitad del salario aún sin trabajar.
- En cuanto a salud, medidas de higienización de las instalaciones y el personal. Implementos de protección. Elaboración de roles de servicio para apostarle un poco al teletrabajo.
- Teletrabajo
- El museo ha implementado el teletrabajo, pero esto se facilita porque no tienen sede física aún.
- Autónomamente estar en casa, las entidades gubernamentales del Tolima y de Ibagué igual que las empresas se han desentendido totalmente del sector.
- Definición de protocolos para la reapertura de los museos (identificación de necesidades y prioridades).
- Las mínimas reglamentarias debido a que aún no hemos recibido un protocolo pensado desde los museos que debe comprender bioseguridad ni apoyos tecnológicos para otras formas de exhibición.
- Ninguna.
- Teletrabajo para el personal de oficina y reducción de jornada presencial en el caso de mantenimiento.
- Las medidas que se han tomado en la casa museo para proteger a los trabajadores: 1. Respetar el pico y cédula de la ciudad, 2. Mantener los

protocolos de bioseguridad y 3. El personal de aseo realiza su jornada de trabajo, de forma continua con el fin de solo salir de sus casas una vez al día.

- Lineamientos para el regreso escalonado a los trabajadores.
- Suspendir actividades presenciales y realizar trabajo desde casa.
- Protocolos de sanidad y limpieza.
- Encuesta de áreas de trabajo, nota interna a servicios generales y vigilancia agradeciendo el trabajo realizado; creación o evaluación de protocolos de bioseguridad.
- Sin el acompañamiento de ningún ente gubernamental, hemos estado trabajando en formas alternativas de sostenibilidad fortaleciendo espacios como la tienda del museo y ejecutando programas como los Amigos del Museo.
- Cerrar el museo, trabajar desde casa, continuar dando nuestro sueldo.
- Protocolos establecidos personales.
- Ninguna.
- N/A.
- Trabajo desde casa.
- Acogernos a los beneficios legales ofrecidos.
- Aislamiento preventivo.
- Las establecidas por la Universidad.
- Mantener los trabajos a los empleados pero no a todos los contratistas.
- Pagar la mitad del salario aún sin trabajar.
- Préstamos bancarios, *crowdfunding*, ajustes presupuestales, reducción salarial.
- Hay algunas actividades en línea.
- Estamos trabajando dentro de una agenda cultural amplia programada por la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo del Huila.
- Las estipuladas por la normatividad nacional.
- En apoyo con el Programa de Fortalecimiento de Museos y la Red de Museos del Cauca se han adelantado capacitaciones virtuales generales, además un conversatorio entre el equipo de trabajo de la casa museo. El gestor de colecciones lleva un informe mensual de las actividades y uso de implementos de protección. Igualmente, se maneja una planilla y cronograma en el puesto

de mando unificado para que guardas y servicios generales desarrollen sus actividades.

- Gestión política para que los museos se reflejen en el PDD, con la Gobernación y con la Asamblea Departamental.
- Los últimos meses se cerró el edificio totalmente, solamente las personas de seguridad y una persona de servicios generales cumplían sus horarios; un proceso en la entrada al museo con desinfección de zapatos, manos y ropa, zapatos plásticos para uso interno así como uso obligatorio de tapabocas y guantes.
- Trabajo en casa.
- Lavado de manos cada dos horas, dotación de material para la protección como gafas, tapabocas, uso de gel y alcohol.
- Ninguna porque no está abierto al público.
- Mantener las prestaciones sociales y convocar a la Asociación de Amigos del Museo para programar las ayudas de alimentación.
- Procurar que haya una conexión remota para poder realizar el trabajo en casa.
- Ajustes voluntarios de salarios.
- Trabajar desde casa, promover por redes y siempre en conversación entre todos para dar opiniones.
- Los últimos meses se cerró el edificio totalmente, solamente las personas de seguridad y una persona de servicios generales cumplen sus horarios; se maneja un proceso de desinfección en la entrada al museo con desinfección de zapatos, manos y ropa, zapatos plásticos para uso interno así como uso obligatorio de tapabocas y guantes para tareas de servicios generales. Así mismo desinfección y limpieza permanente de chapas, puertas, pasamanos, baños, pisos, paredes, entre otros
- Hasta el 15 de abril logramos dejar vinculada a la profesional que formula y ejecuta los proyectos. Teníamos dos proyectos radicados en la Gobernación y uno aprobado por el programa de Concertación del Ministerio, pero por la emergencia ocasionada por la pandemia, el panorama de la disponibilidad de recursos de los entes territoriales no pinta clara por cuánto ellos fueron comprometidos para atenderla y el tiempo de su duración es incierto.

- Llegar a los visitantes por medio de redes y realizar actividades para todo público. Conservar nuestro público
- Se gestionó un bono “salvavidas” para el primer mes de emergencia y se han gestionado espacios colaborativos en busca de recursos mientras trabajamos desde la virtualidad.
- Reorganizar labores para una actividad remota. Limitar el personal presencial a solamente el responsable de la seguridad. Planificar una actividad de diagnóstico del Museo previa al posible inicio parcial de actividades. Garantizar el suministro de elementos de protección y bioseguridad para el personal ante un posible inicio parcial de actividades.
- Ninguna.
- Es entidad pública no depende de nosotros.
- Normas de bioseguridad básicas. Ingresos controlados que permitan manejo de distancia.
- Trabajo remoto y protocolos de cuidado de la salud. Todos seguimos vinculados.
- Conversatorios virtuales sobre el tema COVID 19.
- Apoyo al teletrabajo.
- Se han realizado encuestas para clasificar al personal según el riesgo y se han propuesto turnos escalonados de asistencia según esto.

Procedencia institucional de las personas inscritas que respondieron las preguntas:

Museo Nacional Guillermo Valencia | Museo de Ciencias de la Universidad El Bosque | Museo Geológico y del Petróleo de la Universidad Surcolombiana | Museo del Vidrio de Bogotá | Casa de la Ciencia y el Juego de Pasto | Museo Geológico Nacional | Museo Militar de El Salvador | Museu da Mantiqueira (Brasil) | Museo de Memoria de Colombia | Universidad Nacional de Colombia | Museo de Arte del Tolima | Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones INAH (México) | Casa Museo Musical del Quindío | Museo de la Salsa (Fundación Alma Solidaria) | Museo Casa Natal del General Santander | Casa Museo Alfonso López Pumarejo | Museo de Historia Mexicana | Museo Histórico de Cartagena | Museo Nacional de Colombia | Santuario Museo San Pedro Claver | Museo Etnoindustrial de Galerazamba | Alcaldía de Villa del Rosario-Museo La Bagatela | Museo de Norte de Santander y Ciudad de Cúcuta | Universidad de Barcelona | Museo Arqueológico de Zipaquirá | CINVESTAV, unidad Monterrey (México) | Museo Arqueológico Eliecer Silva Celis de Sogamoso-Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia | Asociación Colombiana de Parques Zoológicos, Acuarios y Afines ACOPAZOA | Museo Comunitario Graciliano Arcila Vélez | Museo Arqueológico Regional del Huila | La Presentación Casa Museo | Casa Museo Mundo Sonoro | Casa Museo Guillermo León Valencia | Universidad EAN | Fundación Territorio Quindío | Museo de Arte de Pereira | Museo de la Gran Convención de Ocaña | Centro Municipal de Memoria | Fundación Tierra Viva | Jardín Botánico de Medellín | Museos Arzobispales de Lima (Perú) | Fundación Museo de Arte de Pereira | Uninorte | Universidad del Tolima | Museo Antón García de Bonilla-Ocaña | Museos de la Defensa (Ecuador) | Museo del Carnaval | Banrep. Cultural | Museo de la Independencia | Museo de Bogotá | Mapuka-Uninorte.

Relatorías

Mesa 1

No hizo relatoría

Mesa 2

Trabajadores de Museos: afectaciones en medio de la crisis.

27 de mayo de 2020

Mesa de Trabajo No. 2

Relatora: Andrea Echeverry Alcendra, Directora Ejecutiva (e), Asociación Colombiana de Parques Zoológicos, Acuarios y Afines-ACOPAZOA.

¿Qué cree usted que su museo debería proponerles a los trabajadores para mitigar las posibles dificultades que se están viviendo?

- Opciones para realizar trabajo remoto, por ejemplo para apoyar recorridos virtuales desde casa.
- Capacitaciones virtuales sobre el uso de mediaciones tecnológicas para enseñanza-aprendizaje en entornos no presenciales.
- Acuerdos para garantizar la conservación de empleos durante la crisis (Ejemplo: reducción temporal de salario, modificación temporal de funciones, otros).
- Participación en lluvias de ideas para explorar opciones de reinvención.

¿Qué medidas ha adelantado su Museo autónomamente o junto con entidades gubernamentales, empresas y/o comunidades para proteger a sus trabajadores?

- Emisión de lineamientos de autocuidado y protocolos de bioseguridad, tanto para el personal que sigue realizando trabajo presencial en las instituciones, como para aquellos que están realizando trabajo remoto.
- Entrega de elementos de protección personal a trabajadores.
- División del personal en grupos para realizar trabajo presencial rotativo (por turnos).

- Capacitaciones a trabajadores sobre cuidado de la salud mental durante el aislamiento.
- Campañas para visibilizar al museo y/o institución museal, al gremio, su importancia y necesidades.
- Unión con otros miembros del gremio (ejemplo: redes de museos).
- Aplicar a los subsidios ofrecidos por el gobierno.
- Solicitar préstamos bancarios.
- Campañas de recaudación de fondos en diferentes plataformas destinadas para este fin.
- Rediseño de páginas web para ofrecer nuevos contenidos y activar botones para recibir donaciones.
- Apertura de tienda virtual.
- Comunicación abierta y clara a los trabajadores sobre las decisiones administrativas que se han tomado para garantizar la conservación de empleos y así enfrentar la crisis debido al cierre. Lo anterior para evitar la incertidumbre y el estrés asociado a esta.
- Jornadas virtuales de actualización a los trabajadores sobre las decisiones de salud pública asociadas al manejo de la pandemia (esto para evitar la desinformación que circula por cadenas de *WhatsApp*, *Facebook* y otras redes sociales).
- Jornadas de información a los trabajadores sobre las ayudas ofrecidas por el gobierno (ejemplo: subsidios, opción de retiro parcial de cesantías).

Mesa 3

Gloria Oviedo: Alerta sobre la difícil situación del personal de museos muy pequeños del departamento de Santander.

Mayali: Luego de ver las respuestas hace una reflexión sobre el autocuidado de los trabajadores ante esta complejidad. Propone generar trabajo psicosocial al interior de las instituciones.

También habla de una necesidad de formación para mitigar dificultades que se están viviendo (trabajo en casa y con medios digitales).

Mayali: Cada Museo podría proponer apoyo psicosocial y brindar herramientas de autocuidado en estos momentos de crisis.

Ivan Sierra: Necesidad de tener una claridad de la situación desde la institución para poder estar enterado y no comenzar con la especulación.

Rosa Fuentes: Habla sobre el Centro Municipal de Memoria de Becerril y relata cómo ellos pidieron conectividad al municipio para garantizar la operación y el servicio de capacitación a los públicos y el trabajo de sensibilización en comunicación por redes digitales. Ella cuenta la grave situación de un Museo comunitario en Charalá del que depende un grupo de tejedoras.

Ignacia Vergara-Museo de Arte de Pereira: Estamos implementado con la ayuda de una auditora los protocolos de bioseguridad y obtener la certificación por parte de la alcaldía para comenzar a operar con públicos. Apertura paulatina pues es una institución con varios espacios (teatro, cine, familiar, exposición).

Santiago Jara: Comenta sobre las posibles soluciones para los museos que se encuentran en grave riesgo de cierre y que esto pone en riesgo a sus trabajadores. Luego comenta sobre soluciones en términos financieros.

Fernando Pérez: Considero que debe haber una especie de enfoque diferencial con Museos comunitarios que posiblemente no estén en una situación para recibir ciertas ayudas puedan ser apalancados o apoyados por otros Museos y las instituciones competentes en el tema.

Santiago Jara: Habla del apoyo de emergencia que brindará el Mincultura a los Museos y uno de los incentivos es demostrar que hay apoyos de museos que estén en una mejor situación a otros museos mucho más vulnerables. Se deberán crear rápidamente criterios técnicos para llevar esto a cabo. Seguir posibles buenas prácticas como un sistema de apadrinamiento similar al de los Museos de Antioquia.

Gloria Oviedo: Piensa que es una idea que se debe incluir en esta mesa.

NOSOTROS LA MESA 3 DEL ENCUENTRO “Trabajadores de museos: afectaciones en medio de la crisis” consideramos que los Museos con el apoyo de las autoridades locales y nacionales así como el apoyo de las redes (programas de apadrinamiento), entendiendo la situación de inequidad y grave riesgo de cierre en que se encuentran ciertas instituciones pueden promover acciones de apoyo psicosocial y brindar herramientas de autocuidado en estos momentos de crisis. Por otra parte es importante que las instituciones sean transparentes y claras frente a la situación de posible crisis financiera que pueda afectar a los trabajadores. Adicionalmente proponemos que los museos hagan un esfuerzo en este momento para sensibilizar a los trabajadores en comunicación con los públicos y comunidades a través de otros medios, así como generar capacitaciones que les permitan el fortalecimiento de estrategias de trabajo con públicos. Finalmente consideramos que los protocolos de bioseguridad son una condición fundamental para garantizar el bienestar del personal de los museos, sus familias y allegados en caso de una posible reapertura.

Palabras clave: Enfoque diferencial, autocuidado, claridad, sensibilización, protocolos, solidaridad.

Encuentros: Museos en Re-construcción

Museos vivos, museos resilientes

3

Preguntas, respuestas y relatorías de grupos de trabajo:

**Contar historias
en un mundo
sobrecargado
de contenidos**
8 de junio de 2020

Encuentro 3: “Contar historias en un mundo sobrecargado de contenidos”

El objetivo de este encuentro consistió en poder abordar experiencias y producir ideas alrededor de las estrategias de comunicación digital de los museos que se encontraban cerrados físicamente.

Conferencistas

- ANA MARÍA JAIMES y MARITZA ARANGO, podcasters de A.eRe.Te, el ABC de la Cultura.
- ANDRÉS OSORIO, Mediador digital del Área Cultural del Banco de la República
- SEBASTIÁN CARRASCO, Profesor de la Facultad de Estudios del Patrimonio de la Universidad Externado de Colombia
- CAROLINA JARAMILLO, Coordinadora de la Red de Museos del Valle del Cauca y directora del Museo de Arte Libre y Público de Cali
- CAMILO SÁNCHEZ, Asesor Museológico para el proyecto de Ampliación y el Plan Especial de Manejo y Protección (PEMP) del Museo Nacional de Colombia
- NICOLÁS GÓMEZ, Director del Museo de Arte Contemporáneo de Lima.

Moderación: JULIÁN ROA TRIANA, Asesor en museología del Programa Fortalecimiento de Museos.

Preguntas preparatorias durante el proceso de inscripción:

- De todas las estrategias de comunicación que surgieron desde los museos ante esta situación de emergencia, ¿qué legado cree que le dejará a los museos para el futuro?
- ¿Cuál cree que fue el mayor reto/aprendizaje de crear estrategias de comunicación en su museo?
- ¿Qué beneficios (alcance territorial, social, comunitario, económico, sanitario) espera recibir su museo de estas estrategias de comunicación en el futuro?

Mesas de trabajo posteriores a las intervenciones de los conferencistas:

Se llevaron a cabo dos mesas de trabajo con la presencia en cada una de ellas de los conferencistas, un moderador del Programa Fortalecimiento de Museos y un docente de la Facultad de Estudios del Patrimonio Cultural de la Universidad Externado de Colombia. Cada mesa contó con un promedio de participación de 25 profesionales de museos que llevaron a cabo un diálogo durante treinta minutos y redactaron una relatoría final por mesa.

Respuestas a las preguntas preparatorias por parte de las personas inscritas al tercer encuentro

De todas las estrategias de comunicación que surgieron desde los museos ante esta situación de emergencia, ¿qué legado cree que le dejará a los museos para el futuro?

- Museos con pertinencia social.
- El potencial de las comunidades virtuales y la redes colaborativas.
- Las transmisiones en vivo como una estrategia de interacción y virtualidad.
- Creo que las estrategias más acertadas fueron aquellas que se alejaban de formatos tradicionales que pueden funcionar bajo otras circunstancias.
- Pensar en los impredecibles con creatividad.
- Abrirá un camino importante para que los comunicadores y diseñadores tengan cabida en los equipos de trabajo de los museos.
- Diálogo virtual.
- Protocolos para la conservación de la vida y la preservación de las colecciones.
- Su historia en una pandemia.
- Fortalecimiento en la comunicación virtual.

- La diversificación de los contenidos físicos y la inclusión de nuevos lenguajes y formas coloquiales de comunicación.
- Contacto con públicos más jóvenes.
- Que la interacción virtual con los usuarios en este momento de la humanidad fue vital para la institución.
- Pienso que el trabajo virtual que permita la participación de las personas y comunidades. Principalmente, la posibilidad de creación artística como proceso de aprendizaje y de expresión a partir de los talleres de extensión que generan los museos. Es también necesario continuar con los procesos virtuales y generar contenidos de educación-entretenimiento desde las colecciones de los museos lo cual permitiría conocerlas y re-crearlas.
- Estudios de los patrimonios.
- Ha puesto en escena la profunda relación comunicación y educación justamente.
- 1. La fácil comunicación entre los públicos y los museos 2. La no inclusión en actividades digitales.
- Accesibilidad.
- Cómo volvernos espacios de encuentro, diálogo, resiliencia y acompañamiento.
- Que la relación con nuestros públicos no se limita al ámbito físico y que los medios digitales permiten compartir todo el conocimiento que muchas veces queda en los archivos.
- Llegar de otras maneras a diferentes públicos.
- Creería que el legado más importante tiene que ver con la sinergia, la comunicación y la convergencia que hubo entre los museos para hacer estrategias de comunicación concertadas y enfocadas en resaltar la importancia de este tipo de espacios.
- La pérdida por el interés del conocimiento.
- Considero que en mi territorio no se han planificado verdaderas estrategias de comunicación, para este contexto.
- Como parte de esta situación que vivimos, considero que recargar toda la responsabilidad de visibilización además de continuidad con las actividades del Museo en la virtualidad, no se ha capacitado en la marcha sobre los

procesos virtuales y el acercamiento a la comunidad desde un campo nunca antes experimentado con ese nivel de rigor. Es por esto que el legado para los Museos en general es la apropiación de estos canales comunicativos en su quehacer cotidiano.

- La importancia del trabajo en equipo, el ser muy creativos con las cosas que teníamos a nuestro alcance, la solidaridad entre los trabajadores de museos y la comunidad.
- No entendí la pregunta.
- El principal legado que deja esta emergencia sanitaria para las estrategias de comunicación es el uso de redes sociales como un medio para acercarnos al público. Llevar el museo a personas de otras partes del mundo ha sido una experiencia que nos ha hecho reflexionar mucho.
- La manera de acercarse a ellos.
- La importancia de la virtualidad como herramienta, más allá de lo promocional.
- La necesidad de preguntarse y proponer otras formas de acercarse a diversas comunidades a través de diferentes medios.
- Los encuentros virtuales.
- Evidencia del pasado.
- *Podcasts*.
- Los registros visuales en redes. Por ejemplo, los *podcasts*.
- La digitalización en redes sociales por ser el medio de mayor alcance.
- Creación de espacios y redes afectivas.
- Los museos abandonarán estructuras rígidas para acercarse y conquistar los diversos públicos del medio virtual.
- La importancia de los medios digitales y el estudio de públicos para diseñar las publicaciones y las acciones virtuales.
- Creo que finalmente nos tomamos en serio los medios virtuales y redes sociales para alcanzar a públicos que no llegan a nuestras salas.
- El desarrollo o fortalecimiento de programas virtuales como medio para mantener un diálogo constante con los públicos y ampliar la oferta cultural.

- Un mayor uso de los medios para compartir contenido y tener contacto con diversos públicos.¹
- La necesidad de digitalizar los acervos.
- Su rumbo.
- Creo que luego del aislamiento se sumaran nuevas formas de trabajar; las redes sociales se sumaran.
- El hecho de pensar en más y mejores estrategias para la interacción con el público, más allá de las salas de exposición y del contacto directo.
- Una reinención de la esperanza y de la memoria.²
- Considero que la más importante ha sido que los museos han adaptado sus contenido a las plataformas sociales, haciendo uso de formatos (historias, trinos, publicaciones cortas, etc.) que antes no se utilizaban muy frecuentemente o con las cuales no se experimentaba tanto.
- Creo que se fortalecieron las iniciativas y museos comunitarios. En el futuro, creo que los profesionales y activistas del área de la museología se vuelve necesario pensar y también articular formas de acción para la preservación y valorización de las memorias, historias y narrativas de comunidades afro, LGTB+ y de la periferia.³
- Repensar los valores y los derechos humanos.⁴
- Un Museo que piensa en las personas.⁵
- Durante la emergencia, fue muy enriquecedor poder conocer las colecciones de los museos del mundo a través de los recorridos virtuales. Eso permitió que las personas tuvieran acceso a contenido maravilloso y que se pudiera conversar en torno al arte. Ese legado formara una conciencia de curiosidad en los jóvenes que influirá positivamente en su futuro.
- El tener que mantenerlas o la búsqueda de nuevos canales y formas de comunicarse, además de pensar en los que son excluidos de estos medios por cuestiones de acceso.

1, 2, 3, 4 y 5 N. del E. Traducido de la lengua portuguesa.

- Ser un Museo en línea. Ya que no necesitamos que el público siempre llegue personalmente a la instalaciones. Nosotros como Museo podemos llegar a sus casa por medio de los medio electrónicos e interactuar.
- Nuevas miradas sobre las colecciones de los museos y su potencia comunicativa más allá de lo expositivo.
- Considero que el nuevo paradigma, de la importancia del visitante y la comunicación con el mismo.
No es el objeto sino la comunidad y el visitante lo que hace el espacio Museo y la vida del mismo.

¿Cuál cree que fue el mayor reto/aprendizaje de crear estrategias de comunicación en su museo?

- Combinar lo analógico con lo virtual a través de ejercicios didácticos.
- El mayor reto ha sido no saturar la red de información, frente a una necesidad de comunicar lo urgente.
- La pertinencia para los públicos y las formas más acertadas para hacerlo en las redes sociales.
- El mayor reto fue entender en este contexto qué quiere ver el público y cómo lo podemos hacer desde formatos inexplorados.
- Llevar los contenidos de manera sensible y educativa a una audiencia desconocida y poco explorada.
- El mayor reto fue tener que alternar las tareas del área de gestión de colecciones con las de comunicación ya que estas son demandantes y requieren de constancia y de una interacción responsable que se traduce en la creación de lazos con el público del museo.
- Apoyo emocional para avanzar.
- Adaptación al cambio.
- Autoeducarse para transmitir en lo aprendido.
- Ampliar el espectro de aprendizaje hacia lo digital, lo remoto y lo virtual.
- El reto ha sido la comunicación en el equipo para generar estrategias, pues nunca hemos tenido área de comunicaciones propia, por lo que tuvimos que construir de cero.
- Aprendizaje rápido del uso de plataformas
- Diagnosticar que tipo de contenidos son pertinentes y cómo hacerlos.
- Crear contenidos virtuales y digitales para diferentes públicos.
- Fortalecer los museos.
- La audiencia tan inmensa a la que se llega.
- Crear nuevas dinámicas con base en las necesidades de los públicos.
- Enseñar del museo fuera de él.
- La comunicación interna y autocrítica del propio grupo.
- Recopilar los años de investigación y el manejo más consciente de las diversas plataformas para la creación de contenido.
- Llegar de múltiples miradas a diferentes públicos.

- Definitivamente enfrentarnos 100% a la virtualidad y tener el reto de idear contenidos diferenciados y que resaltaran en el torrente de contenidos que hay en la actualidad.
- El poco interés del gobierno en que se pueda contar con red en los rincones olvidados del país, que nuestros museos puedan cada uno mostrar el 100% de su conocimiento.
- No ha existido un trabajo en equipo para desarrollar tales estrategias.
- La adaptabilidad a los medios tecnológicos y poder generar contenidos atractivos y con valor educativo que dialoguen con las posibilidades que ofrece la virtualidad.
- El dar a conocer tantas actividades educativas, artísticas y culturales a través de la redes, ya que la comunidad esta acostumbrada a ir de manera presencial a los espacios de encuentro dentro de los museos. Además, de buscar las formas de hacer atractivo nuestras temáticas, para que la gente nos pueda seguir ya que existen muchos contenidos en la web.
- Entender que cambiaron los medios y las mediaciones, que cada red tiene diferentes lenguajes y que los usuarios son diferentes. Aún es un reto entender quién es “mi público” y cuáles son los medios y las mediaciones más apropiados para hablar con las comunidades con las que debo hacerlo.
- El principal reto fue aprender muy rápido el lenguaje de las redes sociales, por ejemplo, cómo usar las plataformas o de qué manera hacer los contenidos agradables al público.
- No hackear la experiencia real. No convertir las experiencias en un simple curso *online* que raya en una clase.
- Que no trabajando en ninguno, lo sienta mío.
- Cautivar al público con historias novedosas y no saturarlo con publicaciones repetitivas.
- El hecho de ser un museo regional nos impulsa a pensar en formas diferentes a la virtualidad para acercarnos a las personas que pueden no tener la misma conectividad que en las ciudades.
- El mayor aprendizaje fue entrar a los medios virtuales, ir más allá de las publicaciones periódicas.
- Posicionar la importancia del conocimiento.

- El mayor reto fue atraer a las personas para que se animen a interactuar con las obras a través de las redes sociales.
- Nuevos contenidos para público en general a través de redes.
- Lograr generar contenido cultural de forma atractiva para el público.
- Que no se centrarán en el contenido, sino en la experiencia y fortalecimiento de redes.
- Establecer una relación con los usuarios de las redes sociales y saber adaptar los contenidos a sus necesidades.
- Llegar al público adulto mayor, asiduo visitante del museo y generar conexiones con ellos desde lo virtual.
- Dejar el paradigma de que sólo el visitante presencial cuenta.
- La gestión de una oferta que se vió multiplicada durante el confinamiento y el reto de mantenerla y mejorarla en el tiempo.
- La presencia de los públicos como participantes que interactúan y crean nuevos contenidos y estrategias de relación con los museos.⁶
- Cómo hacer del lenguaje académico y técnico un lenguaje accesible para los distintos públicos.
- la interacción.
- El trabajo entre diferentes áreas desde la virtualidad.
- Interactuar con distintos tipos de público permitió pensar en diferentes maneras de crear un vínculo. Desde una publicación o un reto en *Facebook* hasta crear *podcasts* por una fecha en especial, un cuento o un homenaje a alguna comunidad.
- Hacia afuera: Aprender a crear experiencias sociales que no dependieran de un espacio físico y cautivar y mantener la atención de un público más amplio y quizás más disgregado. Hacia adentro: Ha implicado una mayor comunicación e interacción entre áreas que muchas veces actuaban de manera independiente, acelerando un proceso de aprendizaje mutuo y haciendo las relaciones más horizontales y participativas.

6 N. del E. Traducido de la lengua portuguesa.

- Trabajar de forma colectiva con personas que están dentro y fuera del contexto académico.⁷
- Interacción con el público.⁸
- Llevar el pueblo a los museos con actividades que fomentan el pensamiento crítico y actúan sobre la realidad.⁹
- El mayor reto es interesar y despertar la inquietud de las personas para interactuar con el Museo.
- Encontrar una voz propia y cálida, que invitara a las personas a compartir cómo vive su contingencia.
- Cómo usar las herramientas tecnológicas para generar interacción y comunicación. Y desde luego, divertirse en el proceso.
- Generar diálogos significativos con los usuarios de redes sociales. Generar espacios de diálogo y no solo dar información.
- En el MACLA, es generar estrategias desde lo virtual, ya que no contamos con presupuesto propio. Y está dentro de otra institución de Cultura. Entonces fue generar pequeñas propuestas que mantuvieran el vínculo con la comunidad.

7, 8 y 9

N. del E. Traducido de la lengua portuguesa.

¿Qué beneficios (alcance territorial, social, comunitario, económico, sanitario) espera recibir su museo de estas estrategias de comunicación en el futuro?

- Pensamos que lo más pertinente en el momento actual es poder contribuir con protocolos de bioseguridad para que los museos en los territorios puedan abrir a los públicos.
- Mayor visibilidad.
- El uso de las redes, lo mismo que el fortalecimiento de las páginas como por ejemplo con *blogs* aumentó en la emergencia y hemos aprendido a acercarnos a los públicos en las redes.
- Estas estrategias permiten un alcance mucho más amplio, llegando a comunidades que tradicionalmente no van hasta el museo o participan de eventos presenciales. Pero todas las estrategias deben poder ser sostenibles también; será importante entonces balancear alcance y participación con ingresos.
- Posicionamiento y llevar los mensajes a nuevas audiencias. Lo virtual nos permite traspasar fronteras y eso me parece muy positivo.
- Esperamos que estas estrategias puedan impactar realmente a la audiencia, que puedan ser medibles, contrastadas y retroalimentadas con el público. Creemos que una estrategia responsable llevada a cabo por profesionales puede crear una relación más cercana con los visitantes que tendrán que seguir visitando el museo con más frecuencia a través de sus redes sociales.
- Sanitario, económico y emocional.
- La reapertura con todos los protocolos.
- Más reconocimiento.
- Ampliar su rango y cobertura, además presupuesto económico.
- La realización de proyectos diversos, tanto digitales como físicos con las personas e instituciones con quienes establecimos contacto durante este tiempo.
- Mayor alcance social.
- Consolidar un público asiduo que siga participando de nuestra agenda educativa y cultural, sobre todo que se interese por la colección.

- Que se conozca el museo en otros ámbitos y al tiempo dar a conocer a otras poblaciones y otros museos como los comunitarios.
- Más apoyo económico, cultural y social.
- Intercambio de ideas.
- Ampliar el público del museo.
- Ser un espacio de redes y abierta al diálogo afianzando una comunidad propia del museo.
- Una mayor interacción con otros públicos y la generación de mayor conciencia de parte de ellos en la sostenibilidad de los mismos.
- Saber cómo comunicar.
- Todos los anteriores, sobre todo económicos, de alcance y de formación de nuevos públicos.
- Lo que se pueda recibir será reinvertido en la misma comunidad para que aprendan más de nuestra cultura.
- Las comunicaciones se han orientado a mantener informado a su público, buscando principalmente la fidelización.
- Ampliar el campo de acción del Museo y el alcance de su oferta cultural, pudiendo participar con la comunidad de manera presencial y virtual, asumiéndolo como un ecosistema donde confluyen ambos medios de manera natural.
- Los protocolos sanitarios, hacernos conscientes que lo más importante es la vida y salud de las personas. Considero que las redes sociales y su utilización en el marco de esta pandemia lograron difundir y dar a conocer más al museo y la comunidad que nos rodea.
- Mayor alcance territorial, social y comunitario. Fortalecer al equipo de trabajo. Nuevas y mejores estrategias de diálogos con las comunidades.
- Nos gustaría reforzar nuestras relaciones interinstitucionales.
- La articulación con las bases de educación y posterior pertenencia a la comunidad.
- Reconocimiento de los públicos y apertura de un escenario alternativo de manera permanente, que compita con la visita física al museo.
- Me gusta solo conocer.
- Un mayor alcance social y comunitario.

- Nuevos caminos para el desarrollo no solo presenciales sino a través de redes sociales que permitan el reconocimiento de nuestro patrimonio cultural.
- Lograr un mayor número de personas dispuestas a visitar museos cuando todo empiece a normalizarse y lograr un trabajo conjunto con escuelas.
- Un Museo que se afianza con su comunidad al mismo tiempo que reflexiona sobre su práctica de manera crítica y abierta al diálogo.
- Mayor alcance social y ser un soporte para la educación.
- Mantener activas las plataformas de *Facebook* e *Instagram*, pues ha posibilitado conectar con un público que no necesariamente ha visitado el museo antes.
- Una experticia en redes sociales que no teníamos y tuvimos que construir.
- Por un lado la diversificación y el aumento de los públicos. Por el otro, la difusión de la misión y la implicación de la comunidad (motivar la visita, las donaciones y las colaboraciones entre instituciones y la comunidad).
- Atención a las demandas surgidas desde los públicos.¹⁰
- Comprender más sobre contenidos digitales a nivel de la comunidad de la Universidad para ser aplicada en el desarrollo de una Casa Museo.
- Integración.
- Ser visitado por personas que no eran visitantes desde antes del aislamiento.
- El alcance comunitario, principalmente, para poder conocer las dificultades y retos que afronta cada comunidad con que se vincula el museo y poder responder de manera positiva con acciones que contribuyan.
- Atraer nuevos públicos aún cuando estos no se encuentren cerca del museo o puedan asistir a él, fortalecer la red de instituciones con las que se trabaja y entablar nuevas colaboraciones tanto con individuos como colectivos que no solo se limiten a préstamos o financiaciones sino que también vean al museo como una plataforma para amplificar su voz y tratar temas que trasciendan lo local o lo nacional pero que repercuten en él (ej. Crisis ambiental).
- Espero que las estrategias de comunicación le den cada vez más protagonismo a las comunidades afro, LGTB+ y de la periferia; espero que surjan más acciones autónomas de las comunidades en su territorio; espero que en el

¹⁰ N. del E. Traducido de la lengua portuguesa.

futuro exista mayor conciencia política, social, étnica y de género de todos/ todas los implecados/as en los proyectos comunitarios de museos y también en los museos tradicionales y espero mayor compromiso de los servidores públicos en la consolidación de leyes en política pública y cultural.¹¹

- Estrategias decoloniales Sur/Sur.
- Comunidades.
- Alcance territorial.
- Mayor público.
- Abrir el espectro de visitantes. Democratizar los espacios de encuentro de los ciudadanos y las colecciones de los museos.
- Considero que en nuestro caso, que es un Museo Municipal, el estado deba pensar en un presupuesto destinado a Museo y Patrimonio, ya que el espacio Museo es un lugar de referencia y en esta situación ocupa un lugar desde el imaginario cultural importantísimo.

11 *N. del E.* Traducido de la lengua portuguesa.

Procedencia institucional de las personas inscritas que respondieron las preguntas:

Museo de la Memoria de Colombia | Centro de Museos de la Universidad de Caldas | Planetario de Bogotá | Maloka | Museo Mapuka | Casa Museo Rafael Núñez | Casa de la Ciencia y el Juego de Pasto | Museo Nacional Guillermo Valencia | Museo de la Salsa (Fundación Alma Solidaria) | Museo de Arte del Tolima | Museo UNAM HOY (México) | ACOPAZOA | Museo Militar | Universidad Católica Lumen Gentium | INBAL (México) | Universidad Nacional de Colombia | UNAM (México) | Santuario Museo San Pedro Claver | Alcaldía de Villavieja | Revista *El Malpensante* | Museo de Arte de Pereira | Casa Museo Guillermo León Valencia | Museo Nacional de Colombia | Casa Museo Antonio Nariño | Fundación Botánica y Zoológica de Barranquilla | Museo del Río Magdalena | Universidad de San Carlos de Guatemala | Mercado de Creadores | Museo Central del BCRP (Perú) | Universidad Nacional de Cuyo (Argentina) | Mapoteca De la Sociedad Sonorense de Historia (México) | Museo de la Memoria Viva (México) | Museos de la Región de Murcia (España) | Universidad Autónoma de Colombia | Sinérgico Lab Crea (Argentina) | Museo de La Plata (Argentina) | Museu do Fundão (Portugal) | Universidade de Aveiro (Portugal) | CNFCP/IPHAN (Brasil) | Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias (Portugal) | Colección FEMSA | Museo de Arte Contemporáneo Latinoamericano (Argentina).

Relatorías

Mesa 1

Pregunta uno: De todas las estrategias de comunicación que surgieron desde los museos ante esta situación de emergencia, ¿qué legado cree que le dejará a los museos para el futuro?

Jesús Iván Sánchez: Fortalecer el trabajo virtual. Crear contenidos digitales, trabajo de redes, es importante realizar mayores contenidos visuales, audios e incluso generar que a partir de las colecciones los usuarios-visitantes puedan también crear sus propios contenidos. El trabajo en red digital de todos los museos y las plataformas digitales ayudan a esa conexión.

Linda Surek: Voltear lo que veníamos haciendo en los museos; se venía en ciertos aspectos ya con todo resuelto. Ahora nos ha servido para estudiar más la colección. Legado: releer nuestras colecciones.

Margareth Bonilla. Surgen nuevas propuestas que antes no veíamos como públicos por ejemplo mayores de 80 años.

Carolina Rengifo: Un legado súper valioso es el de la construcción de contenidos en conjunto con otros museos. Haber podido por ejemplo trabajar de la mano de la alcaldía para producir nuevos contenidos.

Beatriz Obando: Hemos generado acciones improvisadas que han salido bien, pero que no se tiene una estrategia grande para el mediano plazo. Es un llamado en este momento para crear esta estrategia y que los equipos estén capacitados para ello. Ha sido chévere el reto, pero es difícil intentar medirlas.

Es necesario crear un plan de comunicaciones que incluya una estrategia en donde se incluyan comunicaciones digitales.

Vicente Benavides: Resalta que se ha mencionado todo lo que hacemos desde los museos y falta considerar qué hemos recibido de los públicos y qué podemos hacer para seguir considerando sus experiencias, competencias y habilidades como aportes para darle al museo.

Pregunta dos: ¿Cuál cree que fue el mayor reto/aprendizaje de crear estrategias de comunicación en su museo?

Vicente Benavides: Generar contenidos, llegar a las comunidades.

Jesús Iván Sánchez Sánchez: Crear contenidos para diferentes públicos.

Me refiero a los retos. No es lo mismo crear contenidos para jóvenes, que para niños o para adultos

Juan David: El mismo reto que se planteó puede convertirse en el mayor legado. Fue mover nuestra rutina, la virtualidad nos obligó a replantear las ideas. Con esas necesidades particulares más resueltas nos vimos en la necesidad de volver a pensar en el público, en la estrategia y fortalecimos más el trabajo en equipo.

Carolina Rengifo: El gran reto es cómo generar monetización de estos contenidos. Estamos entregando todo nuestro *know how*, quedando todo tan público, sin estar protegidos; debemos pensar y entender para no caer en ese riesgo tan complejo.

Margareth: De acuerdo, nos solicitan contenidos de manera libre, sin ningún precio.

Vicente: Hace notar el beneficio grande que hemos tenido los museos y es lo que está haciendo el PFM que es convocarnos a todos para que podamos dialogar, participar y exponer nuestras ideas. El PFM debería tomarlo como norma institucional con el propósito de acercarnos un poco más.

Debemos hacer la conversación con museos mucho más pequeños y ojalá los tres mil millones¹ se utilicen para que la estrategia sea participativa.

José Nizama: *Disculpen que mi micrófono está fallando*. Les puedo dejar esta idea o pregunta de reflexión:

Ante esta coyuntura generada por la “Pandemia” y la presión por crear soluciones rápidas de comunicación ¿no se estaría corriendo el riesgo de afectar la calidad de estos contenidos por la visión y planeamiento tan de corto plazo que las están estimulando?

¹ Se refiere a los recursos que el Ministerio de Cultura estaba planenado en ese momento entregar por medio de una convocatoria a los museos del país.

Sumado a que en la gran mayoría de casos, los museos no cuentan con un área y personal idóneos para desarrollar la labor de comunicación, y además sus recursos son muy limitados por no decir que en realidad no tienen recursos. La situación permitió ver puntos débiles y puntos fuertes. Uno de los retos es cómo volver a la presencialidad.

Pregunta tres: ¿Qué beneficios (alcance territorial, social, comunitario, económico, sanitario) espera recibir su museo de estas estrategias de comunicación en el futuro?

José Nizama: Reconocimiento, tiempo, desarrollo, territorial, educación y beneficio económico.

Beatriz Obando: Tener una estrategia a mediano o largo plazo; que nuestro alcance sea mayor en redes sociales, debe ser fundamental medir el impacto que vaya más allá de solo un número. Toca ver de qué manera se logra una mayor interacción con el público.

Jesús Iván Sánchez Sánchez: Pienso que se dio la posibilidad de dar a conocer el Museo en otros territorios, no solamente en Popayán, también en otros lugares de Colombia y el mundo. Igualmente, hay un dialogo de saberes y de conocimientos entre el público, los que también corrigen la información o aportan.

Fortalecer el vínculo con la comunidad.

Carolina Rengifo: Repensar nuestras unidades productivas dentro de nuestras instituciones, vale la pena pensar en generar nuevos productos para nuevos públicos. Por ejemplo, generar contenidos en conjunto para las universidades y colegios. Es un inicio de una nueva manera de generar unidades productivas y mayor conexión con las instituciones estatales.

José Nizama: Uno de los principales beneficios, considero yo en el caso que tengo más cercanía, ha sido el de fidelizar su público.

Mayali: 1. Nos dimos cuenta que podemos generar nuevas mediaciones utilizando nuevos medios 2. Nos hemos conectado entre museos y entre trabajadores.

Mesa 2

A continuación se relacionan los puntos claves que los participantes de la Mesa nombraron a partir de las siguientes preguntas:

- ¿Qué legado dejarán para los museos las estrategias de comunicación que han surgido desde éstos ante la actual situación de emergencia?
- ¿Cuál cree que fue el mayor reto/aprendizaje de crear estrategias de comunicación en su museo?
- ¿Qué beneficios (alcance territorial, social, comunitario, económico, sanitario) espera recibir su museo de estas estrategias de comunicación en el futuro?

- Primero, mantener la conexión con los nuevos públicos, y la posibilidad de dejar de ser locales y llegar a otros lugares y a otras poblaciones.

- Con toda la situación de emergencia sanitaria que se ha presentado, ha hecho que nos dirijamos a buscar nuestras colecciones digitales. Es la oportunidad para poder terminar de pulir estas colecciones y crear estrategias de comunicación para afianzar la comunidad virtual, aunque sea un trabajo largo de hacer.

- Se debe pensar en crear estrategias para museos con menos presupuesto.

- Evidenciar en museos hacer este giro. Ser conscientes de que el museo existe fuera del edificio. Nos vemos enfrentados a qué va a pasar con lo digital.

- El Museo del Río Magdalena, al ser un museo regional, no tiene los mismos recursos de acceso. Este momento otorga la posibilidad de imaginarnos otras formas de comunicarnos que no solo sea de lo digital. Volver a lo básico: hacer llamada a las personas y generar contenidos a partir de la información que den; utilizar el perifoneo o como en el caso de Quibdó donde se ha registrado mayor conexión en las conferencias).

- Ese acceso que tiene la gente a los contenidos digitales: qué tanto de eso está siendo escuchado y apreciado por la gente. Hay muchos temas. Cómo sabemos que la gente está recibiendo estos contenidos, pues no se trata de generar contenidos.

- Museos del Banco de la República: hay una preocupación constante en el equipo sobre qué legado se está dejando. Hace falta crear encuestas, una gran encuesta digital en cultura siendo conscientes de que es difícil medir el impacto

cultural porque lo digital es difícil de cuantificar. En un país con una brecha cultural muy amplia.

- Se debe cambiar la forma como uno trabaja. Es importante volver a replantear los objetivos y la forma de trabajo, así sea un gran reto. Lo más importante es saber cómo generar diálogo con las personas. A veces por querer estar muy presentes en redes, se hace más de la expectativa normal del público.

- El equipo educativo del Museo Nacional piensa que se deben contar con máximo 15 personas en sus eventos educativos, con los que se pueda hablar, y no llegar a las mil personas con las que sea más difícil trabajar. Es importante saber qué estamos comunicando y cómo. Saber también cómo medirnos en esta avalancha y cómo volver a dialogar con la gente. Por eso es importante pensar en mayor calidad y menor cantidad.

- Es fundamental evaluar las estadísticas, pues con las redes no es posible elaborar un correcto informe de gestión. Se considera necesario adaptar las redes a indicadores de medición.

- Esencial conocer al público: saber qué contenidos les puede interesar, constituyendo así un ejercicio nuevo de comunicación. Producir contenidos a público diferencial y abordar todos los frentes de públicos.

- Es necesario conocer todos los tipos de audiencias y ser conscientes de que son distintos. Se debe conocer lo que quiere el público y a quién se le va a dirigir, dependiendo de las dinámicas de la propia institución. Las redes ahora son la mejor opción, pero qué pasa con el perifoneo cuando funciona bien o la radio local. Pueden ser una gran opción para obtener un alcance del público que quiero captar.

- El conocimiento que ya se tiene de los actores que trabajan con la institución, debe ser utilizado como una herramienta, para trabajar para ellos teniendo en cuenta los medios que ellos tienen.

- Se debería limitar el envío de sugerencias de acuerdo a las tendencias y comportamientos de las personas en redes. Hay herramientas que se pueden usar para acceder a ese tipo de información y realizar un estudio de públicos desde lo virtual. Como *Netflix* por ejemplo.

- Es importante rescatar las posibilidades de trabajo con medios de comunicación que no son digitales, que se pueden ofrecer en este momento, por ejemplo,

presentar una exposición desde la radio. Se debe hacer una traducción de medios a un espacio de radio, por ejemplo.

- Se deben trabajar otros procesos de comunicación, otros lenguajes, y que en la pospandemia se sigan llevando a cabo.
- Dado que los públicos normalmente buscan al museo, toda esa información que siempre se recoge en las bases de datos, se puede usar ahora. Nosotros necesitamos ahora buscarlos nosotros a ellos.
- El acceso a lo digital desde territorio colombiano no es suficiente por los problemas de conexión y por los rangos que cubren las redes. Cuando más necesitamos estar conectados es cuando estamos aislados: la gente que no tiene internet está desconectada. Por eso un podcast puede llegar a museos regionales, donde la conectividad no es viable. Es una importante área que los museos no suelen pensar normalmente: establecer alianzas con radios locales.
- Es importante salirse a las regiones y muchas problemáticas pueden ser similares en varias regiones.
- Los profesores de la Especialización en Sostenibilidad del Externado, enseñan a sus alumnos que se deben buscar siempre beneficios que no solo están ligados a temas financieros pues se pueden establecer alianzas con empresas privadas o pensar en un acercamiento a los oficios, por ejemplo, de tal forma que haya una diversificación de públicos.
- En cuanto al tema de monetización de los nuevos eventos digitales el grupo opina que es importante aclarar que la palabra *monetizar* no es siempre sinónimo de dinero sino que esta palabra puede ser vista como el tiempo invertido de otras personas en una actividad que en un futuro genere recursos financieros. Monetización también puede ser empleada para el trueque entre actividades o la creación de lazos de amistad con instituciones que ayuden a crecer esta discusión y de esta forma enriquecerse más.

Nubes de palabras

ENCUENTRO DE MUSEOS

Contenido

2

1

PREGUNTA 1

Nube de 50 palabras más frecuentes

De todas las estrategias de comunicación que surgieron desde los museos ante esta situación de emergencia, ¿qué legado cree que le dejará a los museos para el futuro?

2

PREGUNTA 2

Nube de 50 palabras más frecuentes

¿Cuál cree que fue el mayor reto/aprendizaje de crear estrategias de comunicación en su museo?

3

PREGUNTA 3

Nube de 50 palabras más frecuentes

¿Qué beneficios (alcance territorial, social, comunitario, económico, sanitario) espera recibir su museo de estas estrategias de comunicación en el futuro?

Encuentros: Museos en Re-construcción,

Museos vivos, museos resilientes

4

Preguntas, respuestas y relatorías de grupos de trabajo:

Sostenibilidad de los museos en tiempos de crisis

18 de junio de 2020

Encuentro 4: “Sostenibilidad de los museos en tiempos de crisis”

El objetivo de este encuentro buscó plantear posibles caminos de recuperación financiera, comunitaria y territorial en un contexto de crisis futura debido al cierre obligatorio de los Museos.

Conferencistas

- GLORIA ANDREA ECHEVERRY MARTÍNEZ “GOYA”, Museo Casa de la Memoria de Medellín
- CLAUDIA BASTIDAS SANDOVAL, jefe de mercadeo y comunicaciones del Museo La Tertulia, Cali
- MARÍA DEL ROSARIO ESCOBAR, directora del Museo de Antioquia
- JOSÉ GUERRERO, creador del COVID Art Museum, Barcelona, España
- LILIANA ORTIZ, profesora de asuntos financieros de la Especialización en Sostenibilidad de Museos de la Universidad Externado de Colombia
- JAVIER ROYER, Coordinador del Proyecto Sistema Nacional de Museos de Uruguay.

Moderación: JULIÁN ROA TRIANA, Asesor en museología del Programa Fortalecimiento de Museos

Preguntas preparatorias durante proceso de inscripción:

- ¿Cuál cree que puede ser el balance ideal para que los museos logren ser sostenibles en un momento de crisis?
- Teniendo en cuenta los aspectos socioculturales, territoriales y financieros de un museo, ¿qué se debería tener en cuenta para una recuperación del sector a partir de esta situación de crisis?

Mesa de trabajo posterior a las intervenciones de los conferencistas:

Se llevó a cabo una mesa de trabajo con la presencia de los conferencistas, un moderador del Programa Fortalecimiento de Museos y un docente de la Facultad de Estudios del Patrimonio Cultural de la Universidad Externado de Colombia. Contó con un promedio de participación de 35 profesionales de museos que llevaron a cabo un diálogo durante treinta minutos y redactaron una relatoría final.

Respuestas a las preguntas preparatorias por parte de las personas inscritas al encuentro final

¿Cuál cree que puede ser el balance ideal para que los museos logren ser sostenibles en un momento de crisis?

- Tal vez vender productos digitales como conferencias, cursos y otros.
- Se necesita un gran apoyo gubernamental que garantice que las entidades puedan sostener gastos básicos como el mantenimiento mínimo de los bienes muebles e inmuebles y las nóminas de los equipos que laboran en dichas instituciones. Por otro lado apoyarse con un fortalecimiento de la presencia virtual que le permita a los públicos acceder a los contenidos, académicos, culturales y también comerciales como tiendas del museo.
- Capacitación, acompañamiento y presupuesto.
- Estrategias de supervivencia y apoyo del estado por medio de convocatorias
- El patrocinio del sector bancario, que necesita mejorar la imagen, dado que son los únicos que se benefician con o sin crisis. Es cuestión de gestionar. El concepto es que el banco “tal” adopta un museo “x” así como las empresas adoptan el cuidado de las especies arbóreas de las glorietas en las ciudades. Pero el truco está en que el museo le da en contraprestación boletos culturales

al banco, para que el banco le obsequie a los clientes que ahorran como hábito. Así todos ganamos. Podrían iniciar con el público joven.

- Apostar al desarrollo de estrategias a través de una política de implementación de ODS¹.
- Proyectos transversales que articulen los museos y sus diferentes colecciones en posibilitar la itinerancia a zonas rurales del país.
- Inclusión en los planes de desarrollo municipales, departamentales y nacionales; designación de unos presupuestos para bioseguridad y sostenibilidad que nos permitan la reapertura.
- Se deben establecer redes con otras instituciones que permitan fortalecer los intercambios y fortalecimiento de los museos como actores importantes en la sociedad.
- Poseer una oferta de servicios tanto presenciales como virtuales que permita descentralizar el museo.
- Más atención a su infraestructura y más apoyo económico.
- Lograr una buena promoción y difusión de los protocolos de bioseguridad que se estarán brindando en los museos para dar seguridad y tranquilidad al visitante. Que los museos sean incluyentes.
- Realizar primero una evaluación económica para poder ver la evolución del museo.
- Que puedan convertirse en centros de la economía creativa ofreciendo servicios y productos.
- Pienso que el gobierno debe seguir apoyando a la cultura financieramente debido a que el sector de museos incide directamente en el turismo y en la educación; no obstante, la autosostenibilidad es algo que no se puede dejar de lado, por ejemplo, la posibilidad de generar algunos eventos que puedan ser pagos, crear tiendas de los museos y empezar a observar la institución museal como productor y sistematizador de conocimientos y saberes; un caso puede ser el estudio del patrimonio y su cuidado en las ciudades, también, el diseño de productos turísticos y educativos.

¹ Objetivos y metas de desarrollo sostenible. Iniciativa propuesta por la Organización de la Naciones Unidas para ser desarrollada entre 2015 y 2030.

- Creo que es fundamental reinventar y diseñar estrategias virtuales y comunicacionales como visitas y recorridos virtuales, contenidos digitales a través de revistas y periódicos digitales, programas radiales o televisión.
- La unión de los sectores y el apoyo de los entes públicos.
- Apoyo institucional y seguramente un seguro de emergencias.
- Mostrar su relevancia y poderse adaptar a las necesidades.
- Convertirlos en mixtos.
- Con ayudas reales por parte del estado como alivios en impuestos y servicios públicos. Además de un mayor apoyo en el tema de bioseguridad y virtualidad. Esta última permitiría la presencia de la entidad y oportunidades de sostenibilidad económica.
- Alianzas estratégicas con el estado.
- Un balance ideal es contar con recursos estatales y trabajar con la asociaciones civiles haciendo ofertas didacticas especialmente para los niños.
- Utilizar las nuevas tecnologías para apoyarnos comunitariamente, es decir, que en el museo se encuentren aquellas manifestaciones del arte y del patrimonio que logre ser visibilizado y además genere recursos al momento de venderlos. Esta plataforma de venta y difusión del arte garantiza una plataforma de encuentro de lo que somos y nuestros saberes. Podríamos utilizar las nuevas tecnologías para promover cápsulas informativas que nos den más información sobre aquellos objetos y saberes que pertenecen a nuestro patrimonio.
- No entiendo muy bien el concepto de *balance*, sin embargo, el concepto de sostenibilidad debe contener de manera integral la sostenibilidad cultural, ambiental, social y financiera. Cada estrategia diseñada desde el museo orientada a su sostenibilidad debe pensarse desde las necesidades actuales del territorio, con modelos financieros viables y responsabilidades compartidas.
- Deberían ser museos que se ciñan a su plan estratégico el cual deberá desarrollar una planificación con algunos años de anticipación. Deben buscar nuevas formas de cómo se organiza financieramente y con sus públicos volver a enfocarse para garantizar su supervivencia en el tiempo. Siendo cada vez más innovador.

- Trabajar con la la comunidad generando pequeñas economías que aporten dentro de sus prácticas artísticas y/o artesanales.
- No depender de una sola fuente de ingresos y ofrecer alternativas para que las personas desde sus casas vivan la experiencia del museo.
- Debe buscarse un manejo del museo virtual y presencial, pensar en cibevisitantes, los públicos virtuales y los desarrollos tecnológicos.
- Difícil generalizar pero lo primero es reducir al máximo gastos para mantener nómina y hacer mantenimiento básico. Buscar apoyos desde el estado como eximir de pagos de servicios públicos, impuestos y demás en tanto se estabiliza la taquilla. Para el caso de museos rurales incentivar con descuentos en peajes por ejemplo. Revisar uno a uno las características patrimoniales que tiene y con base en ello gestionar desde el estado incentivos para mantenimiento.
- Sobrevivir.
- Los museos deben integrarse de manera orgánica con la sociedad siendo partícipes del quehacer básico, no suntuario. Creo que es un cambio de paradigma fundamental.
- El diálogo y la apertura para la participación de las comunidades locales y regionales más próximas a los museos.
- Acudir a sus contenidos creando estrategias virtuales llegando a todas las personas a través del arte... “El arte nos inspira”.
- Nueva política de museos y un programa nacional que sea compartido en apoyo por la sociedad civil y la empresa privada.

Teniendo en cuenta los aspectos socioculturales, territoriales y financieros de un museo, ¿qué se debería tener en cuenta para una recuperación del sector a partir de esta situación de crisis?

- Analizar a la comunidad internacional en la que se encuentra y mantenerlos cautivos.
- Fortalecer la presencia virtual de las instituciones y procurar un fondo de emergencia, eso por parte de las instituciones. Pero se requiere de un mayor compromiso de las autoridades locales y nacionales con el sector; Hacerlos entender el rol que cumplen en la sociedad porque no son meras atracciones turísticas.
- La soledad de los museos. Más visibilidad. Los visitantes son su fortaleza. Desarrollos desiguales. Falta de personal y falta de presupuesto. Cómo financiar los protocolos de bioseguridad.
- Planes para preservar los puestos de trabajo para el cuidado de las colecciones.
- La seguridad para que los museos puedan ser reactivados.
- En crisis los museos pueden hacer conferencias para educar nuevos públicos vía *online*. Con patrocinio del sector bancario como indiqué en la primera pregunta. Buscar padrinos entre los laboratorios de medicinas para generar recordación; esos son otro sector que no pierde con o sin crisis. Por último buscar benefactores de la farándula, la política y el comercio como padrinos de los diferentes museos.
- La capacidad de autogestión, agenciamiento, aliados estratégicos, pertinencia y viabilidad de la institución. Gestión de recursos propios, aliados, públicos o privados. La autonomía.
- Estrategias articuladas ofertando otros modelos de difusión como es la itinerancia.
- Políticas claras desde lo municipal y departamental hasta lo nacional y, reitero, inclusión en los proyectos, programación y presupuestos.
- Se debe tener en cuenta la articulación con otros sectores que permitan la reactivación y sostenibilidad de los museos. FONTUR por ejemplo sería un fantástico aliado.
- Que la comunidad este apropiada del museo y su importancia.

- Una redefinición de la red departamental y atención debida por parte del Programa Fortalecimiento de Museos.
- Lo que se debería tener en cuenta para una recuperación del sector a partir de esta situación de crisis, es solidaridad, unión en cada uno de los programas culturales y propuestas educativas que los museos realicen para así fortalecerlos juntos.
- Que la comunidad este apropiada del museo y su importancia.
- Los precios que sean de acuerdo con los visitantes ya que se empezará con visitantes receptivos.
- El contexto que lo rodea con el fin de ofrecer servicios que requiera la ciudadanía.
- Desde mi punto de vista hay una relación estrecha entre el sector hotelero, de turismo y educación. En la actual crisis pienso que se debe pensar en esta relación económica en la cual se puedan generar productos turísticos y educativos que puedan incidir financieramente y en la sostenibilidad de los museos. Por otro lado, los museos deben abrirse a otras comunidades y otros patrimonios y diseños acercándose a las comunidades de barrios, campesinos, indígenas y afrocolombianos. Esto hace que el museo no sea solo un lugar donde hay un patrimonio que conservar sino que además, se implica en los procesos culturales de otras poblaciones donde se pueden generar nuevos productos culturales, turísticos y educativos; incluso se debe pensar la relación ciencia, tecnología e innovación con las entidades museales.
- Lograr la reapertura gradual utilizando las medidas de bioseguridad y garantizar contenidos motivacionales y generar el consumo local. Motivar al turista local.
- Los gastos de sostenimiento y las actividades dirigidas a la búsqueda de nuevos públicos virtuales
- Apoyo institucional, créditos blandos, línea de publicidad y promoción pública y privada a costo cero.
- Identificar las fortalezas y oportunidades y cómo continuar la relación con la comunidad más directa (en el caso de un museo universitario su comunidad académica).
- Posibles pérdidas de los patrimonios territoriales (tangibles e intangibles).

- Apoyos directos por parte del Estado para estas entidades que garanticen la supervivencia y adaptación al nuevo escenario sociocultural que dejará la pandemia del COVID-19.
- Asociatividad.
- Dependiendo del tipo de museo debe recibir apoyo financiero estatal y apoyo técnico del PFM.
- Tener en cuenta las redes sociales y el voz a voz en pueblos pequeños, que la información no solo quede en un computador sino que sea extendida a toda la población utilizando recursos creativos y propios.
- Para la recuperación del sector de deben tener en cuenta:
 - La generación de experiencias diferentes en la difusión de sus contenidos teniendo presente que la visita al Museo está en cambio frecuente.
 - Se deben crear contenidos que “vendan los servicios del museo”.
 - El Museo debe estar en función de su entorno y territorio y de sus necesidades, debe responder a las problemáticas del entorno.
 - Alianzas verdaderas que permitan mantener los programas educativos y culturales del museo y que resuelvan las necesidades de las empresas privadas o entidades con músculo financiero.
 - Respuesta a los ODS.
- A los museos se les exige dar cumplimiento a sus fines misionales pero con poco o nada de apoyo de recursos públicos. Los museos de naturaleza privada pero que dedican muchos de sus recursos a cuidar colecciones que son patrimonio cultural de la nación deben ser reconocidos por el estado y ser apoyados de manera permanente para que en momento de crisis sean tratados como entidades aportantes a la estructura cultural del país. Y por tanto ser apoyados sin rogativas. Por tanto considero que si no logramos este reconocimiento en este momento coyuntural, quedaremos en las mismas.
- Establecer una alianza con el sector educativo; que desde el Ministerio de Educación o las secretarías se pueda pensar que que el museo suministra contenidos y de esta manera puede financiarse parte de su sostenimiento.
- Apropiación de los recursos tecnológicos para la difusión de actividades que vinculen a diferentes grupos poblacionales.

- Hay que incluir a la comunidad, el Museo debe ser de la gente (los voluntariados una nueva cultura). Hay que idear nuevos sistemas financieros y económicos a partir de lo anterior.
- No perder la vinculación con la comunidad como principal aliado en el proceso de reinventarnos.
- Motivar al público a regresar a los museos y promover a nivel de medios masivos la solidaridad con esos espacios. Buscar coherencia entre la inversión de los insumos que pide el protocolo teniendo en cuenta las restricciones. En nuestro caso las vías intermunicipales siguen cerradas ¿Cómo va a llegar el público? El estado debe generar una red de apoyo para la insitucionalidad como tal y no solo para los gestores.
- El valor y uso de los espacios; más allá de la exhibición son espacios de reunión.
- Pienso que se deben tener en cuenta todos los aspectos; dado lo complejo del momento actual no existe el avance en una dimensión sin la otra.
- Que otros sectores también están en crisis y requieren del conocimiento de otros sectores para buscar soluciones más creativas con el fin de encontrar mejores salidas a la crisis. Los museos tienen un conocimiento que poco se ha integrado en las dinámicas de otros sectores más tradicionales. Esta es una oportunidad.

Los museos además son más que instituciones que funcionan en monumentos patrimoniales en algunos casos. Son patrimonio cultural y es deber de todos preservar y cuidar el patrimonio cultural. Las diferentes comunidades que conforman la sociedad están llamadas a tomar parte en esta discusión para juntos proteger nuestros museos y encontrar las mejores soluciones. Los museos generan contenidos espectaculares y no compiten, sus contenidos únicos son complementarios y esto es una rica oportunidad para enseñar o aprender de nuestra historia y nuestras culturas. Por ejemplo, ¿Por qué no tener una ruta virtual de museos en una franja especial familiar en las que cada museo pueda contar sus guiones y entrelazarlos en una misma trama? o unirse en proyectos que permitan hacer llegar hasta los hogares un contenido especial por radio o televisión para que nuestros niños, en la crisis educativa que estamos atravesando por la pandemia porque no cuentan con internet ni

dispositivos tecnológicos, puedan acceder a contenidos educativos de historia, literatura, ciencias, geografía, arte, talleres creativos, etc. y de esta manera puedan recibir contenido de calidad.

- El acompañamiento de la comunidad con la importancia histórica y cultural que resguardan nuestros museos.
- Alivio a los costos fijos, como servicios públicos, vigilancia y lo relativo al cuidado de la colección.

Procedencia institucional de las personas inscritas que respondieron las preguntas:

Museo de la Vid y el Vino (Argentina) | Museo de Arte de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Antiguo Palacio del Arzobispado de la Ciudad de México | Santuario Museo de San Pedro Claver | Casa de la Ciencia y el Juego de Pasto | CTP y Mesa de Turismo | Universidad Nacional de Colombia | Universidad El Bosque | Museo de Arte del Tolima | Casa Museo Quinta de Bolívar y Museo de la Independencia | Museo de Ciencias de la Universidad El Bosque | Museo de la Gran Convención de Ocaña | Museo Anton García de Bonilla de Ocaña | Museo Nacional Guillermo Valencia | Museos en tus manos | Museo de la Cerámica, Instituto de Cultura de El Carmen de Viboral | Museo de Arte Moderno de Bucaramanga | Fundación Museo Ciencias de la Salud | Museo de la Universidad del Rosario | Fundación Cineteca Pública | Museo de Zipaquirá-Casa Quevedo Zornoza | Fundación Tierra Viva | Casa Museo Cipriano Echeverri | Colsubsidio | Casa Museo Olga Orozco (Argentina) | UNAB | Casa Museo Luis A. Calvo | Museo Túcume (Perú) | Casa Museo Salto del Tequendama | Museo Manuel Tolsá (México) | Museo Artequin Viña del Mar (Chile) | Museo de Antioquia.

Relatoría

Mesa 1

A continuación se relacionan los puntos claves que los participantes de la Mesa nombraron a partir de las siguientes preguntas:

Pregunta uno. ¿Cuál cree que puede ser el balance ideal para que los museos logren ser sostenibles en un momento de crisis?

Pregunta dos. Teniendo en cuenta los aspectos socioculturales, territoriales y financieros de un museo, ¿qué se debería tener en cuenta para una recuperación del sector a partir de esta situación de crisis?

- Primero, señalar que la pandemia dejó ver todos los problemas que tienen los museos y que estaban ocultos. El Ministerio de Cultura no tiene el presupuesto suficiente para apoyar la cultura. Alemania por ejemplo, consideró la cultura como bien de primera necesidad. Este tipo de situaciones dejan al descubierto esta carencia. Para que exista una sostenibilidad permanente, debe haber una renta básica para el funcionamiento de los museos.
- En esta etapa lo que hay que señalar es que nos ayuden financieramente. La renta básica para los museos es urgente.
- Todos los museos hemos pasado por esta incertidumbre frente al gobierno. Desde la solicitud, desde la queja, del ejercicio ciudadano legítimo, de reclamar por un estado incluyente, pero esta situación ha estado presente en todos los ordenes, nacional, departamental y municipal. El gobierno quiere responder primero a un mínimo vital y los museos no lo son. También está el problema de la corrupción. Seguiremos haciéndonos escuchar y antes que una Política Pública de Museos, se necesita un plan de salvamento.
- Hay que obligar que dentro de los planes de desarrollo estos espacios culturales sean vitales para la educación y el desarrollo, de esa manera se obliga a tener un presupuesto desde lo administrativo.

- Se carece de una ayuda sustancial por parte del gobierno. Es una utopía que ayudas de gobierno van a ayudar a los museos pues no se contemplan los gastos administrativos en esta ayuda.
- Se está a la espera de lineamientos para nuevos estímulos y convocatorias.
- Que el PFM dé las capacitaciones necesarias para que los museos puedan acceder a esta oportunidad de las convocatorias.
- El abandono estatal se ha hecho más evidente en estos momentos. En el caso de los nueve museos del Ministerio de Cultura fuera de Bogotá, se han evidenciado graves problemas de infraestructura.
- Es necesario buscar nuevas fuentes de financiación, sin quitar la responsabilidad al estado. Que de ahí parten las intervenciones ya vistas.
- Ayudas y apoyos: el estado tiene que intervenir, pero todos sabemos que los recursos son escasos. Sistema de Regalías por ejemplo; hay fuentes que no se han explorado. Este es un espacio en el que se espera que haya una masa crítica que pueda ir gestionando y poner sus necesidades en la agenda pública. En este momento hay muchas prioridades (hay mucha gente que está aguantando hambre); Sin embargo, los recursos no llegan a donde tienen que llegar (hay casos de corrupción en donde se establecen coimas de 10% que se piden en algunas contrataciones públicas) y hay que presionar para no desviarlos, es decir hacer sonar la voz de los museos. Si se acaba la corrupción se podría sostener el sector de los museos y otros sectores como educación. Si se hace revisión contantes sobre las Políticas no se desvían recursos.
- Las regalías son manejadas por las alcaldías y gobernaciones y volvemos a lo mismo: los museos no somos prioridad dentro de sus políticas de gobierno y por lo tanto nunca llegaremos a lograr asignaciones significativas; debemos buscar un verdadero reconocimiento como entes que resguardamos no solo la memoria de la nación sino el patrimonio cultural reconocido por la Constitución Nacional.
- Daniela Saldarriaga dice: Tenemos una oportunidad impresionante con la pandemia y es la posibilidad de compartir espacios como estos: trabajadores, profesionales y academia en el ámbito nacional e internacional juntos discutiendo en torno al tema. Estuve en la Red de Museos de Antioquia durante cinco años, desde 2010 reclamábamos como gremio una Política

Nacional de Museos, la red perdió su patrocinio por ser un modelo dependiente del estado y el activismo, gestión y presión por una política cesó. Este gobierno subió al poder con una política cultural que aparentemente no ha podido implementar a satisfacción. Cuando entendemos el poder discursivo que tiene el patrimonio entendemos que el estado no sólo no puede invertir en Museos, no es además su voluntad. Nos toca agremiarnos, ayudarnos, solidarizarnos y buscar generar conexiones con la comunidad entre profesionales y aliados para que podamos juntos generar diferentes fuentes de financiación basadas en políticas que ya existen de obligatorio cumplimiento para el estado.

- Corresponsabilidad: agremiaciones se deben hacer, la academia debe unirse a los museos para no esperar siempre los recursos del estado. No se debe seguir esperando sino crear otras estrategias. Si entendemos una dimensión más grande de nuestro quehacer, podemos impactar a más comunidades, y con ello acceder a más oportunidades, no sólo en recursos públicos, sino también privados, oenegés, gobiernos y fundaciones internacionales, universidades, políticas lideradas por Naciones Unidas como los ODS o UNESCO que obligan un poco más al gobierno a prestarle atención a sus políticas culturales.
- En Cartagena se siguen pidiendo impuestos y servicios públicos pero se podrían dar alivios.
- La sostenibilidad no debe ser vista solamente desde el lado financiero. Se pueden vincular parte de archivos fílmicos a los museos para ampliar su oferta cultural. Si no hay articulación entre instituciones como esta Mesa que es un pliego de peticiones para el Ministerio de Cultura de parte de todos los museos. Igualmente que dentro de la política pública se de la importancia de los museos como aportantes a un contenido educativo y así aliviar con transferencias entre ministerios complementando servicios.
- La Mesa Nacional de Museos construyó un documento con este tipo de solicitudes. Fue contestado por el PFM y la dirección del Museo Nacional de Colombia, pero no se ven acciones, solo anuncios. Las ayudas deberían

proporcionar elementos de bioseguridad por lo menos por un año (para personal y para público). Esto para todos los museos.²

- Hay que generar un mayor impacto en comunidades.
- Hay que hacerse visible a nivel internacional. Por ejemplo, el museo del maestro Calvo se hizo visible con otras alcaldías. Unión de fuerzas (por ejemplo, basados en la historia del personaje del museo). Desde nuestras mismas entidades hacernos visibles y escuchar a la comunidad. Unirse también con el sector de turismo.
- Trabajo con la comunidad del Museo de Túcume en Perú. La realidad es parecida a la de Colombia. Hace un par de años, se creó un patronato de fondos privados para dar materiales didácticos para niños que tuvo gran impacto en la sociedad. La vinculación con la comunidad ha permitido trabajar en otras instancias en la línea de la museología social y el patrimonio. En el marco de esta pandemia hay que entender que hay una realidad distinta en el espacio rural. Es necesario generar nuevos contenidos a través de diversos medios para acercar a las comunidades a su patrimonio porque no todos tienen acceso a lo digital.
- En Latinoamérica la realidad de ínfimos presupuestos es uniforme, pero eso no debe desalentarnos para lograr que nuestro patrimonio se promueva, valore y sobre todo se convierta en una gran OPORTUNIDAD DE DESARROLLO para las comunidades. Que la gestión sea un socio importante en la búsqueda de aliados estratégicos que nos permita ser sostenibles en el tiempo y espacio.

2 *N del E.* Es importante notar que luego de los encuentros y de la mano de la Mesa Nacional de Museos se llevó a cabo una convocatoria dirigida al sector de los museos con el objetivo de mitigar las afectaciones que sufrieron los museos del país durante la pandemia y reactivar el sector con estrategias de apertura segura con todas las condiciones de bioseguridad. La Convocatoria, por un valor de tres mil millones de pesos colombianos, fue dirigida a los museos más afectados de acuerdo con la Encuesta *Museos colombianos y pandemia*; estos fueron los de naturaleza privada y mixta que quedaron completamente desprotegidos por la ausencia casi total de ingresos y/o patrocinios de la empresa privada. Aunque el sector de museos públicos también sufrió afectaciones en sus presupuestos, estos al haber sido aprobados en el año anterior para la vigencia 2020, tuvieron un mayor rango para maniobrar durante la crisis.

- Descentralización en la Constitución. Se debe hacer una gestión en los poderes locales.
- El hecho de pedir al estado, no quiere decir que en región no se haga gestión. Se pide ahorita porque la situación es de crisis. Si no, ¿cómo se subsistiría?
- Seguiremos trabajando por la dignificación de los museos.

Anexos

Carta modelo de invitación a conferencistas

Bogotá, 15 de mayo de 2020

Señor
Andrés Roldán
Director
Parque Explora

Estimado señor Roldán:

A causa de la pandemia mundial y de la declaración de estado de emergencia en todo el territorio colombiano, los museos se han visto abocados a cerrar temporalmente sus puertas y restringir sus servicios, lo que ha producido una profunda crisis en el sector.

Frente a estas circunstancias, desde el Programa Fortalecimiento de Museos (PFM) del Museo Nacional de Colombia-Ministerio de Cultura, la Facultad de Estudios del Patrimonio Cultural de la Universidad Externado de Colombia e ICOM Colombia decidimos realizar los Encuentros: *Museos en Re-construcción* para abordar la situación actual de los museos, generar espacios de diálogo para proponer alternativas prácticas para mitigar las afectaciones de la crisis y crear nuevos caminos sostenibles que conduzcan a un futuro optimista.

En este sentido, nos complace invitarle a participar como conferencista en el primer encuentro “Reabrir museos en tiempos de pandemia” que tendrá lugar el lunes 18 de mayo a las 5:00 p.m. y se transmitirá por los *Facebook Live* del PFM y de la Facultad de Estudios del Patrimonio Cultural de la Universidad Externado de Colombia. Será de gran interés para los asistentes conocer el trabajo que ha realizado el Parque Explora para construir un protocolo de reapertura de museos en el país.

Usted contará con diez minutos para su presentación. Después de las intervenciones de los conferencistas invitados daremos paso a una mesa de trabajo para cien personas divididas en cinco grupos en la cual su participación es de vital importancia. Cada mesa propondrá elementos para un documento que recoja las conclusiones sobre el tema del encuentro (de máximo 2 páginas). Cada grupo tendrá cinco minutos para presentar sus conclusiones y luego habrá un cierre de diez minutos. La coordinación logística y relatoría de cada mesa estará a cargo de un miembro del equipo organizador y cada mesa escogerá al moderador dentro de los participantes y a un vocero que presente los planteamientos de la mesa en el cierre.

También participarán en el primer encuentro Catalina Plazas, Coordinadora del Área de Conservación del Museo Nacional de Colombia; Hugo Pineda, Director del Centro Cultural e Histórico José Figueres Ferrer adscrito al Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica; Paula Matiz, Profesora de la Facultad de Estudios de Patrimonio Cultural de la Universidad Externado; Eugenia Serpa, Coordinadora del Grupo de Bienes Muebles de la Dirección de Patrimonio del

Ministerio de Cultura de Colombia, y Fernando Dueñas, director del Museo de Historia Natural de la Universidad El Bosque y miembro de la Red de Museos de Historia Natural. Todos se encuentran trabajando o tienen interés en la reapertura de espacios museísticos en la actual coyuntura.

Con estos encuentros nos sumamos a la celebración del *Día Internacional de los Museos* y recogeremos herramientas útiles para los museos en temas en los que manifestaron tener deficiencias en la Encuesta PFM: *Museos colombianos y pandemia* que fue circulada recientemente.

En total realizaremos cuatro encuentros. Otros temas que se abordarán son: Trabajadores de museos: afectaciones en medio de la crisis; Contar historias en un mundo sobrecargado de contenidos y Sostenibilidad de los museos en tiempos de crisis.

Quedamos muy atentos a su respuesta que esperamos sea positiva. Una vez recibamos su confirmación, le contactaremos para darle indicaciones sobre la plataforma que se utilizará para su conexión.

Cordialmente,

Santiago Jara Ramírez
Coordinador
Programa Fortalecimiento de Museos

William Gamboa
Director Área de Museología
Facultad de Estudios del Patrimonio Cultural
Universidad Externado de Colombia
Presidente de ICOM Colombia

Carta metodológica para moderadores y apoyo durante mesas virtuales de trabajo

Hola *nombre de moderadora de grupo de trabajo*,

Adjunto va un documento con dos preguntas que respondieron las personas inscritas.

El objetivo es que podamos en un tiempo de treinta minutos promover un diálogo alrededor de los posibles caminos de recuperación financiera, comunitaria y territorial en un contexto de crisis futura debido al cierre obligatorio de los Museos.

Metodología de las mesas que se harán después de la conferencia:

Éste es el instructivo que orientará el trabajo para lograr buenos resultados:

- Saludar y presentarse. Agradecer la presencia y el trabajo que está haciendo cada uno para mantener la vigencia del sistema museal como una opción sostenible en la que nuestras instituciones museales trabajan por sus comunidades y territorios. Habrá un profesor del Externado como anfitrión de la sala. Plantear el objetivo claro de la mesa: Queremos lograr que al final del grupo de trabajo se pueda proponer un pequeño texto que plantee posibles caminos de recuperación financiera, comunitaria y territorial en un contexto de crisis futura debido al cierre obligatorio de los Museos.
- Recordar que cada grupo cuenta con treinta minutos para hacer el documento. Luego, habrá otro espacio de treinta minutos para compartir los resultados de cada mesa (seis minutos por mesa)
- Iniciar hablando de las respuestas dadas a las dos preguntas generales y cómo la visión integral de la idea de sostenibilidad (Comunidad-territorio-recursos) es fundamental para los museos en este tiempo de emergencia.

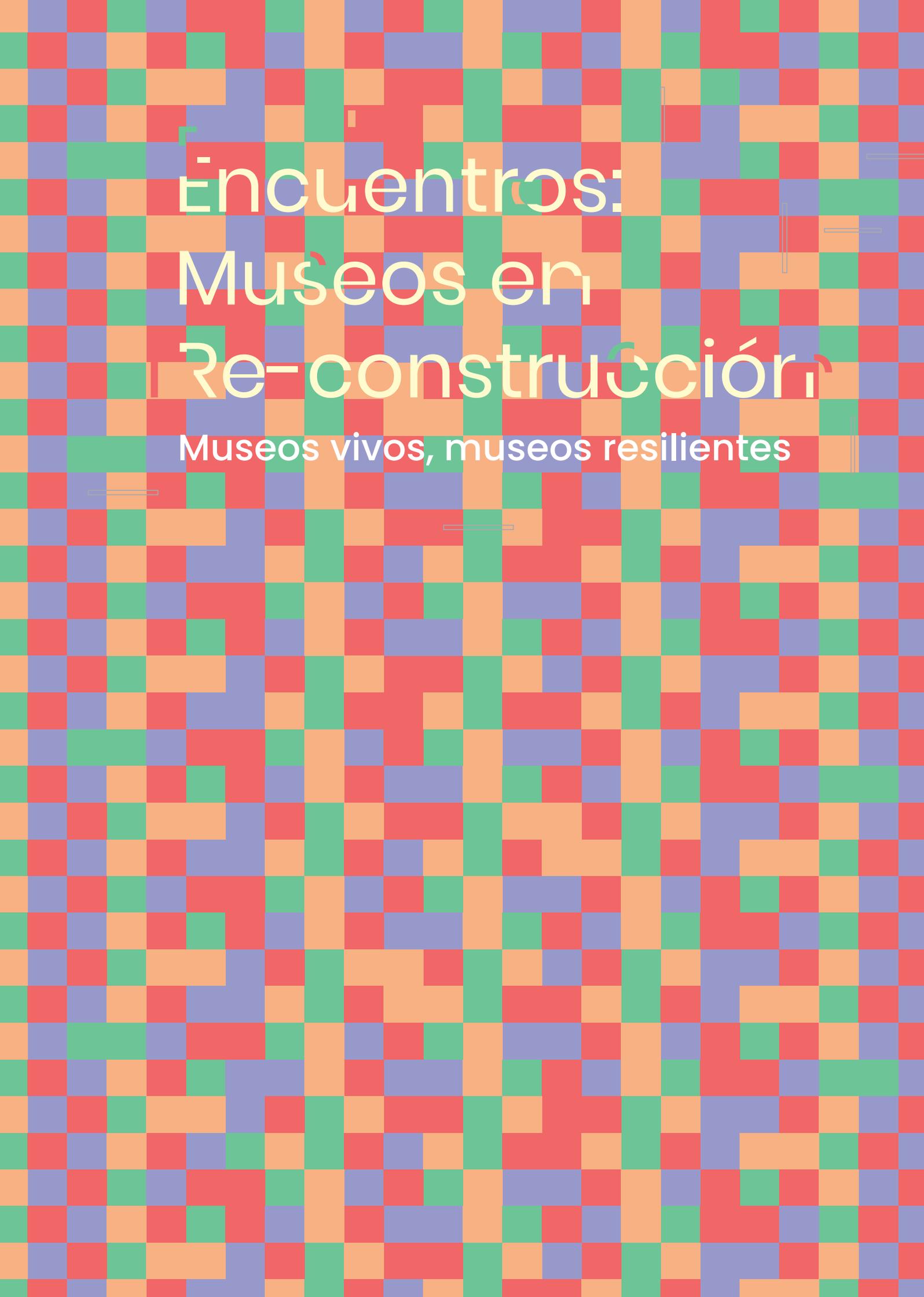
- Escoger de entre los participantes un moderador. Una persona del Programa fungirá como relator que debe anotar y presentar el debate y las conclusiones del grupo (Esto es muy importante pues después será publicado como parte de los resultados).
- Plantear las reglas de juego: pedir la palabra, respetar la opinión del otro.
- El relator compartirá en la pantalla el documento con respuestas para que la gente las pueda ir viendo mientras se continúa hablando.
- Proponer construir los puntos clave a partir de la frase: “Nosotros el Grupo del encuentro “Sostenibilidad de los museos en tiempos de crisis” consideramos que...”
- El moderador da inicio a la discusión dando la palabra al grupo (apoyarse en el conferencista)
- Tener muy en cuenta el tiempo y al minuto 25 ir cerrando la discusión para consolidar el documento de conclusiones.
- El relator tendrá consolidado un documento que luego compartirá en el chat de la mesa de conclusiones y enviará al correo del Programa Fortalecimiento de Museos para compilación y publicación. Los anfitriones de las salas de la Universidad Externado compartirán con los miembros de su mesa la información para la entrada a la mesa de conclusiones.

Quedamos muy atentos a cualquier duda que surja.

En caso de que tenga dificultades durante el encuentro, por favor comunicarse con Santiago Jara o William Gamboa, del equipo de la Universidad Externado de Colombia, ICOM Colombia y del Programa Fortalecimiento de Museos.

Cordialmente,

Ana Paula Gómez y Julián Roa Triana
Asesores
Programa Fortalecimiento de Museos



Encuentros: Museos en Re-construcción

Museos vivos, museos resilientes