



revista

museos

#39 - 2020

SUBDIRECCIÓN NACIONAL DE MUSEOS



Revista Museos

#39 (2020)

ISSN: 0716-7148

Ministra de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
Consuelo Valdés Chadwick

Subsecretario del Patrimonio Cultural
Emilio De la Cerda Errázuriz

Director Nacional del Servicio Nacional del Patrimonio Cultural
Carlos Maillet Aránguiz

Editor

Alan Trampe Torrejón
Subdirector Nacional de Museos

Coordinación general
Andrea Torres Vergara

Comité editor
Equipo Subdirección Nacional de Museos

Diseño y dirección de arte
Paola Irazábal - Estudio PI
www.estudiopi.cl

Asistente de diseño
Camila Valencia - Estudio PI

Ilustración portada
Julie Carles

Impresión
Gráfika Impresores

Dirección postal
Subdirección Nacional de Museos
Centro Patrimonial Recoleta Dominica
Recoleta 683
8240262 | Recoleta
Santiago, Chile

Teléfono: +56 2 29978200

Correo electrónico:
subdireccion.museos@museoschile.gob.cl

Sitio web: www.museoschile.gob.cl

N. de la E.: Dado el carácter digital de muchas de las iniciativas que se presentan en este número –y de cómo transcurrió el año 2020 en general– la versión en línea de la revista incluye gran cantidad de enlaces a sitios externos. Ellos están en títulos, palabras y frases subrayadas y también aparecen al mover el cursor por sobre algunas imágenes, especialmente las que provienen de redes sociales.

➤ *Retrato de niña jugando (detalle),*
A. Ciccarelli. Museo Regional de Rancagua.
Intervención con mascarilla: junio de 2020.





revista
museos

#39 - 2020

SUBDIRECCIÓN NACIONAL DE MUSEOS

Contenidos

06

06 — 07

Presentación — Alan Trampe

08

**ESPECIAL: MUSEOS
DEL FUTURO.
OPORTUNIDADES
Y DESAFÍOS**

10 — 69

Experiencias de museos en
pandemia: Enlace con los públicos

70 — 79

Consulta trabajadores
y trabajadoras de museos 2020:
Los impactos de la pandemia y
el futuro del quehacer museal

80

NACIONAL

80 — 89

Museos, infancia y afectividad
— Irene De la Jara

90 — 97

Un renovado sitio web para el
Registro de Museos de Chile
— María Paz Undurraga y
Elizabeth Mejías

98 — 107

De la farmacia y otros cuidados.
A cien años del nacimiento de
Irma Pennacchiotti Monti
— Nicole González

108 — 111

Aniversarios de museos

112

INTERNACIONAL

112 — 121

Museos en pandemia.
Entre apocalípticos e integrados
— Daniel Castro

122 — 133

Programa Ibermuseos en tiempos de
pandemia. La cooperación museística
iberoamericana en la virtualidad
— Mônica Barcelos y Vanessa de Britto

134

PUBLICACIONES

134 — 141

*Museos en cuarentena. Prácticas
de conexión con los públicos*
— María Paz Undurraga, Elizabeth
Mejías y Candela Arellano

142 — 145

Reseñas

146

CIFRAS



Mónica Aguilar (14 años), Independencia

Distanciamiento, incertidumbre, agotamiento, resiliencia, son algunas de las palabras que se transformaron en cotidianas durante la pandemia que comenzó su expansión por el mundo durante 2020. Palabras que son reflejo de la excepcional y compleja situación en que nos vimos atrapados y que nos hizo modificar violentamente nuestras rutinas y hábitos.

La crisis sanitaria, llena de imágenes apocalípticas, obligó al mundo a detener su vertiginosa marcha y a las personas a refugiarse en sus viviendas, perdiendo en gran medida el contacto físico y la –ahora muy valorada– presencialidad. Pero serán, sin duda alguna, las brutales cifras de contagios y decesos la principal herencia que deberemos lamentar y recordar.

Los museos, como era de esperarse, no estuvieron ajenos a este inusitado escenario y sus nuevas reglas. Fueron muchos los meses del 2020 en que la gran mayoría de los museos del mundo debieron cerrar sus puertas mientras sus trabajadores/as se replegaban a sus domicilios. Aparecieron entonces los “turnos éticos” para asegurar el buen resguardo de los inmuebles, ahora vacíos, y de los bienes patrimoniales ahí custodiados, ahora mudos en su soledad. También surgió el “teletrabajo” como nueva dinámica laboral, en un principio esquivada para muchos/as, pero que lentamente se fue incorporando hasta transformarse en una útil y potente herramienta para enfrentar el distanciamiento físico.

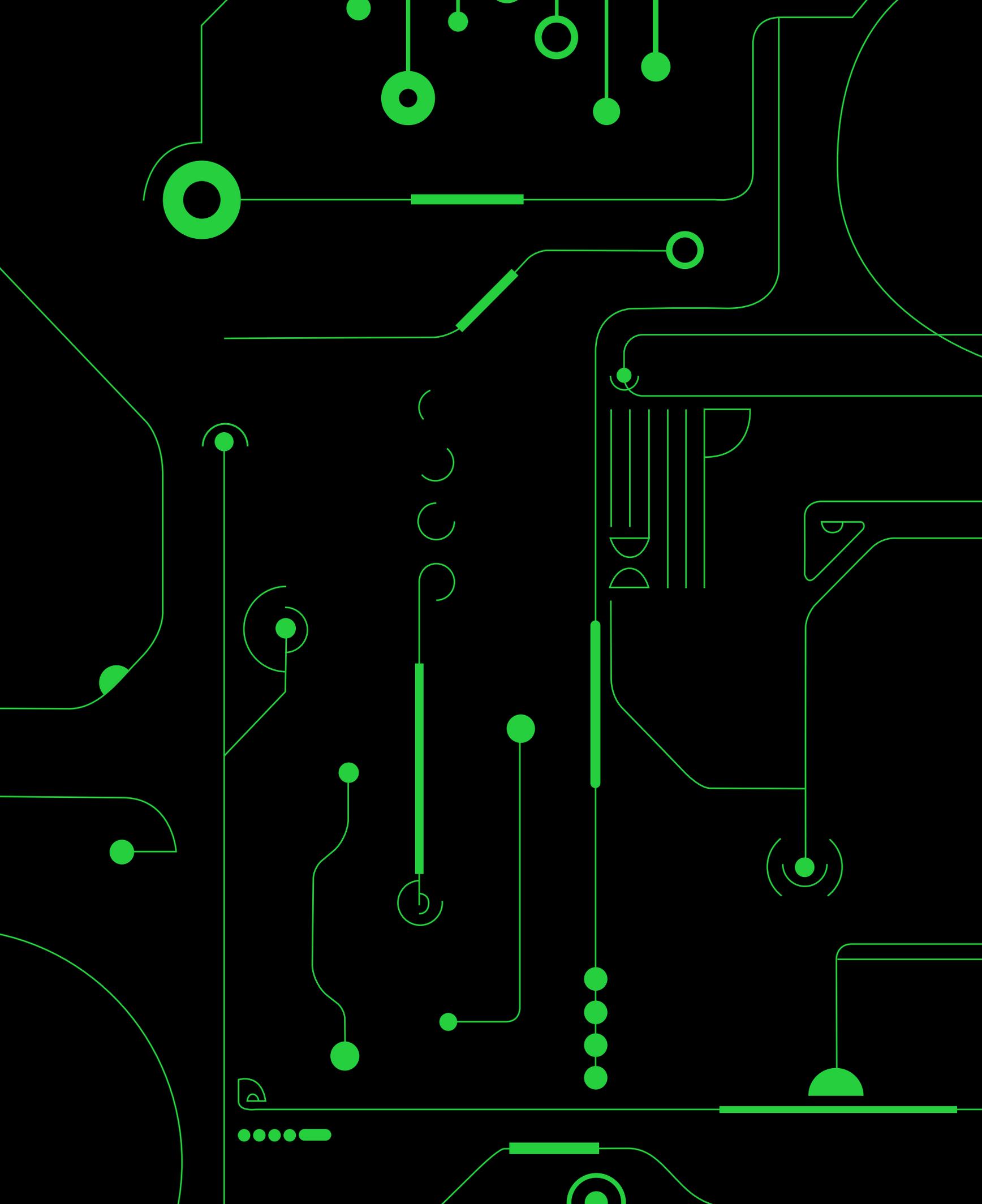
Nuevo escenario, nuevas herramientas, mayor responsabilidad. Los equipos humanos de los museos demostraron –una vez más– un gran compromiso con su labor y una alta responsabilidad social, generando nuevas formas de trabajo, diversas maneras de permanecer vinculados con sus comunidades y creativas parrillas de actividades, manteniendo una oferta de calidad y conectada con las necesidades de las personas. Esta nueva modalidad laboral ha sido una evidente ganancia para la gestión de los museos y servirá para apoyar y complementar, jamás para reemplazar, la oferta presencial una vez que esta retome su “normalidad”.

En este número 39 de la revista *Museos*, correspondiente al año 2020, abordamos fundamentalmente la situación asociada a la pandemia poniendo a disposición información y datos referidos al accionar de los museos durante este período, relevando aspectos como los principales problemas a los que se vieron enfrentados y las diversas formas de abordarlos, el uso de las herramientas tecnológicas, las refrescantes e innovadoras iniciativas que desarrollaron, el fortalecimiento de la cooperación interinstitucional, entre otros. Todo lo anterior tratando de dar cuenta de un amplio espectro aunque sin poder abordar la totalidad, por lo que ofrecemos nuestras disculpas por las ausencias a tantos museos y sus valiosas acciones.

Este número es testimonio de un período aciago que nos ha tocado compartir como comunidad global y del cual deberíamos obtener insumos para continuar avanzando y estar mejor preparados para enfrentar potenciales nuevas experiencias como la de esta crisis sanitaria. Lo que sin duda quedará será una nueva manera de ver y entender el mundo y nuestras relaciones.

Alan Trampe Torrejón

Subdirector Nacional de Museos
Servicio Nacional del Patrimonio Cultural



Especial

Museos del futuro: Oportunidades y desafíos

En el ámbito de los museos, la discusión sobre la importancia de su rol social no es nueva. Tampoco la necesidad de replantear un modelo que, de distintas maneras, ha seguido anclado a su origen eurocéntrico y decimonónico. La pandemia de covid-19, que se expandió por el orbe durante 2020 y obligó al cierre de los espacios museales –junto con otras varias medidas que trastocaron la vida de la población mundial– solo vino a acelerar los cuestionamientos y los procesos de cambio. Inevitablemente, después de la crisis sanitaria, los museos no serán los mismos.

Con el afán de mantener la relevancia en sus comunidades y construir sentido frente a las nuevas y dinámicas realidades, los museos han debido aprender, pero también desaprender sus antiguas lógicas. Al respecto, en una publicación reciente se señala que “para ser más equitativos, los museos tienen que deshacer los muros y las separaciones del mundo actual y sus rígidos y especializados silos de conocimiento. Esto significa también derribar los muros entre los departamentos del museo, y entre el museo y el mundo exterior”.¹

Es esta idea de proyección de la actividad museal y de la inminente disolución de sus muros –tanto físicos como simbólicos– tras la pandemia, la que la revista *Museos* ha querido recoger en este especial titulado “Museos del futuro: Oportunidades y desafíos”. También, es la imagen que guio la ilustración realizada especialmente para la portada de este número.

Junto con el área de Estudios de la Subdirección Nacional de Museos y con los resultados obtenidos tras la investigación “Museos en cuarentena 2020: Prácticas de conexión con los públicos”,² se pensó, por un lado, visibilizar una variedad de acciones que los museos desarrollaron para mantenerse conectados con sus audiencias y territorios, y, por otro, conocer las reflexiones y percepciones de los/as trabajadores/as de museos, quienes estuvieron tras la creación e implementación de estas acciones.

De este modo, esperamos no solo presentar una instantánea del quehacer museal durante este año en pandemia, sino también esbozar respuestas a las interrogantes que nos plantea el trabajo en los museos del futuro.

NOTAS

¹ Szántó, A., 2021. “Hans Ulrich Obrist. Ecology & Slow Programming”, en *The Future of the Museum*, pp. 191-201. Berlín: Hatje Cantz. La cita es de la p. 199, y la traducción es nuestra.

² Para más detalles relativos a la publicación del estudio, revisar el artículo entre las páginas 134 y 141 de este número.

Experiencias de museos en pandemia: Enlace con los públicos

Área de Estudios y revista *Museos*
Subdirección Nacional de Museos

10

El estudio “[Museos en cuarentena 2020: Prácticas de conexión con los públicos](#)”, desarrollado por la Subdirección Nacional de Museos, fue pionero en identificar y clasificar las principales acciones digitales que realizaron los museos del país durante los meses de confinamiento asociados a la pandemia de covid-19.

Sobre la base de la investigación, esta sección de la revista *Museos* se pensó para visibilizar una variedad de acciones que los museos desarrollaron para mantenerse conectados con sus públicos, considerando no solo las actividades digitales. La selección incluye a museos del país, pero también a salas museográficas de centros culturales y sitios de memoria inscritos en el [Registro de Museos de Chile](#), a los que se les envió un cuestionario tipo preguntando por iniciativas específicas.

Con la elección de actividades que a continuación se presentan se buscó también esbozar respuestas a algunas de las interrogantes que el estudio deja planteadas. Por ejemplo, cómo evolucionarán las dinámicas de inclusión y accesibilidad en circunstancias de desigualdad en el acceso digital, y, en esa misma línea, cómo lo harán –o lo están haciendo– los museos para acercarse a comunidades de sus territorios que no pueden acceder a sus espacios.

Considerando la nomenclatura utilizada en “Museos en cuarentena...” para clasificar las actividades digitales, se crearon nuevas categorías para agrupar las distintas iniciativas. Estas son, por una parte, temáticas, pero, por otra, también responden a objetivos específicos y a las diferentes realidades institucionales. Todos los museos quisieron mantenerse conectados con sus públicos, pero ¿qué pudieron implementar?, ¿cómo lo hicieron?, ¿cuáles fueron sus prioridades?, ¿cuáles sus desafíos y descubrimientos?

El grupo de museos cuyas iniciativas se agrupan en *Consolidación de programación* tienen en común programas o contenidos que se venían desarrollando con éxito en el ámbito presencial,

que encontraron acogida y continuidad en los nuevos formatos digitales y, además, alcanzaron nuevos públicos. Pero la realidad nacional supone la existencia de una brecha en cuanto a conectividad y acceso a tecnología, por lo que algunos museos decidieron diversificar las formas de conexión a través de medios conocidos, como la radio: el acápite *Más allá de lo virtual* recoge estas experiencias.

En un ejercicio creativo por parte de las/os trabajadoras/es de museos distintas imágenes de las colecciones patrimoniales fueron intervenidas gráficamente buscando dar un sentido de colectividad, desde un lenguaje patrimonial, a las sensaciones que las personas experimentaban en períodos de confinamiento. Algunos ejemplos nacionales se presentan en *Piezas gráficas en cuarentena*.

La sección *Nuevas plataformas* agrupa a aquellos museos o centros culturales que tuvieron la posibilidad de implementar entornos virtuales complementarios a los ya existentes, en respuesta a objetivos específicos. También sobre la base de contenidos focalizados y de acuerdo a la misión de la institución y sus comunidades de interés, los museos o sitios de memoria desarrollaron actividades que se incluyen en la sección *Talleres, cápsulas y charlas virtuales*.

Pero los períodos de cuarentena alrededor del mundo hicieron que los museos idearan maneras de llevar a sus públicos no solo sus colecciones y exhibiciones, sino también sus salas y edificios. Así, proliferaron aplicaciones para dispositivos móviles, pero siguieron siendo muy valoradas las visitas en tiempo real, acompañadas en directo por especialistas. Los museos del país implementaron esta modalidad con distintos recursos, como se verá en *Visitas guiadas virtuales*.

Agradecemos a los museos que colaboraron en esta sección y que –pese a todo– lograron mantenerse conectados con sus públicos en 2020. 

Consolidación de programación: Los museos se reinventan

- Un café con Valparaíso, ciencia y vida cotidiana.
Museo de Historia Natural de Valparaíso14
- Ciclo ConCienciaEnCasa.
Museo de Historia Natural de Concepción16
- Podcast Irrupciones en el MAC.
Museo de Arte Contemporáneo18
- #MNBAenCasa.
Museo Nacional de Bellas Artes20
- Límite fronterizo: conversaciones museales en cuarentena.
Museo de Química y Farmacia (CL) y Museo Histórico Sarmiento (ARG)23
- Canto maulino en cuarentena.
Museo Histórico de Yerbas Buenas26

Más allá de lo virtual: Otras formas de hacer red

- Programa radial *La hora del museo*.
Museo Histórico Nacional29
- Campañas patrimoniales “Mi historia con Ronchi” /
“Mi casa y mi patrimonio” / “Los inviernos no son
como los de antes”. Museo Regional de Aysén30
- Las Voces del Museo*, el microprograma
de CECA Chile32

Piezas gráficas de cuarentena: Colecciones de museos promoviendo los cuidados y la empatía

- “Me pasa en cuarentena”.
Museo de Artes Decorativas38
- Distancia social según el Museo del Limarí: Piezas gráficas
Museo del Limarí40

Nuevas plataformas: Adaptación y reinención de los museos

- Nuevo sitio web Precolombino en tu casa.
Museo Chileno de Arte Precolombino43
- #ConectadosConLaMemoria: una forma de acompañar
a las personas durante la pandemia y reflexionar sobre
el museo en la era digital. Museo de la Memoria y los
Derechos Humanos44
- Mapeo colectivo “mapalaunion.cl”.
Centro Cultural La Unión50

Visitas guiadas virtuales: Exhibiciones a un clic de distancia

- Videovisita al Museo Baburizza (Noche de Museos).
Corporación Museo de Bellas Artes de Valparaíso53
- Recorrido virtual por el Museo La Ligua.
Museo La Ligua54
- Recorridos guiados virtuales en Casa Museo Eduardo Frei
Montalva. Casa Museo EFM56

Talleres, cápsulas y charlas virtuales: En casa con las comunidades

- Cápsulas sonoras educativas.
Museo del Sonido59
- Collages* de barrio.
Museo Benjamín Vicuña Mackenna60
- MAPA en casa. Museo de Arte Popular Americano
Tomás Lago (MAPA)64
- “El museo en tu liceo”.
Museo de Sitio Cañiñal de Niebla66
- Talleres sobre participación y estrategias de
comunicación en juntas de vecinos en contexto de
covid-19. Memorial Paine68

Consolidación de programación:

Los museos se reinventan

Andrea Torres V.

Subdirección Nacional de Museos

Inesperadamente, la pandemia de covid-19 hizo realidad la utopía de los museos sin muros. Si antes de 2020 las instituciones museales intentaron por diversos medios derribar las barreras físicas (y de otros tipos) que impedían que los públicos accediesen a sus colecciones, actividades o exhibiciones, ello sucedió inevitablemente en este año atípico.

Pero que muchos museos pudieran consolidar sus programaciones, fortalecer lazos con sus comunidades y ampliar sus públicos no fue en absoluto fortuito, sino fruto de un trabajo sostenido de estas instituciones. En este sentido, aquellos que pudieron tomar la oportunidad que (de algún modo) ofrecía este período y recrearon sus actividades presenciales en la dimensión telemática.

En el caso de los museos chilenos –algunos de los cuales destacamos en esta sección–, las redes sociales y sus posibilidades de transmisión en directo fueron aliadas importantes para estos fines. Eso llevó a la creación de canales, si es que antes no existían, y al uso simultáneo de todas las redes disponibles con fines de transmisión o difusión. Programas o contenidos que se venían desarrollando con éxito en el ámbito presencial, encontraron acogida y continuidad en los nuevos formatos y alcanzaron nuevos públicos, incluso físicamente distantes.

Varios museos del país venían realizando una labor sostenida en relación con temas de interés social, como los medioambientales. El Museo de Historia Natural de Valparaíso asumió un compromiso con la sostenibilidad y esto se vio reflejado en la cuarta temporada de su programa *Un café con Valparaíso*. Si desde sus comienzos esta iniciativa apuntó a cambiar la dinámica unidireccional de las charlas, en 2020 se adaptó fácilmente al formato propio de los servicios de teleconferencia para extender el conocimiento científico a toda la comunidad. El mismo objetivo comparte el Museo de Historia Natural de Concepción, que, con su programa *ConCiencia en Casa*, siguió la línea de divulgación científica que se abordaba

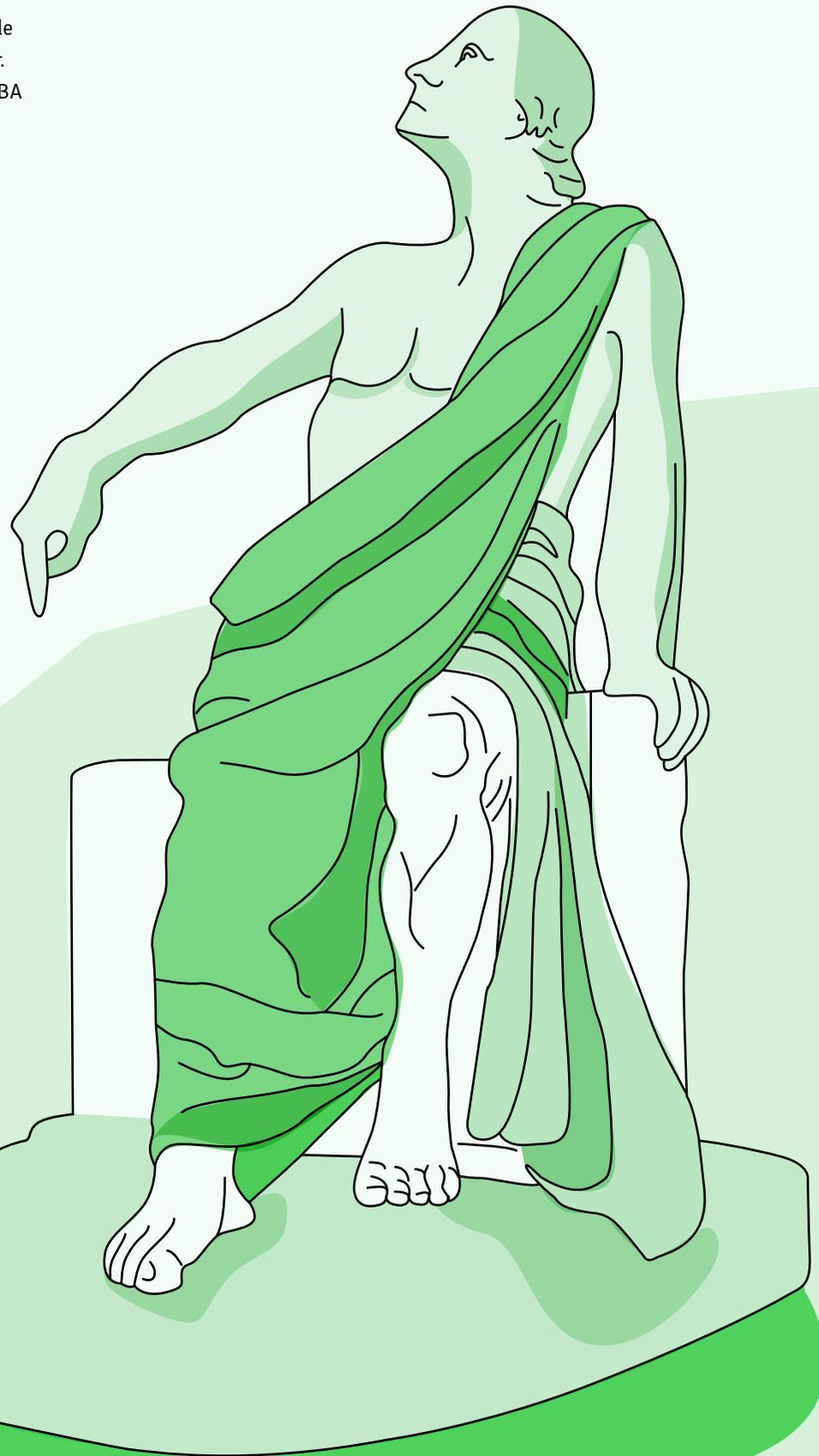
en las tradicionales charlas que el museo desarrollaba presencialmente desde 2017.

El programa #MACCuarentena, del Museo de Arte Contemporáneo, nació en medio de la pandemia para seguir profundizando en los cruces entre arte, ciencia, tecnología y sociedad, lo que marca el quehacer de la institución. En esta sección destacamos el *podcast Irrupciones en el MAC* que, en un nuevo formato, se propuso rescatar el espíritu del anterior programa *Irrupciones. Artes visuales en la radio*, transmitido por Radio Universidad de Chile a inicios de los dos mil. También buscando dar continuidad a un trabajo de larga data, el Museo Nacional de Bellas Artes desarrolló la campaña comunicacional #MNBAenCasa, para vincular al museo con los visitantes durante el cierre temporal de sus instalaciones. Con el refuerzo de las plataformas y los proyectos digitales que ya existían, más las nuevas iniciativas asociadas al desarrollo de contenidos o proyectos, el museo amplió y potenció las posibilidades de llegar a públicos alejados geográficamente.

Considerando el acortamiento de la distancia física mediante las nuevas plataformas, el Museo de Química y Farmacia de Chile estableció una alianza para realizar un ciclo de entrevistas con el Museo Histórico Sarmiento, de Argentina. La primera temporada se planteó como una ventana para visibilizar las diferentes disciplinas que intervienen en el trabajo museal –inquietud que ha venido desarrollando el museo capitalino– y las siguientes han significado la proyección de un trabajo colaborativo de carácter internacional.

El Museo Histórico de Yerbas Buenas, por su parte, mantiene hace años un estrecho vínculo con cantores/as y agrupaciones locales, con quienes se estaban proyectando varias actividades presenciales que no se pudieron concretar por la pandemia. En cambio, idearon el ciclo “Canto maulino en cuarentena”, fortaleciendo los lazos con la comunidad y enriqueciendo el sentido de identidad local. 

➤ *Horacio*, 1899. Escultura de Rebeca Matte. En *Dale color*. Láminas de la colección MNBA para descargar y pintar.



Un café con Valparaíso, ciencia y vida cotidiana

Museo de Historia Natural de Valparaíso

Juan Pablo Cruz, encargado de Desarrollo institucional, administrador web y redes sociales, Museo de Historia Natural de Valparaíso.

● ¿En qué fecha se realizó?

Este evento es organizado desde el 2017 por el Museo de Historia Natural de Valparaíso (MHNV) en conjunto con el Proyecto Asociativo Regional (PAR) Explora Valparaíso. Cuenta con el apoyo del diario *La Estrella de Valparaíso*, quienes por medio de su portal soyvalparaiso.cl transmiten cada una de las sesiones, moderadas por Rafael Torres, director del Museo Baburizza.

La cuarta edición (2020) representó un compromiso con la sostenibilidad, conectando con el público las dimensiones ambiental, social, cultural y económica. En esta se convocó a dos especialistas de miradas complementarias, desde la ciencia y la práctica de acciones desarrolladas en la comunidad exaltando su desarrollo territorial.

Durante las versiones anteriores se han presentado una selección de temáticas relevantes para la ciudad desde una perspectiva científica con arraigo en la cotidianidad, como son la biología, la arqueología, la astronomía, el diseño textil, el patrimonio histórico de Valparaíso, los incendios forestales, los recursos naturales y, recientemente, el desarrollo sostenible.

● ¿Por qué se decidió llevar a cabo?

¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

La actividad se inició con el objetivo de cambiar la dinámica de las charlas patrimoniales realizadas en el auditorio del Museo de Historia Natural de Valparaíso, dejando atrás el diálogo unidireccional o las presentaciones tradicionales con apoyo de imágenes en PowerPoint. Desde un comienzo buscó concitar el interés en temáticas relevantes, desde una perspectiva cotidiana, para descubrir Valparaíso y su patrimonio,

demostrando que las ciencias dialogan permanentemente con nuestra experiencia. Cada sesión congrega la mirada de dos invitados o invitadas junto a un moderador, con la cafetería del MHNV como escenografía y con transmisión en *streaming* de cada jornada.

Ya en la cuarta versión, en 2020, el desarrollo de actividades virtuales producto de las medidas sanitarias en contexto de pandemia permitió que este formato de charla transmitida en vivo se adaptara fácilmente al formato de eventos o conversatorios en Zoom.

Así, la reflexión temática y el trabajo emprendido como institución se concretaron en cuatro conversaciones que contextualizaron las implicancias de un desarrollo sostenible, dando a conocer acciones y trabajos vinculados con la restauración ecológica, reflexionando acerca del sentido del habitar desde la mirada biológica y social, para finalmente destacar proyectos de sustentabilidad en la ciudad.

● ¿Cómo se hizo?, ¿en qué consistió?

Fundamental resulta el trabajo colaborativo con Explora Valparaíso, con quienes se definen temáticas, invitados e invitadas, guiones de cada encuentro, diseños, gráfica, plan comunicacional y el patrocinio fundamental de la plataforma *streaming* soyvalparaiso.cl

Para la temporada 2020, y como primera inquietud, se estableció la pregunta ¿qué sabemos de desarrollo sostenible? Esto con el objetivo de contextualizar sus implicancias, desde las dimensiones





ambientales, sociales, culturales y económicas, para luego ejemplificar con acciones concretas que integran a la comunidad y afirman su identidad, como los Objetivos de Desarrollo Sostenible promovidos por la agenda de acción de la ONU 2030.

Posteriormente, se profundizó en acciones vinculadas con restauración ambiental para fauna silvestre, dando a conocer ejemplos en la región, investigaciones asociadas y proyectos en ejecución, analizando cómo influye el cambio climático en el contexto de problemáticas regionales y qué implica pensar el territorio con valores medioambientales.

Finalmente, se destacaron proyectos de sustentabilidad en la ciudad –difundiendo experiencias y acciones comunitarias, como la recuperación de espacios urbanos–, acercándonos al sentido del habitar desde la mirada biológica y social. En este mismo sentido se evaluaron las consecuencias biológicas y ambientales en los ecosistemas afectados por siniestros como incendios, muy recurrentes en la región, dando a conocer medidas de conservación y restauración.

● **¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?**

El registro de charlas se encuentra en el canal de YouTube del sitio Soy Valparaíso, en la lista de reproducción [Un café con Valparaíso](#).

● **¿Para quién fue pensada?**
¿Cuál fue su público objetivo?

Público joven y adulto.

● **¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?**

Sin duda la importancia de hacer extensivo el conocimiento científico a toda la comunidad, utilizando

canales de llegada masiva como el portal Soy TV, y la publicación de notas de prensa en *La Estrella de Valparaíso*. La selección de invitados vinculados con cada temática pero sobre todo con el territorio, fomentando el desarrollo de una conversación transversal que permita no solo la divulgación científica, sino también conocer y complementar aquello desde la propia práctica en el territorio.

Finalmente, la importancia de articular estas instancias desde el museo como eje cultural en la ciudad y la región, para acercar y dar valor al llamado patrimonio natural y cultural en instancias cotidianas, reconociendo su identidad y sobre todo reconociéndonos como seres humanos que formamos parte del ambiente, siendo necesario entender esta relación desde un sentido de pertinencia y perspectiva sostenible.

● **¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?**

La importancia del trabajo colaborativo identificado con el territorio que ponga en valor el medio ambiente, posibilitando la educación y llegada de este conocimiento a toda persona. El 2021 se plantea continuar con la quinta edición, profundizando en conceptos de biogeografía y conservación, así como sostenibilidad y sustentabilidad desarrollada en los territorios a nivel comunitario.

● **¿Hay alguna otra iniciativa que quisiera destacar?**

Destacaría el proceso de preacreditación para [Estado Verde](#) emprendido por el MHN, siendo la primera institución dependiente del Servicio Nacional del Patrimonio Cultural que busca incorporar buenas prácticas ambientales por medio del fomento del reciclaje y la economía circular. 

Ciclo ConCiencia en Casa



Museo de Historia Natural de Concepción

Evelyn Elgueta Villablanca, encargada área Educativa,
Museo de Historia Natural de Concepción.

● ¿Cómo se hizo?, ¿en qué consistió?

Estas microcharlas son protagonizadas por personas que están de cara a la investigación, en diferentes áreas e instituciones, como el Centro de Ciencia del Clima y la Resiliencia (CR2), Montaraz Naturaleza, el Archivo de Cultura Tradicional y Fundación Libera, entre otras.

Las cápsulas tienen una duración aproximada de 10 minutos y cada jueves, a las 15.30 horas, se publica una nueva versión. Desde ese momento, las microcharlas quedan publicadas para que el público pueda revisarlas en cualquier momento.

● ¿En qué fecha se realizó?

El programa ConCiencia en Casa sigue la línea de divulgación científica que se abordaba en las tradicionales charlas de los jueves –desde el año 2017– y que comenzó como un programa de divulgación de astronomía que luego se amplió a diversas temáticas, “Dialogando con científicas-os”, que posteriormente cambió el nombre a “Dialogando con la Ciencia”. Desde el año 2019 pasó a llamarse “Museo ConCiencia”.

El programa se suspendió una vez que la institución cerró sus puertas producto de covid-19. Lo retomamos en abril de 2020, pero en versión *online*, con el nombre “ConCiencia en Casa” y continúa hasta hoy.

● ¿Por qué se decidió llevar a cabo?

¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

ConCiencia en Casa se decidió llevar a cabo para darle continuidad de manera *online* al programa presencial Museo ConCiencia. También con el objetivo

de difundir al público por medio de las redes sociales los nuevos conocimientos, así como la mirada crítica, de las personas de las ciencias y de otras áreas de investigación.

● ¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?

Las cápsulas audiovisuales para el programa ConCiencia en Casa son publicadas en el [Instagram](#) y el canal [YouTube](#) del museo, también acá se encuentran en una [lista de reproducción](#). El enlace del video es compartido posteriormente en [Twitter](#) y [Facebook](#) del museo.

● ¿Para quién fue pensada?

¿Cuál fue su público objetivo?

Inicialmente fue concebido para público juvenil –que notábamos que estaba débil en el museo–, pero con el tiempo, si bien el público juvenil hizo eco de esto y fue asiduo a estas sesiones, también lo fueron las familias completas: infancia, adultos mayores, padres, madres, ¡y nos encanta así! Eso se evidencia en las fotografías que han quedado de los diversos eventos.

● ¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?

- Museo como nodo de información, de articulación, de intercambio y diálogo... es relevante disponer de estos espacios, donde converjan la academia, la cultura, las comunidades. Son espacios de reflexión que enriquecen.



- El museo puede poner a disposición de las personas investigaciones de vanguardia en los ámbitos culturales, científicos, ambientales y de diversos saberes.
- Círculos virtuosos, al ir coincidiendo con más personas dispuestas a contribuir, desde su experiencia, en otras charlas o iniciativas que vayan en esta línea.
- El formato en línea funciona bastante bien para las charlas cortas, que aportan contenido para enriquecer las discusiones y contribuir a mejorar la calidad de vida, por medio del respeto y la valoración de la diversidad y del entorno en general.
- La trayectoria de este programa muestra no solo el interés de las personas por acceder a dichas temáticas, sino que también da cuenta de los acentos que ha ido teniendo y cómo se ha ido enriqueciendo la mirada, hasta la actualidad, donde es muy importante el componente de la mirada crítica social. Es ciencia al servicio de las personas, que busca contribuir positivamente en la calidad de vida de las personas.

● **¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?**

La experiencia de haber adaptado el programa a formato *online* nos permite proyectarnos en ambas versiones una vez que reabramos las puertas al público, dado que las cápsulas permiten acercarse a personas de diferentes localidades, a diferencia de las charlas presenciales que son dirigidas a la comunidad que esté presente en la zona. Ambos formatos contribuyen a continuar fomentando al museo como un espacio de articulación, diálogo, reflexión y al servicio de la comunidad, puesto que no concebimos el museo sin ese acento, y esta experiencia nos abre las puertas a seguir experimentando con otras ideas y actividades que contribuyan a enriquecer esta postura.



JUE, 30 JUL. DE 15:30

**ConCiencia en Casa:
"Bioacústica de los insectos"**
Evento online

➤ Anuncio de microcharla presentada por el Museo Bioacústico en el marco del programa ConCiencia en Casa. Instagram MHNC, julio de 2020.

● **¿Hay alguna otra iniciativa que quisiera destacar?**

Las últimas iniciativas desarrolladas en un formato virtual han sido "Títeres en el museo", nuevo espacio educativo con títeres, los ciclos en línea que se han enmarcado en el programa ConCiencia en Casa y que abordan temáticas específicas (Pajareando Chile, Ciclo Fungi y Fauna Chile).

Otra iniciativa son los "Musejuegos", la cual consiste en una serie de juegos de salón que se encuentran disponibles al público de manera gratuita tanto para jugar de manera presencial en el museo como para descargarlos desde nuestra [página web](#). 

Podcast. Irrupciones en el MAC



Museo de Arte Contemporáneo (MAC),
Facultad de Artes, Universidad de Chile

Domingo Fuentes, coordinador de
prensa y comunicaciones MAC.

● ¿Por qué se decidió llevar a cabo?

¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

El *podcast* *Irrupciones en el MAC* nace en el marco del programa #MACCuarentena, llevado a cabo desde los inicios de la pandemia de covid-19, que obligó a cerrar de manera indefinida ambas sedes del MAC. Así, esta iniciativa se presenta como una manera de mantener el vínculo con nuestras audiencias de manera virtual.

Irrupciones en el MAC se perfila como un espacio de conversación que profundiza en los cruces entre arte, ciencia, tecnología y sociedad y es producido por MediaMAC/Anilla, unidad del Museo de Arte Contemporáneo especializada en la producción artística con nuevos medios a partir de un enfoque interdisciplinar. Por medio de un diálogo multifocal y distendido buscamos reflexionar sobre las transformaciones que las crisis sociopolíticas y culturales, en pleno desarrollo, están implicando para la producción artística con tecnologías, la expansión de los lenguajes artísticos, sus prácticas y formatos, así como tensiones en torno a las nociones de territorios, cuerpo, afectividad, naturaleza, poshumanismos, entre otras exploraciones propias de este campo híbrido y multifacético.

Su objetivo es constituirse en una plataforma reflexiva sobre la actualidad de las artes mediales y el cambio cultural en el que ellas participan, tanto para la producción como para la circulación, el archivo, la investigación y el acervo.

También se propone rescatar el espíritu y la experiencia anterior del museo, cuando entre 1999 y 2004 mantuvo al aire semanalmente el programa *Irrupciones. Artes visuales en la radio*, transmitido

por Radio Universidad de Chile. Vincular ambas iniciativas desde la actualización de la memoria, permite trazar un arco histórico del MAC de los últimos veinte años.

● ¿Cómo se hizo?, ¿en qué consistió?

Cada sesión es programada y coordinada por la Unidad MediaMAC/Anilla. Una vez definido el enfoque del programa se convoca a los entrevistados y se fijan los temas a tratar. Todas las sesiones se graban por Zoom y luego son posproducidas para ser subidas a diferentes plataformas que alojan *podcasts*, como Spotify, Apple Podcasts, YouTube, entre otras.

● ¿En qué fecha se realizó?

El *podcast* comenzó a emitirse a comienzos de mayo de 2020, en medio de la pandemia de covid-19. Ha continuado ininterrumpidamente y se extenderá indefinidamente, pues se ha planteado como una programación permanente del MAC.

● ¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?

Las sesiones del *podcast* se graban por Zoom y luego se alojan en distintas plataformas, como [Spotify](#), o el canal de YouTube de Anilla MAC, donde se encuentra la [lista de reproducción](#) de los capítulos.

● ¿Para quién fue pensada?

¿Cuál fue su público objetivo?

El programa está pensado para el público general, es difundido masivamente en todas las plataformas del MAC. Pero por su contenido específico de artes visuales, nuevos medios, ciencia y



tecnología, puede ser de gran interés para artistas, curadores, investigadores, científicos, sociólogos, antropólogos, entre otros.

● **¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?**

De esta iniciativa podemos rescatar y aprender que siempre hay nuevas plataformas que se pueden explorar para generar nuevos contenidos y vínculos. Es el primer *podcast* que se hace desde el MAC y ha sido muy bien recibido. Hay un público ávido de nuevas conexiones y conversaciones.

Por otra parte, la selección de invitados y los temas abordados en los más de treinta capítulos, dan cuenta del gran ecosistema artístico y cultural que se desarrolla en el país, generando cruces entre arte, ciencia, tecnología y otros campos del saber.

● **¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?**

El *podcast* se seguirá desarrollando indefinidamente, pues ha sido definido como un pilar en la programación museal, sobre todo cuando la presencialidad no está asegurada.

Se ha conversado también que el *podcast* aborde otras áreas del quehacer del museo y las artes visuales y contemporáneas, sobre todo en un período en el cual el rol de las instituciones culturales cobra cada vez más relevancia.

● **¿Hay alguna otra iniciativa que quisiera destacar?**

Este *podcast* se enmarcó en el programa #MACCuarentena, surgido luego de que ambas sedes del museo debieron permanecer cerradas por covid-19. Además de *Irrupciones en el MAC*, se generaron otras iniciativas como exhibiciones virtuales, recorridos guiados virtuales, actividades de mediación, lanzamientos, conversatorios, entre otros. 



➤ Imagen de perfil del *podcast* *Irrupciones en el MAC*.



➤ Pieza gráfica anunciando la primera sesión del *podcast*, mayo de 2020.

#MNBAenCasa



Museo Nacional de Bellas Artes (MNBA)

Paula Fiamma, encargada de comunicaciones MNBA.

● **¿Por qué se decidió llevar a cabo?**

¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

#MNBAenCasa es una campaña comunicacional para vincular al Museo Nacional de Bellas Artes (MNBA) con los visitantes durante el cierre temporal de sus instalaciones, debido a la emergencia sanitaria. En un primer momento se consideraron contenidos en línea desarrollados con anterioridad al cierre, para luego –con el apoyo de los diferentes equipos y áreas del Museo– crear contenidos y actividades orientadas a la participación instantánea en línea, en las que primara el humor y el espíritu lúdico. Posteriormente, se sumaron contenidos centrados en la mayor visibilización del equipo MNBA, mayor participación del público y nuevas propuestas para estimular la creatividad. Todas estas entregas se enmarcaron en la difusión de las obras de la colección del Museo y de sus exposiciones permanentes y temporales. En septiembre la campaña se desarrolló en paralelo con la del aniversario n.º 140 del MNBA.

● **¿Cómo se hizo?, ¿en qué consistió?**

Se diseñaron piezas para unificar la identidad de los distintos contenidos y actividades difundidas en redes sociales, caracterizadas por el uso de colores llamativos y el uso del *hashtag* #MNBAenCasa como recurso distintivo. Esto se complementó con imágenes de obras y gráficas especiales para convocatorias, talleres y exhibiciones que, si bien se consideran parte de la campaña, por su origen y fin, se estructuran como un contenido con una identidad gráfica distinta. Esto permitió entregar variedad y aumentar el atractivo en los *feed* de cada RRSS.

Destacan los *lives* para conmemorar el aniversario n.º 140; la serie *Somos Museo*, en la que se dio cuenta de las labores de sus profesionales; el taller de *fanzine* y la convocatoria *Arte en Cuarentena* que invitó a sumarse al fenómeno mundial para recrear obras de la colección; los *lives* con diferentes invitados vía Instagram; las láminas en PDF con dibujos de las obras de la colección para colorear, memes y crucigramas.

Esta campaña se difundió ampliamente en la prensa con varias notas en prensa escrita, sitios web, radio y TV.

● **¿En qué fecha se realizó?**

Comenzó el 17 de marzo de 2020 y concluyó días después de la reapertura del Museo el 18 de octubre de 2020, aunque se continuaron realizando *posteos* de #MNBAenCasa con posterioridad a esa fecha.

● **¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?**

Los contenidos de esta campaña se difundieron por medio del sitio web: www.mnba.gob.cl, los boletines enviados por correo electrónico y las redes sociales ([Twitter](#), [Instagram](#), [Facebook](#) y [YouTube](#)), todas asociadas al mismo nombre @MNBACHile. También se incluyeron mensajes vía *WhatsApp*.

● **¿Para quién fue pensada?**

¿Cuál fue su público objetivo?

Debido a su rol como Museo Nacional, esta campaña se pensó en distintos contenidos y niveles para diversos grupos etarios, sin enfocarse en un solo *target* específico. Así surgieron contenidos como los talleres de Mediación y Educación para niñas, niños y jóvenes,



o la convocatoria Retratos de la Memoria pensada principalmente en el público adulto.

En este sentido, es importante destacar que el foco en distintos grupos etarios no solo condicionó la forma de los mensajes, sino que también los contenidos y enfoques que se abordaron. Esto, bajo el planteamiento de que el museo debe hacer eco de las discusiones, reflexiones y grandes temáticas que la sociedad de su tiempo se plantea. De ahí el enfoque crítico en sus curatorías y también en algunos de sus posteos.

● ¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?

Con el refuerzo comunicacional de las plataformas y los proyectos digitales ya disponibles, más las nuevas iniciativas asociadas al desarrollo de nuevos contenidos o proyectos, el equipo MNBA amplió y potenció las posibilidades de llegar a públicos y comunidades más alejados geográficamente, por lo que la frase “museo sin muros”, asociada a otros proyectos de nuestra institución, adquirió un nuevo sentido, vinculado con la extensión del patrimonio pictórico y simbólico de la institución y a su consideración como medio de comunicación en sí mismo, labor que se desarrolla en forma paralela a las labores de resguardo, investigación de la colección o de desarrollo de exposiciones tanto del acervo del Museo como de otras instituciones y personas, chilenas o extranjeras.

Marcada por una sensación de vulnerabilidad general, en esta etapa fue fundamental el humor o la conexión afectiva con las personas, por lo que el lenguaje menos formal de las redes sociales fue fundamental, también lo fue visibilizar al equipo MNBA por medio de la serie *Somos Museo*, protagonizada por los funcionarios del MNBA, quienes explicaron su labor y también escogieron su obra favorita de la colección MNBA. Finalmente, la labor mancomunada de todas las áreas fue esencial, especialmente la de Mediación y Educación, la que aspira a dar cabida a los distintos acervos, interpretaciones y visiones personales, así como a potenciar las experiencias sensibles de los públicos, tanto en forma presencial como *online*.



➤ Pieza gráfica "desafío con emoticones". Instagram MNBA, abril de 2020.



➤ Pieza gráfica convocatoria Mis fotos, mis derechos. Instagram MNBA, agosto de 2020.

● **¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?**

Ya que las tecnologías cambian constantemente, el Museo también debe ajustarse a los nuevos escenarios y, en este sentido, siempre van a ser necesarios nuevos esfuerzos, proyectos, iniciativas y financiamientos.

Actualmente el MNBA se encuentra desarrollando varias plataformas *online* que se suman al sitio mnba.gob.cl, al sitio artistasvisualeschilenos.cl, y a la información de las obras catalogadas en la plataforma Surdoc.cl. Entre las nuevas plataformas figuran DescubreMNBA.gob.cl consistente en un buscador que reúne información de todas las plataformas del MNBA, un sitio que permite proveer del servicio de autorización de salida de obras en forma digital, entre otros.

Es necesario recordar que el contacto directo con la obra de arte es irremplazable, así como la visita al edificio que alberga la colección. Las tecnologías digitales que vinculan a las personas virtualmente al Museo son fundamentales en estos momentos, por eso hablamos de un modelo virtuoso que permita conjugar ambos mundos.

● **¿Hay alguna otra iniciativa que quisiera destacar?**

A partir de la pandemia se agrega el proyecto Viajeras, consistente en audios sobre obras de la colección MNBA comentadas (descripción y contexto), para ser difundidos y compartidos por medio de WhatsApp. Quienes quieran recibir los audios directamente a su celular deberán inscribirse al correo viajeras@mnba.gob.cl o directamente al número +56944841480 y agregarlo a los contactos del celular.

Además, se desarrolló un *podcast* del proyecto disponible en Spotify, en la cuenta Viajeras MNBA, donde se puede acceder a comentarios más detallados de las obras y a toda la serie a medida que se vaya desarrollando. 🎧



➤ Pieza gráfica taller *Fanzine en cuarentena*. Instagram MNBA, abril de 2020.



➤ Pieza gráfica con resultados del juego Crucigrama. Instagram MNBA, mayo de 2020.

Límite fronterizo: conversaciones museales en cuarentena

Museo de Química y Farmacia profesor César Leyton, Facultad de Ciencias Químicas y Farmacéuticas de Santiago de Chile, en conjunto con el Museo Histórico Sarmiento, de Buenos Aires, Argentina

Richard Solís, director ejecutivo Museo de Química y Farmacia.

● ¿Por qué se decidió llevar a cabo?

¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

Estas cápsulas de entrevistas fueron elaboradas como una forma de vincular ambos espacios museísticos, y se planteó como una ventana para visibilizar las diferentes disciplinas que intervienen en las decisiones, los procesos y las investigaciones, relevando, por lo mismo, a los especialistas que trabajan día a día tanto en museos, como en archivos y bibliotecas patrimoniales, y a su vez como una forma de acercarlos a la ciudadanía.

En la primera temporada, al no tener tan claro cómo perfilarla, se entrevistaron a diferentes especialistas pensando que solo íbamos a realizar una sola y extensa temporada. Ya desde la segunda se acotaron los tiempos de conversación (se pasó de seis a dos preguntas, en consideración a los tiempos de concentración de nuestras audiencias) y se fueron perfilando los tipos de entrevistados, separándolos por tema, pasando de temas museísticos, a literarios, restaurativos y archivísticos (aunque siempre en relación con problemáticas, tensiones o interacciones en función de los museos).

● ¿Cómo se hizo? Describa brevemente en qué consistió.

Se elabora una carta de intención por parte de ambos museos, donde se explicitan las preguntas según temática, con énfasis en los objetivos, los contenidos y la razón de querer entrevistar en torno al tema. Los invitados eligen dos preguntas (de un total de seis), se envían las grabaciones de las preguntas por WhatsApp y las respuestas de los

invitados, igualmente, se reciben vía WhatsApp.

Posterior a eso, se comparten en una nube virtual común y se realiza el proceso de edición, publicándose según calendario, agregando imágenes de referencia del especialista en sus labores o de acuerdo a sus respuestas. La publicación se genera de manera simultánea en las redes sociales de ambos museos. Cada temporada ha ido mejorando en su edición, incluso se ha propuesto una estética acorde al tipo de especialista que se ha convocado.

● ¿En qué fecha se realizó?

Esta propuesta de programa se generó desde una necesidad de trabajo colaborativo conversado en febrero de 2020, en un encuentro entre ambos directores en Buenos Aires, Argentina. En marzo, en pleno comienzo de la crisis sanitaria, se esbozó la carta de intenciones de la primera temporada. Fruto de los buenos resultados y, lamentablemente, de la extensión de los períodos de cuarentena en pandemia, se fueron planteando otras tres temporadas, e incluso ya se está trabajando una cuarta.

- Primera temporada: primer semestre 2020, 18 capítulos.
- Segunda temporada: “Conversaciones lingüísticas en cuarentena” (segundo semestre 2020, seis capítulos).
- Tercera temporada: “Conversaciones restaurativas en cuarentena” (primer semestre 2021, siete capítulos).



➤ Pieza gráfica anunciando la última sesión del primer ciclo de Límite fronterizo. Instagram MQF, septiembre de 2020.

24



➤ Pieza gráfica Límite fronterizo, temporada II. Instagram MQF, noviembre de 2020.

- Cuarta temporada: “Conversaciones archivísticas en cuarentena (segundo semestre 2021, siete capítulos).

● ¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?

El eje de las publicaciones fue el Instagram de ambos museos (Museo de Química y Farmacia y Museo Histórico Sarmiento), pero también se difundieron en Facebook y Twitter.

● ¿Para quién fue pensada? ¿Cuál fue su público objetivo?

Para público general, con la intención de dar a conocer a los especialistas que trabajan en espacios afines a un público masivo. Esto producto de una reflexión en cuanto a los tipos de audiencias de ambos museos, que claramente son diferentes en rango etario y tipos de especialidad. Según nuestros alcances, en Instagram nos sigue un público joven, mayoritariamente estudiantes universitarios, en cambio en Facebook los alcances son del mundo adulto, tanto especialistas de los temas que abordan los museos, como pares profesionales de otros espacios patrimoniales. En ambos casos no son excluyentes, ya que estas redes se han ido ampliando.

● ¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?

La falta de conocimiento del trabajo que se realiza día a día en los museos, es una condicionante que ha sido transversal a lo largo de estos años, y fue evidenciada en los estudios de los dos museos desde sus propios diagnósticos. Por otra parte, es importante rescatar que esta colaboración entre ambas instituciones se realizó sin un presupuesto destinado a ello, y dependió tanto de los equipos de ambos espacios como de la buena disposición



de los invitados para realizar las cápsulas con las entrevistas.

La pandemia nos obligó a repensar lo que estábamos compartiendo en redes sociales, ya que en muchos casos es la ventana que teníamos, no solo para mostrar el trabajo de los museos, sino también como una forma concreta de cumplir con el rol de acompañamiento, entretenimiento y educación en medio de un confinamiento que se ha extendido por más de un año y medio [a la fecha].

Mientras otras instituciones se han visto eclipsadas con la vorágine de la virtualidad y no han sabido cómo arrojarse a presentar sus trabajos en redes sociales, ambos museos hemos apostado por una programación virtual generada para ser difundida a través de estos medios.

● **¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?**

Es importante destacar que esta actividad fue pensada desde la inmediatez de activar la colaboración de ambos museos, y se fue mejorando en cuanto al formato, la síntesis y el diseño en el transcurso del tiempo. No se pretendía, originalmente, que se extendieran las temporadas, porque estaba planteada para un contexto de pandemia. Lo positivo del producto final es la realización de hipervínculos, no solo desde el uso y manejo de redes sociales, sino la proyección de un trabajo colaborativo de carácter internacional, donde todas las experiencias profesionales (en el contexto del mundo museístico) son válidas, lo que nos desafía a seguir repensando nuestros espacios y seguir reflexionando de manera colaborativa, saliendo de la endogamia y el ensimismamiento en la que muchas veces se encuentran algunas instituciones.

También es importante rescatar el enfoque y la reflexión que se ha ido perfilando en el formato

mismo, pensando directamente en llegar a audiencias masivas, saliendo de un contexto academicista que muchas veces amenaza a los espacios museales con seguir hablando desde y para sí mismos. Por lo tanto, estos esfuerzos se han ido volcando hacia el público, que es a quienes se debe la permanencia de nuestros espacios.

● **¿Hay alguna otra iniciativa que quisiera destacar? De su institución u otra.**

Desde que comenzó la pandemia, nos hemos volcado directamente al uso masivo de redes sociales, creando una programación que va mutando de acuerdo con las necesidades que vamos detectando en el uso, los tiempos y su manejo. Durante 2020 creamos una parrilla programática, en un esfuerzo de sistematizar el tipo de publicaciones. Por ejemplo, las secciones #elobjetodelasemana, #casapatrimonio, #conservalibros, #museoexperimental, #elobjetodelasemanaimpro entre otras, algunas con más de una temporada, otras que se han generado como producto de los estudiantes del programa de pasantías (convocatorias), como #farmacocultura y #mimuseobotica, han permitido descentralizar el museo, salir del adultocentrismo y redefinirlo en función de estas apropiaciones por medio del trabajo colaborativo. 

Canto maulino en cuarentena

Museo Histórico de Yerbas Buenas

Janina Carrasco, directora Museo Histórico de Yerbas Buenas.

● ¿En qué fecha se realizó?

El ciclo de “Canto maulino en cuarentena” comenzó en mayo de 2020, en contexto de pandemia y por la necesidad de seguir generando contenidos y mantener el vínculo con nuestro público.

Mucho antes de este escenario el Museo ya mantenía este vínculo con cantoras, cantores y agrupaciones locales, con quienes se estaban proyectando varias actividades presenciales que no se pudieron concretar primero por el estallido social y luego por las limitaciones que nos impuso la pandemia, por eso se generó esta instancia en nuestras redes sociales.

En febrero de 2021 se hizo un cierre del Ciclo con una evaluación de quienes participaron activamente en él. En la actualidad estamos reformulando y replanteándonos la continuidad de esta actividad, con una nueva versión que incorpore el canto y su referencia a cada territorio, así como la incorporación de cantores y cantoras de otras regiones.

● ¿Por qué se decidió llevar a cabo?

¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

Se decide llevar a cabo esta actividad dado el vínculo estrecho logrado por años entre el Museo y sus comunidades rurales, donde surgen y se mantienen estas expresiones del canto popular campesino, veta cultural que sigue presente en nuestro territorio, pero que, sin embargo, se está erosionando y perdiendo con el paso del tiempo.

Dada esta colaboración permanente con las comunidades, y evidenciando la imposibilidad de generar actividades presenciales, que es donde estas expresiones se comparten y se transmiten a las nuevas generaciones, uno de nuestros objetivos fue buscar la forma de transmitir, en contexto de pandemia, estas expresiones musicales de tradición campesina por medio de nuestras plataformas digitales.

Esta instancia permitió que cantoras y cantores dispersos en el territorio del Maule pudieran unir sus voces en un canto maulino en cuarentena y llegar al hogar de cada persona que disfruta con estas expresiones de nuestra cultura tradicional, y así demostrar el interés que las nuevas generaciones tienen en el canto popular campesino.

● ¿Cómo se hizo?, ¿en qué consistió?

En permanente colaboración con Laura Villalobos, profesora, cantautora y compositora linarense, quien activó su red de contactos en el Maule con cantoras y cantores, se logró que cada uno de ellos compartiera generosamente una canción por medio de WhatsApp.

Se fueron recopilando los videos y se publicaron semanalmente desde nuestro canal de YouTube por todas nuestras redes sociales: [Facebook](#), [Instagram](#) y [Twitter](#). Cada video se publicaba con una breve reseña biográfica de cada cantor o cantora que enviaba su material.

Además, contamos con la colaboración activa de Luis Ortúzar, el Chicolito de Chile, cantor a lo poeta y cultor del canto campesino, quien también activó sus contactos y pudimos contar con la participación de cantores y cantoras de distintas edades, promoviendo un maravilloso encuentro intergeneracional.

A medida que avanzábamos en la publicación de estas muestras musicales de los artistas locales, más se sumaron y así compartimos expresiones del canto campesino en voz de cantores y cantoras de todos los rincones de nuestra región.

● ¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?

Se desarrolló en nuestro canal de [YouTube](#), creado expresamente para esta instancia dado que antes de esta iniciativa no teníamos este canal. Reunimos todo el ciclo en una [lista de reproducción](#).





● **¿Para quién fue pensada?**

¿Cuál fue su público objetivo?

Dado el potencial intergeneracional que se dio en la convocatoria, donde compartimos expresiones del canto campesino en voces jóvenes y también mayores, es que podemos decir con propiedad que el público objetivo abarcó todas las edades.

● **¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?**

Dada la imposibilidad de que cantores y cantoras pudieran desarrollar su arte en los escenarios que habitualmente frecuentaban, esta experiencia nos enseñó que se puede revertir esta complejidad, en alguna medida, al promover estas instancias en el entorno virtual.

Pudimos evidenciar la enorme generosidad de los y las artistas al compartir sus producciones musicales desinteresadamente, y también la posibilidad de que se sumen más personas de otras regiones y de otras partes del continente.

Es por eso que pensamos en un segundo ciclo, ampliado a las personas que no alcanzaron a participar y aumentar la convocatoria a otras latitudes, con un nuevo enfoque enriquecido y más representativo del canto con su territorio.

Dada esta maravillosa convocatoria, surgió también la necesidad en muchos de sus participantes de compartir saberes en torno al canto y la cultura popular campesina, lo que se tradujo en la creación de diálogos virtuales abordando distintas temáticas de la cultura popular campesina y con exponentes de primer nivel.

Se puede continuar trabajando en el desarrollo de esta y otras temáticas relacionadas, que tienen un enorme potencial de trabajo con nuestras comunidades.

● **¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?**

Dar continuidad al ciclo con nuevos cantores y cantoras y también seguir profundizando en algunas temáticas por medio de diálogos con expertos, con las plataformas digitales como nuestras aliadas durante esta pandemia.

Respecto a la ampliación del ciclo, estamos pensando en cantores y cantoras de distintas partes de Latinoamérica y Chile, activando redes y convocando la participación de organizaciones locales, nacionales y regionales.

Otra área que podemos abordar es la de talleres, para lo cual los y las exponentes del canto están con todas las ganas de compartir sus saberes y conocimientos específicos en alguna materia relacionada a la cultura popular campesina.

El vínculo posible con otras instituciones también es una realidad, ya que, por ejemplo, podemos articular un trabajo con la Subdirección de Patrimonio Cultural Inmaterial en torno al canto a lo divino y así promover el trabajo colaborativo para transmitir eventos y tradiciones locales.

● **¿Hay alguna otra iniciativa que quisiera destacar?**

Queremos destacar además el despliegue de energía en la elaboración de recursos educativos digitales como activadores en la construcción de conocimientos en torno a la historia local y nacional, como es el caso de la miniserie “Viviendo en el Museo con la Rana Lechuga”, que también nació y se gestó en contexto de pandemia.

El personaje protagonista de esta miniserie, la Rana Lechuga, es un títere de cuerpo prestado, que en su desesperación por encontrar un hogar en el cual hacer la cuarentena llega a la casa del Museo y decide pasar en ella estos difíciles días, quedándose dormida en el dormitorio de época de la exhibición permanente donde es sorprendido, al día siguiente, por el Profesor Luis, encargado de educación del Museo, momento desde el cual comienza una entretenida aventura conociendo la historia y los valiosos objetos que resguarda el Museo.

La miniserie constó de cuatro capítulos que abordaron distintos aspectos de la historia local y de las colecciones del Museo. Estos capítulos también están alojados en nuestro canal de YouTube. Por un tema expresamente de financiamiento no pudimos seguir generando más episodios de esta entretenida miniserie. 

Más allá de lo virtual:

Otras formas de hacer red

Candela Arellano
Subdirección Nacional de Museos

La forma en que los museos se conectan con sus públicos ha cambiado radicalmente durante el último año. Antes de la llegada de la pandemia, los espacios museales cumplían con sus labores de extensión y educación de forma presencial, recibiendo visitantes que asistían por cuenta propia, además de visitas de instituciones que eran organizadas por el museo previamente, de modo de focalizar el servicio.

Con ello, el museo construye su entramado social, conformado por las y los visitantes particulares, además de las relaciones establecidas con organizaciones y establecimientos, entre los que se encuentran instituciones educacionales, organizaciones municipales o grupos de adultos mayores, entre otros. Para todos ellos, el museo se convertía en un espacio de reunión y encuentro, donde las relaciones forjadas se materializaban en el uso presencial del espacio.

Con la llegada de la pandemia esto cambió y tuvo diferentes implicancias para sus visitantes. La pérdida de la relación presencial con el museo, dado el cierre de los establecimientos por la cuarentena, llevó a que estos grupos perdieran un espacio de sociabilización y educación. Para el museo, por su parte, la pandemia implicó una pregunta por cómo mantenerse conectados con sus públicos, lo que muchos buscaron solucionar con un aumento de su presencia en plataformas virtuales. Estos medios digitales se volvieron un canal expedito para mantener una comunicación fluida y cercana con sus visitantes, intentando emular la relación construida en la presencialidad.

Sin embargo, los museos y sus trabajadoras/es se dieron cuenta de que estaban dejando atrás a visitantes que no podían acceder a su contenido

virtual, ni interactuar con ellos por estos medios. La realidad nacional supone la existencia de una brecha en cuanto a conectividad y acceso a tecnología, lo cual se explica por distintas razones. Esta puede existir por diferencias socioeconómicas que impiden un acceso a recursos tecnológicos necesarios para esta conexión, por rangos etarios y de habilidades informáticas que indican un desconocimiento del uso de estos medios, o por problemas de conectividad de ciertas localidades del país.

Cualquiera sea el motivo, los/as trabajadores/as de museos vieron la necesidad de generar iniciativas e instancias mediante las cuales alcanzar a quienes no podían llegar. Así, varios museos decidieron diversificar las formas de conexión, aspirando a una mayor y mejor interacción con las comunidades, sus visitantes y públicos, a través de medios conocidos, más masivos, pero menos utilizados en comparación con lo virtual.

En esta sección se ahondará en tres casos que utilizaron diferentes formas de conexión, buscando alcanzar a quienes podían tener dificultades para mantener una presencia virtual. En primer lugar, se aborda el programa radial *La hora del Museo*, del Museo Histórico Nacional, transmitido por la radio USACH. Este espacio, pensado en un inicio con la intención de difundir las actividades del museo, lleva nueve años al aire y fortaleció su alcance durante los períodos de cuarentena. En segundo lugar está el Museo Regional de Aysén con sus “Campañas patrimoniales”, ejercicio en el cual se conectaron con la red de radios locales para la difusión de las actividades del museo. Finalmente, se encuentra la iniciativa *Las voces del museo* de CECA Chile, comprendida como un proyecto radial autogestionado, que buscó difundirse por radios y WhatsApp. 

Programa radial *La hora del Museo*



Museo Histórico Nacional

Sofía Ortigosa Ibarra, jefa Área de Comunicaciones,
Museo Histórico Nacional.

● ¿Cómo se hizo?, ¿en qué consistió?

El programa, conducido por el periodista Luis Cruz, propone una conversación diaria de temas de actualidad, cultura y patrimonio, desde la perspectiva de la historia. Este programa radial se gestó pensando en llevar al Museo más allá de los muros institucionales para generar un espacio de diálogo y difusión, lo que cobró más importancia con el museo cerrado a público en tiempos de pandemia.

● ¿En qué fecha se realizó?

El programa radial *La hora del Museo* se creó a mediados de 2012. Desde entonces, se transmite de lunes a viernes por radio USACH (94.5 FM, 124 AM), aunque en un principio se emitía entre 11.00 y 12.00 h, y actualmente se puede escuchar entre las 21.00 y las 22.00 h. Todos los domingos se emite un programa destacado de la semana.

● ¿Por qué se decidió llevar a cabo?

¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

Durante sus más de ocho años de existencia, el programa ha representado una oportunidad para promover las actividades de nuestro Museo, así como también para difundir el conocimiento de la historia de Chile, su patrimonio e identidad, a través de entrevistados con diversas opiniones y perspectivas, asegurando la diversidad de temas y miradas.

Esta iniciativa se enmarca dentro de las políticas del Museo de generar una mejor y mayor interacción con la comunidad y ha sido posible gracias a la colaboración existente entre el área de Comunicaciones y la Dirección del Museo Histórico Nacional.

● ¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?

La hora del Museo sale al aire de lunes a viernes por la 94.5 del dial FM. Desde el comienzo del programa se suben los *podcasts*, primero fue en la web de la radio USACH y posteriormente en un [minisitio del Museo](#), donde se pueden escuchar ocho años de conversación. Ya en pandemia, durante 2020, los *podcasts* comienzan a subirse a una [cuenta de Spotify](#).

Además, todas las jornadas se sube una pieza gráfica a las RRSS dando cuenta fotográfica o audiovisualmente del invitado.

● ¿Para quién fue pensada?

¿Cuál fue su público objetivo?

El Museo se proponía llegar a nuevos públicos con temas que cruzan la actividad del país y su historia.

● ¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?

La proyección inmediata es subir la mayor parte de los *podcasts* a la plataforma de Spotify, ya que en la plataforma FM es un producto consolidado.

● ¿Hay alguna otra iniciativa que quisiera destacar? De su institución u otra.

Todos nuestros contenidos –conversatorios, realidad virtual, charlas, entre otros– se han cargado en nuestro [canal de YouTube](#) para alcanzar nuevas audiencias, especialmente durante las épocas de cuarentena de nuestra comuna (Santiago). 

Campañas patrimoniales “Mi Historia con Ronchi” / “Mi casa y mi patrimonio”/ “Los inviernos no son como los de antes”

Museo Regional de Aysén

María José Fernández, encargada de Programación y gestión de públicos, Museo Regional de Aysén.

● ¿En qué fecha se realizó?

En mayo de 2020, y debido a la situación sanitaria, como museo debimos replantear nuestras actividades mensuales y comenzar a utilizar con fuerza las plataformas digitales. Sin embargo, teníamos que ser conscientes de la falta de conectividad de muchas de las localidades de la región.

Tenemos un público fidelizado que sigue nuestras redes sociales, pero sabemos que hay un universo, sobre todo en localidades rurales, que no conectan con este tipo de tecnologías.

Siendo consecuentes con nuestra misión regional, consideramos importante incorporar la participación de las comunidades en algunas actividades de coconstrucción. Es en este espacio donde las radios locales se convirtieron en aliadas estratégicas para el desarrollo de campañas patrimoniales.

Se desarrollaron tres campañas durante 2020, que permitieron mantener comunicación y vínculo con las radios y, posteriormente, coordinar concursos para el día del libro, con premios del museo (libros, postales, mapas), y entrevistas radiales acerca de la programación en general del museo o de temáticas específicas requeridas por las localidades (paleontología, temas históricos, conservación, etc.).

● ¿Por qué se decidió llevar a cabo?

¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

En el contexto sanitario, era necesario generar nuevas estrategias de comunicación con el público, y diversificarse de acuerdo a las características de nuestro territorio.

El principal objetivo era hacer partícipe a las comunidades del rescate y la puesta en valor del patrimonio, relevando actores claves en la historia de la región (Ronchi), como rasgos característicos de todo Aysén (los inviernos con nieve, por ejemplo).

● ¿Cómo se hizo?, ¿en qué consistió?

Se pidió apoyo a toda la red de radios locales para la difusión de las campañas de recopilación de fotografías, relatos, dibujos, etc., para la construcción de estas galerías virtuales.

En algunos casos, las radios solo difundieron las campañas, pero en las localidades más pequeñas, locutores y trabajadores radiales se hicieron cargo de la recopilación de la información que las comunidades compartieron.

● ¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?

El proceso de difusión y recopilación fueron las radios locales y las plataformas digitales del museo. El producto final era una exposición virtual ([Mi historia con Ronchi](#)) o álbumes fotográficos ([Los inviernos no son como lo de antes](#)).





● **¿Para quién fue pensada?**

¿Cuál fue su público objetivo?

Para toda la comunidad, pero la difusión y recopilación por medio de las radios locales fue para incluir al grupo más adulto y más rural de la región.

● **¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?**

Existe un gran interés en ser más que espectadores en actividades virtuales. La posibilidad de aportar con objetos o recuerdos familiares, experiencias compartidas, es enriquecedor para los procesos de valoración del patrimonio.

Es importante mantener presencia en las localidades, aunque el museo regional esté en Coyhaique, se debe mantener el mensaje de que el museo es de y para toda la región, más allá del espacio físico.

● **¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?**

Se proyecta seguir realizando campañas en toda la región, seleccionando temas que sean de interés regional y/o comunal.

La experiencia siempre puede ser perfecta. Se considera planificar un trabajo más permanente con las radios locales, donde también sean difusores de contenidos, no solo de programación o de actividades puntuales, mediante un trabajo colaborativo con locutores locales o por medio del desarrollo de cápsulas radiales o *podcasts* producidos desde el museo.

● **¿Hay alguna otra iniciativa que quisiera destacar?**

Como se indicó anteriormente, a partir de la vinculación con las campañas patrimoniales, la radio de Puerto Tranquilo decidió desarrollar una temporada de entrevistas referidas al museo, lo que permitió visibilizar todas sus áreas y desarrollar temáticas más específicas. 



➤ Pieza gráfica Día del Patrimonio en Casa 2020. Facebook Museo de Aysén, mayo de 2020.



➤ Pieza gráfica campaña "Los inviernos no son como los de antes". Facebook Museo de Aysén, julio de 2020.

Las Voces del Museo, el microprograma de CECA Chile¹



Fernanda Venegas Adriazola,
presidenta CECA Chile.

Anamaría Rojas Múnera,
museóloga Red de Museos Aysén.

Grace Standen Castro,
profesional área de Educación, mediación y
ciudadanía, Museo Histórico Nacional.

Dado el contexto de distanciamiento social por la emergencia sanitaria, el Comité de Educación y Acción Cultural, CECA Chile, desarrolló el proyecto radial autogestionado *Las Voces del Museo*. La iniciativa fue lanzada en mayo de 2020 en el marco del Día del Patrimonio Cultural como respuesta a la necesidad de apoyo a museos y sus trabajadoras/es, especialmente aquellas/os ubicadas/os en territorios aislados geográficamente, o con ciertas desventajas para mantener una presencia virtual constante. Asimismo, el programa surgió en línea con los principios expresados en el [comunicado de CECA Chile](#), dirigido a la comunidad museal durante los primeros meses de la pandemia. En él se reconoce la importancia de estas instituciones para el bienestar emocional de las personas, siendo un llamado de alerta frente a recortes económicos en el sector cultural y a la precariedad sanitaria y laboral generada tras la contingencia.

Las Voces del Museo buscó incidir en el fortalecimiento del vínculo entre comunidades y museos, colaborando con su función social integradora. Mediante el uso de la radio, medio democrático y accesible, es posible llevar contenidos a territorios donde la conectividad es frágil o el acceso a herramientas tecnológicas es limitado, facilitando un mayor alcance frente a la ausencia de recursos técnicos o humanos de este tipo.

Una de las referencias que consideramos para el desarrollo del proyecto fue la experiencia de los museos de la Patagonia en circunstancias de aislamiento y escasa conectividad. En la [Red de Museos Aysén](#), por ejemplo, existen espacios que gestionan radios locales como parte de sus

funciones museológicas. El uso de este medio les permite suplir una necesidad comunicacional frente al aislamiento y la escasa conectividad, tornándose también en compañía y fuente confiable de información para quienes habitan las zonas rurales. En este quehacer, también surgen otros medios de comunicación como WhatsApp, el cual facilita dar aviso de manera rápida sobre temas urgentes relacionados con el museo o con la comunidad, para quienes no utilizan otras plataformas digitales.

En cuanto a la producción y realización del programa, siempre se pensó con un carácter colaborativo, en el que quienes participamos pudiésemos aportar de manera directa, espontánea y comprometida. Así, se logró la integración de 12 instituciones entre museos, centros patrimoniales, archivos y sitios de memoria,² que permitieron recorrer el país por medio de diversas historias, memorias y patrimonios que nos mantuvieron unidas y unidos a pesar del distanciamiento físico. La primera temporada del programa buscó, justamente, dar a conocer la diversidad de museos que existen en el país y contó con [15 capítulos](#) que se transmitieron entre mayo y septiembre de 2020.

El formato de microprograma fue escogido por su facilidad para ser difundido. Cada capítulo de *Las Voces del Museo* dura entre tres y cinco minutos. Así, las radios han podido incorporarlos a su programación sin mayores problemas y de forma gratuita y, también, son amigables para ser difundidos como notas de audio por medio de WhatsApp, otorgando autonomía a los museos para compartirlos en sus propias comunidades y territorios. Decidimos sumar esta aplicación, pues sabemos que existe una gran



brecha en el acceso a internet de calidad. En las tres principales regiones del país, Metropolitana, Valparaíso y Concepción, el 46,5% de los hogares solo tiene conexión móvil a internet. Las personas con este tipo de conexión suelen tener menores ingresos y habilidades digitales, utilizando internet principalmente para comunicarse por medio de WhatsApp o Facebook.³ En este sentido, con un 80% de uso, Chile es el segundo país latinoamericano que más utiliza WhatsApp.⁴ Teniendo en cuenta esta realidad, nos pareció que la aplicación podía ser un significativo medio de difusión para el propósito de *Las Voces del Museo*.

Un aspecto relevante al momento de realizar cada capítulo es que estos fuesen creados y narrados por sus propios protagonistas. De esta forma, los distintos acentos y entonaciones al hablar constituyen un elemento identitario que complementa el relato de cada institución y cada participante. Para acompañar este proceso, se creó una breve guía para estructurar el capítulo y para utilizar el celular como una herramienta de grabación. Los audios enviados fueron editados por CECA Chile hasta su versión final mediante el programa de libre descarga Audacity. Posteriormente, fueron transmitidos a través de 14 radios comunitarias y universitarias que colaboraron voluntariamente desde la Región de Arica y Parinacota, hasta la Región de Aysén. Cabe destacar que nuestras principales aliadas han sido justamente emisoras pertenecientes a la Red de Radios Universitarias de Chile (REUCH).

Este proyecto nos ha permitido ampliar el alcance de museos locales y regionales, estrechando vínculos entre trabajadoras y trabajadores de museos. Hemos logrado reencontrarnos, conocer y visibilizar el generoso trabajo para la comunidad que realizan estos espacios.

La radio y WhatsApp producen una mayor cercanía y sensación de acompañamiento a las comunidades, una conexión desde lo emocional, llegando



➤ Museos y centros culturales participantes.



➤ Radios participantes.

directamente a las personas y siendo parte de su vida cotidiana. Esto nos ha permitido seguir demostrando la contribución que los museos generan al bienestar de las personas. Así como también visibilizar el compromiso de estas instituciones hacia las comunidades, pues a pesar de que vivimos momentos complejos, continuamos conectados difundiendo memorias, historias y patrimonios que nos mantienen unidos a pesar del contexto adverso.

El actual escenario nos ha obligado a mirar más allá de lo presencial y lo virtual. Nos ha impulsado a buscar otras formas de comunicarnos y, en esa búsqueda, es que hemos redescubierto el inmenso potencial que significa comunicar y conectar por medios más tradicionales como la radio y otros más actuales como las notas de audio de WhatsApp. Como dice la expresión de periodismo comunicacional "Lo que no se comunica, no existe", por ello también la importancia de este tipo de medios al servicio de los museos y sus comunidades.

Otro punto a destacar en este proyecto es la relevancia que adquiere la gestión y colaboración entre pares. Las redes que se generan a partir de proyectos como este permiten que cada integrante pueda nutrirse del intercambio de conocimientos y experiencias del trabajo conjunto. Hoy más que nunca existe la necesidad de pensar colaborativa y creativamente, con compromiso social, de manera inclusiva y comprometida.

Las Voces del Museo ha posibilitado, con bastante fuerza, validar la función social que los museos deben tener hoy en día. En vista de los buenos resultados y opiniones de quienes han participado en esta iniciativa es que pensamos darle continuidad. Proyectamos realizar talleres para que cada museo pueda producir y editar archivos sonoros a partir de herramientas de libre acceso. De igual forma, planeamos producir una segunda temporada, invitando a trabajadoras/es de museos, visitantes y



➤ Piezas gráficas anunciando el inicio de *Las Voces del Museo*. Instagram CECA Chile, mayo de 2020.



auditoras/es del programa a compartir experiencias memorables dentro de algún museo, a contarnos sobre sus "museos personales" (fotografías, objetos familiares, recuerdos, etc.), incluso a intercambiar opiniones sobre las memorias y los patrimonios que se están generando en el contexto de pandemia.

Con *Las Voces del Museo* esperamos que juntos podamos reflexionar, divertirnos, emocionarnos y descubrir la variedad de patrimonios y memorias que, de una u otra forma, nos ayudan a entender mejor cómo somos hoy. De este modo, contribuir en seguir demostrando que los museos unen a las personas a pesar de las complejas circunstancias que hemos vivido durante los últimos meses. 

* Escucha los [capítulos de la primera temporada](#) desde la nota publicada en el sitio web del Registro de Museos de Chile.

NOTAS

¹ La versión original y extendida de este artículo se publicó en 2020 en la sección [Los museos cuentan](#), en el sitio web del [Registro de Museos de Chile](#).

² Las instituciones fueron, de norte a sur: Corporación de Cultura y Turismo de Calama, Universidad de Antofagasta, Museo Minero de Tierra Amarilla, Museo Artequin Viña del Mar, Museo Histórico de Placilla, Museo Masónico de la Gran Logia de Chile, Archivo Central Andrés Bello, Corporación Memorial Paine, Casa Museo de la Familia San Martín, Museo de Arte Moderno de Chiloé, Museo del Mate, Museo Naval y Marítimo de Punta Arenas.

³ Correa, T., 2020. "Desigualmente conectados", CIPER/ Académico [en línea], 08-04-2020, <<https://www.ciperchile.cl/2020/04/08/desigualmente-conectados/>> [consultado: 21-09-2021].

⁴ Chevalier Naranjo, S., 2019. "¿Qué tan popular es WhatsApp en Latinoamérica?", Statišta [en línea], 28-03-2019, <<https://es.statišta.com/grafico/17500/uso-de-whatsapp-en-america-latina/>> [consultado: 21-09-2021].

Las Voces del Museo

Programa producido por CECA Chile

Locución: Grace Standen

Producción y edición: Anamaría Rojas

Gestión: Fernanda Venegas

Diseño gráfico: Fernanda Rivas

Arreglo musical: Enrique Monje

Música: bensound.com, hooksounds.com

Email del programa: lasvocesdelmuseo@gmail.com

Email de CECA Chile: cecachile.museos@gmail.com

Piezas gráficas de cuarentena: Colecciones de museos promoviendo los cuidados y la empatía

Elizabeth Mejías
Subdirección Nacional de Museos

Con el cierre de sus edificios durante la pandemia, la forma de exhibir, difundir y mediar las colecciones fue otro de los ámbitos que los museos tuvieron que replantearse. La imposibilidad o las limitaciones para recibir visitas presenciales llevó a las/os trabajadoras/es de estos espacios a reflexionar e idear nuevas formas de trabajar con estos objetos y así seguir haciendo del patrimonio una experiencia social, identitaria y sensible.

Si bien para el contexto local ya existían desde el mundo de los museos experiencias virtuales para la puesta en valor y difusión de los objetos patrimoniales, tales como el [Museo de Artes Universidad de los Andes con Google Arts & Culture](#), las [colecciones en formato 3D del Museo Despierta Hermano de Malalhue](#), entre otros, o la generación de publicaciones en redes sociales que invitan desde la curiosidad, lo intelectual o la contemplación a conocer las colecciones, el nuevo escenario motivó la generación de contenidos que dialogaran y conectaran con la crisis social y sanitaria que estaba afectando a la población. De este modo, la labor educativa por medio de la difusión de las colecciones se amplió y diversificó, permitiendo acercar estos objetos a la ciudadanía desde la vivencia de una experiencia colectiva, invitando al cuidado, la empatía y la contención.

Es así como en un ejercicio creativo y con la ayuda de elementos del diseño, distintas imágenes de las colecciones patrimoniales fueron intervenidas gráficamente. Iniciando los períodos de confinamiento, comenzaron a aparecer pinturas, piezas cerámicas, esculturas, esqueletos de animales e incluso dinosaurios usando mascarillas, aconsejando tener rutinas, socializando por videollamadas, realizando actividades recreativas en casa, etc.

También se crearon piezas gráficas que buscaban dar un sentido de colectividad, desde un lenguaje patrimonial, a las emociones, sensaciones y actividades que las personas estaban experimentando durante la cuarentena. En este ámbito, el uso del meme “en la escala de...” fue muy popular entre los museos. Otros, dispusieron imágenes de obras de artes emblemáticas de su colección para invitar a la comunidad a recrearlas empleando los materiales y las instalaciones disponibles en sus hogares. Si bien esta fue una tendencia que se desarrolló en otros espacios culturales del mundo, como por ejemplo el [Getty Museum Challenge](#), cabe destacar que nuestras experiencias locales se construyeron a partir del patrimonio del territorio nacional, dando cuenta de su diversidad.

Ya sea desde el humor, lo gráfico o lo afectivo, las colecciones demostraron su versatilidad para transmitir contenidos, pero también su potencial –de mano de la creatividad de las/os trabajadoras/es de museos– para acompañar, educar y/o hacer reír a las personas en sus casas.

En esta sección, destacamos las experiencias “Me pasa en cuarentena” del Museo de Artes Decorativas de Santiago y “Distancia social según el Museo del Limarí”. En ambas iniciativas, las colecciones de los museos fueron intervenidas gráficamente construyendo imágenes que portan un contenido patrimonial que dialoga con el contexto de emergencia sanitaria. Las acciones generadas se orientaron a mantener los vínculos con los públicos, además de propiciar un espacio de encuentro y apoyo por medio de experiencias patrimoniales afectivas en este momento de crisis. 



➤ Instagram Museo Regional de Aysén, marzo de 2020.



➤ Instagram Museo San Francisco, mayo de 2020.



➤ Instagram Museo Baburizza, julio de 2020.



➤ Instagram Ruinas de Huanchaca, abril de 2020.

“Me pasa en cuarentena”



Museo de Artes Decorativas

Paulina Reyes, encargada de Educación, Museo de Artes Decorativas.

● ¿Cómo se hizo?, ¿en qué consistió?

Se realizaron 60 gráficas inspiradas en escenas cotidianas que se vivieron en el contexto de cuarentena y que se ilustraron con objetos de la colección.

Las gráficas fueron diseñadas por Bárbara Leal, alumna en práctica de Diseño de la Universidad de Chile.

● ¿Por qué se decidió llevar a cabo?

¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

La iniciativa partió desde el área de Educación con el objetivo de vincular las colecciones del museo con la comunidad, comprendiendo las nuevas formas de relacionarnos desde la virtualidad.

Las frases se construyeron desde un levantamiento de información que se realizó primero con cercanos y luego con el equipo del museo, siempre pensando en retratar con empatía las situaciones cotidianas a las que nos veíamos enfrentados en este nuevo contexto.

● ¿En qué fechas se realizó?

Estas publicaciones se realizaron entre el 24 de abril y el 22 de julio de 2020.

● ¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?

Se publicaron en las cuentas de [Instagram](#) y [Facebook](#) del museo.

● ¿Para quién fue pensada?

¿Cuál fue su público objetivo?

La actividad estuvo orientada a usuarios objetivos de Instagram, principalmente mujeres adultas jóvenes.

● ¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?

En primer lugar, nos parece muy importante conectar las colecciones de museo con la realidad y el contexto social en que nos desarrollamos, ya que esto permite a las personas identificarse y dialogar con los objetos decorativos desde otro lugar.

La empatía y la conexión de estos objetos con las vivencias personales, sin duda tienen un impacto directo en el aprendizaje. Es una oportunidad para vincularnos afectiva y efectivamente con nuestros usuarios.

● ¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?

Podríamos pensar en una publicación que presente este trabajo gráfico.

● ¿Hay alguna otra iniciativa que quisiera destacar?

También realizamos una convocatoria de fotografía entre los meses de agosto y octubre de 2020, que se tituló “[Mi objeto decorativo favorito en casa](#)”, en el contexto del aniversario n.º 38 del museo.

Esta convocatoria resuena con la exposición temporal [El espacio íntimo en las artes decorativas](#), que se realizó en el año 2018. 



➤ Me pasa en cuarentena. Instagram Museo de Artes Decorativas (MAD), 2020.

Distancia social según el Museo del Limarí: Piezas gráficas



Museo del Limarí

Francisca Contreras Carvajal, encargada de Desarrollo institucional, Museo del Limarí.

● ¿Cómo se hizo?, ¿en qué consistió?

El proyecto formó parte del trabajo de práctica de la estudiante de la carrera de Diseño gráfico de la Universidad Santo Tomás, sede La Serena, Javiera Gómez, para quien era la primera vez que ilustraba de manera digital. Luego de realizar algunos prototipos, la estudiante llegó al resultado esperado, que incluía diseños de personas de diferentes edades, sexos y color de piel. En primera instancia, solo se presentaron modelos de personas adultas, blancas y con ropas de trabajo, por lo que creemos que el enfoque de género e inclusión del museo favorece positivamente la formación de los practicantes.

Posteriormente, se seleccionaron imágenes de los objetos de la colección para ser vectorizadas. El criterio aplicado fue objetos en exhibición permanente, sin muchos detalles y de los que se tuviera información suficiente para armar el texto, el que estuvo a cargo del museo.

● ¿Por qué se decidió llevar a cabo? ¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

Se decidió realizar esta acción porque era una forma práctica y novedosa de visibilizar las colecciones del museo, en un contexto en el que la institución tuvo que cerrar sus puertas a la comunidad y en el que estábamos recién adaptándonos al trabajo virtual. Entonces, si antes era la visita presencial la forma en que las personas podían conocer las colecciones, que es el patrimonio cultural y público custodiado por los museos, ¿cómo seguiríamos haciendo accesible ese patrimonio a la comunidad?

Pero con lo que publicáramos también queríamos generar un efecto de conexión con las personas en el contexto de la pandemia, que nos permitiera

situarnos y así manifestar nuestro acompañamiento y sensibilidad por el momento que estábamos atravesando. Así se llegó a un diseño informativo, didáctico y educativo sobre las colecciones del museo y los cuidados para la salud de la población.

● ¿En qué fecha se realizó?

Comenzó a realizarse en el mes de abril del año 2020, a propósito de la pandemia. No se ha evaluado su continuidad en el contexto de pandemia, pero se podría reciclar como idea cuando comiencen las aperturas y podamos volver al trabajo presencial.

● ¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?

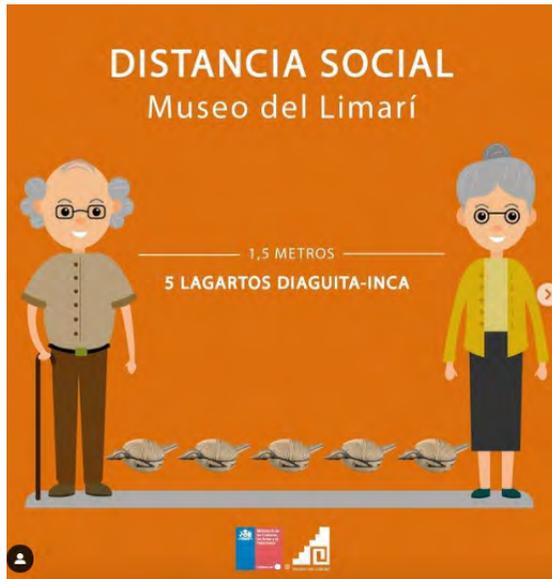
La idea se construyó sobre la base de referencias encontradas en internet, específicamente de las publicaciones de Instagram de la cuenta de WWF Chile, por ejemplo las de [tips sobre el distanciamiento social](#).

El diseño se realizó en el programa Photoshop y los textos se reutilizaron de las antiguas publicaciones que hacía el museo en la sección de notas de Facebook titulada “La pieza del mes”. Finalmente, el contenido fue publicado en [Instagram](#) y [Facebook](#), al cierre de cada semana.

● ¿Para quién fue pensada? ¿Cuál fue su público objetivo?

Las publicaciones fueron pensadas para un público general, mayoritariamente adulto, seguidores de nuestras redes sociales e interesado en los objetos del museo. En este público objetivo también consideramos a docentes de escuelas, investigadores y





➤ Distancia social. Instagram Museo del Limarí, mayo de 2020.

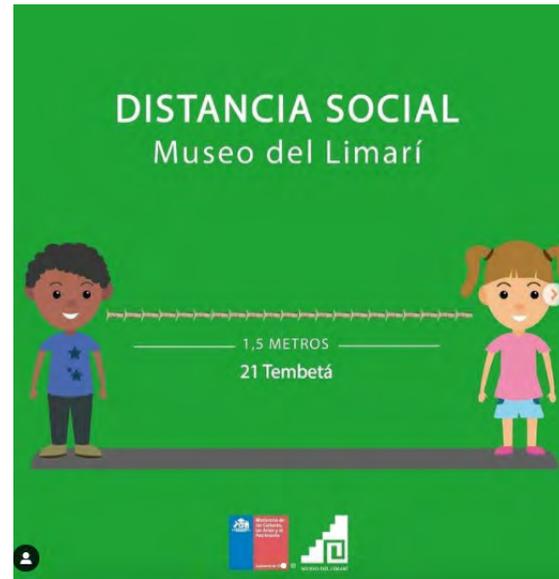
estudiantes de arqueología que nos puedan aportar más información en sus comentarios.

● **¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?**

La importancia de contar con personal de diseño gráfico en los museos para realizar este tipo de proyectos, los cuales requieren de tiempo, experiencia y conocimiento avanzado en el uso de programas de diseño profesional. Puesto que, sin la estudiante en práctica de la carrera de diseño, cuya incorporación se concretó días antes del comienzo de las cuarentenas, no habríamos logrado desarrollar esta y otras gráficas de difusión de los contenidos del museo, las cuales se realizaron en un período de tres meses. Las otras experiencias fueron: [Colecciones digitales bajo la lupa](#) y [¿Sabías que...?](#)

● **¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?**

La importancia de las colecciones y su versatilidad en el contexto digital. También el permanente interés de las personas que siguen las redes del museo



➤ Distancia social. Instagram Museo del Limarí, junio de 2020.

por conocer más sobre las culturas del pasado, sus formas de vida y cultura material que representan los objetos patrimoniales que resguarda el museo. Esto demuestra la gran cantidad de contenidos y formatos posibles de abordar a partir de las colecciones, por lo que en la medida que podamos contar con estudiantes en práctica de diseño gráfico (porque sabemos que la contratación de un profesional del área es casi imposible), podremos encomendarles proyectos de este tipo, con o sin contexto de pandemia, y ya no solo tareas de generación de afiches de difusión de actividades, que era lo acostumbrado.

● **¿Hay alguna otra iniciativa que quisiera destacar? De su institución u otra.**

Se destacan también las gráficas anteriormente comentadas y los programas en vivo de conversación en [Instagram](#), [Facebook](#) y [YouTube](#), “Conversaciones con el museo”, “Patrimonio en la red” y “Conversando sobre el patrimonio industrial”, respectivamente.

De otros museos destacamos el trabajo realizado por el Museo de Artes Decorativas (ver páginas 38-39). [m](#)

Nuevas plataformas: Adaptación y reinención de los museos

María Paz Undurraga
Subdirección Nacional de Museos

 Cómo visibilizar nuestro museo cuando el espacio se encuentra cerrado? ¿Cómo seguir presente en la vida de las personas mientras las exposiciones no pueden ser visitadas? ¿Cómo conectar con los públicos cuando no pueden visitarnos físicamente? Son algunas de las preguntas que se hicieron los museos una vez llegada la pandemia. Algunos de ellos contaban con iniciativas digitales de cierta complejidad y aprovecharon la oportunidad para crear plataformas que cumplieran con los requerimientos de navegación actual o bien que permitieran una mayor interacción con los públicos del museo.

Como resultado, los museos conectaron con sus visitantes, pero también con nuevos usuarios digitales, generando una comunidad virtual que hoy participa de manera más involucrada en sus actividades digitales y presenciales. Un aspecto interesante es que, tal como relatan las experiencias que se cuentan a continuación, la presión de la pandemia hizo que estos proyectos congregaran el trabajo de distintas áreas de los museos, poniendo en evidencia la capacidad de trabajo conjunto y de adaptación de estos espacios culturales.

En esta sección destacamos las nuevas plataformas de tres museos. El Museo Chileno de Arte Precolombino creó un sitio nuevo del museo, responsivo y más liviano, al cual se puede acceder desde dispositivos telefónicos, permitiéndoles anunciar y difundir la mayor programación en línea que generaron en este período.

El Museo de la Memoria y los Derechos Humanos –con un trabajo sostenido en el entorno digital desde su creación en 2010– generó un nuevo sitio web enfocado en el diálogo con la ciudadanía y preparado para poner a disposición contenidos para la mediación. Generaron mensajes y narrativas, provocando no solo una mayor interacción, sino también un espacio de programación en sí mismo.

El Centro Cultural La Unión generó un repositorio de código abierto con su archivo, permitiendo a los usuarios agregar información a las imágenes, ubicarlas en el mapa y, además, compartirlas en redes sociales. Fue así como este proyecto de mapeo colectivo entregó espacio para la inclusión y la significación de su colección, documentándola de manera participativa en tiempos de aislamiento social.

El nuevo escenario virtual y presencial plantea preguntas relacionadas con ¿cómo compatibilizar los contenidos, la interacción y el ritmo del museo virtual que creció durante la pandemia con el museo presencial? O bien, ¿cómo reunir en una red digital unificada la información análoga de un archivo y la información georreferenciada y dinámica aportada por los usuarios digitales? Por último, ¿qué hacer para reunir en un mismo sitio web plataformas de distintas épocas para públicos diferentes? 

Nuevo sitio web Precolombino en tu casa

Museo Chileno de Arte Precolombino

Claudio Mercado, jefe área Patrimonio Inmaterial,
Museo Chileno de Arte Precolombino.

● **¿Por qué se decidió llevar a cabo?**

● **¿Cuáles fueron los objetivos planteados?**

El sitio del Museo Precolombino había sido construido en 2014, un gran portal con más de siete mil páginas de información, pero que quedó obsoleto en sus formas de navegar. [En el contexto de pandemia], necesitábamos una plataforma de fácil acceso en que pudiéramos anunciar y difundir las actividades y los programas que estábamos desarrollando en línea.

El objetivo principal fue hacer un sitio pequeño, expreso, que contuviera lo más importante del Museo, y que fuera posible de navegar desde teléfonos, cosa que el sitio antiguo no permitía. Se pensó como una plataforma de inicio para poder seguir trabajando a mediano y largo plazo con ella, para continuar subiendo contenidos. Esto, debido a los problemas económicos de la situación general actual, y del Museo en específico, no ha continuado, con la excepción de la nueva sección de la 15ª Muestra Cine+Video Indígena.

El sitio antiguo siguió funcionando, con un mensaje en el sitio nuevo que dice que hay más contenidos para ser navegados desde la versión de escritorio.

● **¿Cómo se hizo?, ¿en qué consistió?**

Fue un regalo de BiblioRedes, que puso a disposición del Museo un equipo de ingenieros con quienes pudimos dar forma al nuevo sitio web. Se hizo en dos meses, fue un trabajo desquiciante y apremiante, pues teníamos como fecha límite de subida la 15ª Muestra Cine+Video Indígena, que comenzaba el 25 de agosto de 2020.

Las distintas áreas del Museo trabajamos produciendo el contenido que nos parecía fundamental y el área de Patrimonio Inmaterial se hizo cargo de la relación con el equipo de ingenieros.

● **¿En qué fecha se realizó?**

Comenzamos a trabajar el nuevo sitio en junio de 2020 y estuvo arriba a mediados de agosto.

Hoy continuamos trabajando en él, pero cambiamos el nombre y el dominio, ya no es entucasa.precolombino.cl, sino museo.precolombino.cl.

● **¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?**

En el sitio web: museo.precolombino.cl/

● **¿Para quién fue pensada?**

● **¿Cuál fue su público objetivo?**

El Museo trabaja para un público amplio, desde escolares a adultos. Pensamos este sitio web para dar información a un público general, no especializado en temas arqueológicos o históricos.

● **¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?**

Que es muy difícil trabajar con tan poco tiempo y presionados con una fecha límite. También, que pese a las dificultades conseguimos sacar adelante el proyecto y que el trabajo colaborativo es fundamental.

● **¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?**

Necesitamos plantear y financiar un proyecto de mediano y largo plazo que sea capaz de contener la gran cantidad de materiales e información que nos gustaría tener en línea en un formato contemporáneo. También que nos permita unir todos los sitios que, por distintas razones, tenemos actualmente separados (museo.precolombino.cl, precolombino.cl, chileprecolombino.cl, chileantesdechile.cl, los-precolombinos.cl). 

#ConectadosConLaMemoria: una forma de acompañar a las personas durante la pandemia y reflexionar sobre el museo en la era digital



Museo de la Memoria
y los Derechos Humanos

Beatriz Águila Mussa,
encargada de Planificación
y estudios, MMDH.

Gabriel Marín Figueroa,
encargado de Contenidos y
estrategias digitales, MMDH.

EL MUNDO DIGITAL Y EL MUSEO DE LA MEMORIA Y LOS DERECHOS HUMANOS

Desde su apertura en 2010, el Museo de la Memoria y los Derechos Humanos (MMDH) ha desarrollado un intenso trabajo en la web. Con el objetivo de poner a disposición pública el patrimonio material e inmaterial a su haber, el Museo ha alojado en su página web institucional 16 minisitios y plataformas digitales para albergar los más de doscientos veinte mil archivos, fotografías, documentos, objetos, videos y testimonios –entre otros– que componen su colección.

Junto con esto, desde el Museo fue abriéndose al mundo de las redes sociales, iniciando sus actividades en 2010 en Twitter y en YouTube, en 2012 en Facebook y en 2014 en Instagram. En un primer período, las redes fueron utilizadas para visibilizar y promocionar las actividades presenciales al interior del Museo, de manera similar a la web institucional, pero a fines de 2016 se comenzaron a utilizar las redes como un canal de mediación en sí mismo.

Además de difundir contenidos de las colecciones y sus actividades culturales, se empezaron a generar mensajes y narrativas sobre derechos humanos y la memoria para incentivar conversaciones en torno a temas coyunturales que suceden en el presente y que tienen un estrecho vínculo con hechos ocurridos en el pasado. De esta forma, se establece un diálogo y encuentro intergeneracional que permite, por un lado, transmitir los valores del Museo y, por el otro, educar en una cultura democrática y de derechos humanos con visión de futuro.

Como resultado de esta estrategia, implementada con mayor fuerza a partir de 2017, el Museo

se constituyó como la comunidad digital de museos y centros culturales más grande del país, y la comunidad virtual más grande de sitios y lugares de memoria a nivel latinoamericano, esto gracias al aumento sostenido de seguidores en sus diferentes redes sociales, que en total reúnen a más de seiscientas mil personas conectadas alrededor de la memoria y los derechos humanos.

A lo largo de los años la comunidad virtual del Museo ha ido en ascenso. Solo en 2019 la página web, los minisitios y las plataformas recibieron 335.571 visitas, y 178.140 seguidores nuevos en las redes sociales, aumentando en un 58% en comparación a 2018. Esto se relaciona con la situación que vive el país desde la revuelta social y la reacción virtual que tuvo el Museo tras esos primeros años de experiencia poniendo el foco en la interacción, la participación y el diálogo en la esfera digital.

LA PANDEMIA Y LA CONTINUIDAD DEL OBJETIVO INSTITUCIONAL: #CONECTADOSCONLAMEMORIA

El año 2019 fue desafiante para el equipo en materia de comunicaciones y estrategias digitales. Se intentó mantener una escucha activa de las demandas y las necesidades de las personas hacia al Museo. La pandemia encontró a la institución en un momento de inflexión en su papel virtual. Nuevamente se presentaba un escenario de malestar social, por lo que había que poner en marcha formas de acompañar a la ciudadanía. A esto se le agrega el décimo aniversario del Museo, para el cual se habían organizado diferentes iniciativas de celebración, que tuvieron que rediseñarse.





➤ Usuario probando la aplicación para teléfonos móviles en el MMDH. Fotografía: Daniel Barahona.

Para hacer frente a la crisis sanitaria de 2020, y sin poder tener contacto físico con el público, el Museo –por medio del área de Comunicaciones– decidió articular su estrategia digital en torno a una consigna: seguir [#ConectadosConLaMemoria](#). Junto a la empresa Ativa Comunicación Digital, se reorganizó el presupuesto para diseñar e implementar una plataforma digital nueva, que estuviese enfocada al público general y su experiencia y cuyo lenguaje, diseño gráfico y formato de navegación respondiesen a las características de la comunidad virtual que tiene el Museo, que se condice en cierta medida con los públicos presenciales. En Facebook destaca la presencia de personas entre los 25 y 55 años, mayoritariamente *millennials* (algunos nacieron en dictadura, otros vivieron en su infancia la vuelta a la democracia) y minoritariamente generación X (personas que vivieron en dictadura). En Instagram, el perfil va de los 13 a 65 años, con una fuerte presencia de usuarios

de 25 a 35 años, es decir, parte de la audiencia es generación Z o *centennials*. Los usuarios viven en Santiago, Valparaíso, Concepción, Viña del Mar y Temuco, principalmente. Y solo un 10% es audiencia que se conecta desde el extranjero.

Así, se adaptaron las actividades que eran de asistencia presencial de los públicos al formato virtual y se generaron nuevos contenidos exclusivos para la virtualidad. La estructura de la plataforma contempla cinco secciones o tipologías de contenidos, que albergan las iniciativas bajo el concepto *on demand*. Los contenidos y las actividades quedan disponibles para los usuarios en cualquier momento, según sus intereses. La plataforma fue lanzada el 15 de abril de 2020.

La sección ‘Explora’ tuvo en un principio la muestra *Dibujos en prisión* (expuesta en el Museo en 2014), tomándose el relato y las imágenes de la colección para adaptarlas al sitio web. También se armó

un recorrido básico de la muestra principal, sobre la base de videos y textos ya existentes, en formato *scroll*, y se incluyeron algunos objetos de la colección que ya estaban disponibles en formato 360º.

En ‘Películas y series’, se subieron en primera instancia una serie de archivos y documentales audiovisuales de los cuales el Museo poseía los derechos, como también otros archivos en colaboración con la Cineteca Nacional y Ondamedia. Se generó una galería con los contenidos, simulando la de un servicio de *streaming* tipo Netflix. Actualmente constituye uno de los mayores catálogos *online* y gratuitos con documentales, películas y series sobre memoria y derechos humanos en Chile.

‘Para niñ@s’ se ideó como una sección educativa, a la cual se subieron varios de los materiales educativos ya desarrollados por el Museo para descargar en PDF, agregándoles talleres grabados con propuestas didácticas complementarias, insertados desde YouTube, que pudiesen ser hechas por niños, niñas y adolescentes en sus casas. Estos abordan temáticas como el exilio, la migración, el derecho al trabajo, los pueblos originarios o la discriminación.

La página contempló también una programación de conversatorios y charlas de transmisión simultánea que se encuentran disponibles en el apartado ‘En vivo’, cuyos videos son insertados desde Facebook Live, y que después quedan almacenados en la plataforma. Se empezó con dos programas de conversación: *Arte+Memoria* y *Educación en DD.HH. para el Chile Actual*, los días miércoles y viernes a mediodía. En ambos se invitó a panelistas (artistas, expertos, académicos, activistas, etc.) y al público a dar sus impresiones por medio de los comentarios en Facebook.

Por último, se añadió una sección de ‘Noticias’ similar a la existente en la web institucional, en la que se pueden leer hechos contingentes relacionados con la temática del Museo.

La generación de contenidos fue un proceso de ensayo y error, de conversión de iniciativas

planificadas para ser implementadas presencialmente a lo virtual, y de crear nuevos tipos de contenidos. Se sumó el desafío de utilizar las redes sociales para redirigir a las audiencias a la nueva web y, a la vez, mantener la mediación de contenidos que ya se hacía en estas.

Exposiciones como *Principios humanitarios*, proyecto junto a la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación, el Musée de l’Elysée en Lausana y el Comité Internacional de la Cruz Roja, estaban prontas a inaugurarse cuando se decretó la cuarentena en la Región Metropolitana. Además de llevar todo el diseño del montaje a la plataforma web, se agregaron nuevos contenidos que hicieran conexión con el momento actual. La exposición virtual incluyó fotografías y relatos de diversas acciones y organizaciones territoriales de solidaridad en pandemia.

También estaba planificado el ciclo de intervenciones *Acciones18*, los días 18 de cada mes, para conmemorar el inicio de las movilizaciones sociales de octubre del 2019. Por medio de las propuestas de artistas, colectivos y agrupaciones se buscó relevar el derecho a la protesta social y visibilizar las violaciones a los derechos humanos cometidas durante el período de manifestaciones. Se tuvo que trabajar con cada colaborador para acondicionar las propuestas a la web Conectados.

Sobre las películas y series, se decidió llevar la programación del ciclo Cine de Colección del Museo (usualmente todos los martes de marzo a diciembre en el auditorio de Matucana 501) a la modalidad virtual. Cada martes se subió o se insertó una película, un documental, un capítulo de serie o un archivo audiovisual a la página de Conectados, promocionándose en las redes sociales. Asimismo, se estableció una alianza con el Canal 3 de La Victoria para transmitir en vivo en el mismo horario el material seleccionado, explorando un nuevo tipo de alianzas para el Museo.

Sobre la programación de conversatorios y debates, fueron surgiendo de cada equipo propuestas de programas. Durante 2020 tuvimos un total de cinco





programas en horario diurno, algunos con capítulos emitidos semanalmente o quincenalmente, que llevaron al Museo a tener una parrilla permanente de episodios en vivo. A esto se sumaron ciclos cortos de música y teatro en horario vespertino, como el ciclo *EnCanto* (12 conciertos con artistas nacionales) y *Escenas memorables* (seis capítulos de relecturas de escenas emblemáticas con nuevos elencos, proyecto llevado a cabo junto a la compañía Teatro Ictus). También se fueron generando conversatorios de otra índole, con las distintas contrapartes del Museo. De marzo de 2020 a marzo de 2021 se emitieron 165 episodios en vivo en el Facebook Live del Museo y en [conectadosconlamemoria.cl](https://www.facebook.com/conectadosconlamemoria.cl). Junto con esto, el Museo abrió una cuenta en Spotify, para explorar el formato *podcast* por primera vez con el programa *Memoria y feminismo*, disponible también en Anchor y YouTube.

El desarrollo de actividades educativas implicó un reto para el equipo, pues pedagógicamente es mejor establecer un contacto más directo y constante en el tiempo con las personas. Desde julio se empezaron a dar clases *online* a colegios. Se partió con dos charlas sobre los contenidos de la muestra principal, emulando la visita mediada para la enseñanza Media. Estas fueron ofrecidas y agendadas directamente con los colegios que han visitado el Museo en años anteriores. La experiencia llevó a replantear el cómo vincularse con otros públicos con diferentes necesidades educativas en materia de memoria y derechos humanos, como jóvenes, adultos, profesionales y/o grupos comunitarios. Es por eso que se incursionó en el mundo del *e-learning* con tres propuestas: Curso básico de derechos humanos, El derecho humano a la vivienda, y Derechos Humanos en Medio Oriente y el Cáucaso, dictados con la colaboración de la Red de Educadores en Derechos Humanos, Corporación Ciudad Común y académicos colaboradores. De esta forma, se montó en el sitio de Conectados una nueva sección, 'Aula

virtual', integrando a la web la herramienta Moodle junto a Fundación CIAPE. A los cursos se inscribieron 138 personas, principalmente universitarios y adultos interesados en las temáticas.

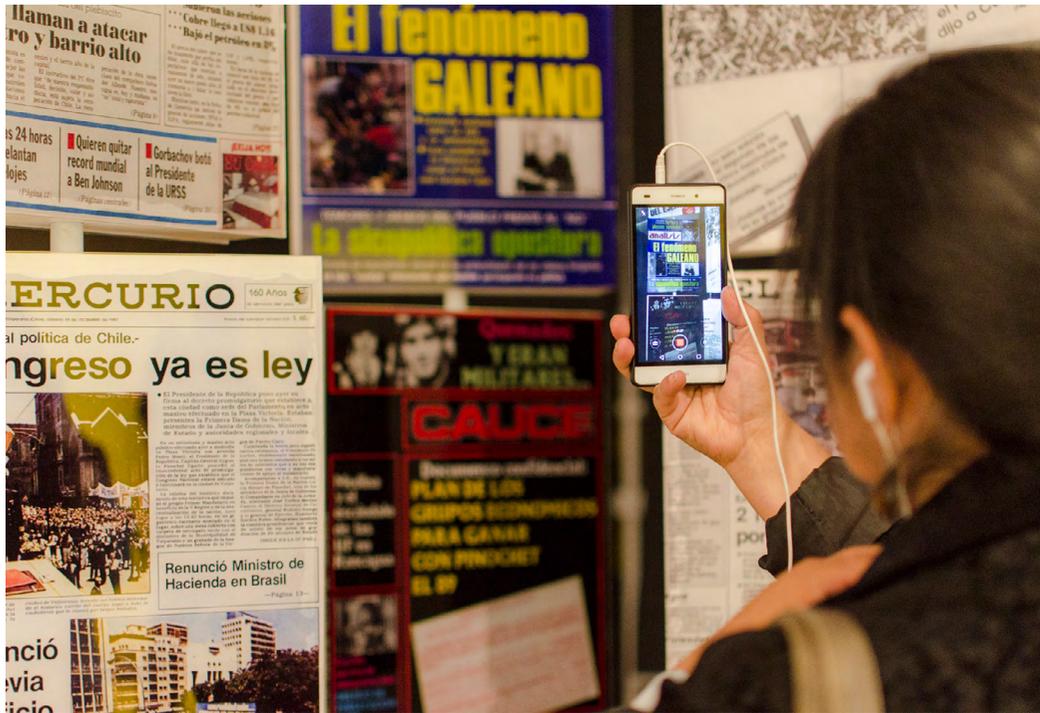
A la par de estas actividades se desarrollaron varias iniciativas que catalogamos como experiencias digitales. Se realizaron nuevamente *Sintoniza con la Memoria*¹ y la campaña *Revelando Sitios*.² Reemplazando la conmemoración presencial del 11 de septiembre y sumándose a la transmisión radial, se desarrolló el proyecto *Epistolario de la Memoria*: una invitación a nietas y nietos de víctimas de la dictadura a escribir una carta a su familiar hablándole del día de hoy, carta interpretada por artistas del Teatro de La Memoria en una serie de 33 videos que pueden ser reproducidos por los visitantes en la plataforma del proyecto.

Por medio de Conectados y una [nueva cuenta de Instagram](#) asociada al Museo, se invitó a las audiencias a compartir sus fotos familiares durante la dictadura, para armar un álbum digital de recuerdos disponibles en la red social y la web.

También, para acompañar el proceso del plebiscito nacional 2020, se lanzó en octubre el proyecto *Lienzos eternos*, activación comunicacional que recopiló lienzos históricos de protestas durante la dictadura, que debido a su vigencia, fueron traídos a la actualidad para que las personas los pudieran descargar, imprimir y compartir física o digitalmente en sus redes sociales, entregando el mensaje de que, aunque no quisiéramos, muchas de las demandas del pasado siguen presentes y eran exigidas en las calles por miles de chilenos y chilenas.

UN AÑO DE MEMORIAS Y DERECHOS HUMANOS POR MEDIO DE LA VIRTUALIDAD

El funcionamiento de Conectados ha integrado las redes sociales y ha funcionado en paralelo al portal institucional. A raíz de esto se ha producido una división natural de los usuarios que visitan los sitios web y plataformas. En un año de pandemia,



48

➤ Usuaría probando la aplicación para teléfonos móviles en el MMDH. Fotografía: Daniel Barahona.

las actividades virtuales en torno a la estrategia #ConectadosConLaMemoria alcanzaron a un total de 6.125.553 usuarios, mientras que las experiencias digitales congregaron a 1.920.483. Es decir, hubo un alcance digital de ocho millones de usuarios, aproximadamente.³ Solo en las cuentas institucionales de Instagram y Facebook se recibieron más de 85.000 seguidores nuevos.⁴

Fue un año de experimentación en lo que refiere al diseño web y al desarrollo de iniciativas virtuales, sean en sitios o redes sociales, con buenos resultados. Hay un gran interés en los contenidos que ofrece el Museo, ya sea 'acceder a' ellos como también, 'interactuar con' e incluso cocrearlos de forma digital.

A diez años de la apertura del Museo,

y con el descenso de las cuarentenas y, por consiguiente, una apertura gradual de los espacios culturales en la capital y el resto del país, el equipo empezó a cuestionarse las posibilidades de compatibilizar el 'museo virtual' con el 'museo presencial'. Como ha sido la tónica de las discusiones museológicas al respecto, el 'museo virtual' llegó para quedarse.

Por consiguiente, la apuesta de la institución será el desarrollo de contenidos hipermediales, a los cuales se pueda acceder desde la muestra principal, pero también, desde las plataformas web del Museo, a modo de profundización según los intereses de cada persona y que les permitan también intercambiar sus pensamientos y reflexiones con el Museo. Ya se está trabajando en el diseño y la





implementación de una nueva página institucional, que integre los contenidos de la actual web con la de Conectados, para que los usuarios encuentren todo en un solo sitio.

Además, desde septiembre de 2020, con la adjudicación de fondos de parte del Goethe-Institut, el Museo comenzó a trabajar en su primera aplicación web para navegadores en móviles o tabletas. Esta surgió en el marco de la actualización del Museo por sus 10 años, y el trabajo digital del primer semestre de 2020. El objetivo general de la aplicación es complementar el recorrido presencial de las muestras con contenidos digitales e interactivos que sean accesibles desde los móviles o las tabletas de los visitantes, pudiendo usarse tanto dentro como fuera del Museo. Su interfaz permitirá a las personas crear un usuario si lo desean, en el cual podrán guardar sus preferencias, para revisitarlos o dirigirse a contenidos y colecciones asociados a este.⁵

Esperamos que este punto de partida sea inicio para otros proyectos que signifiquen la conexión y llegada a más personas, y así cumplir la misión institucional más allá de lo presencial. 

NOTAS

¹ Campaña digital que consiste en la reconstrucción y la transmisión minuto a minuto de los hechos ocurridos durante el Golpe de Estado de 1973, por medio de archivos radiales que son parte de las colecciones de la institución, en un sitio web especial y Facebook Live. Fue diseñada y lanzada en el marco de la conmemoración de los 45 años del Golpe. La buena recepción de las audiencias digitales ha llevado a replicar la iniciativa cada 11 de septiembre, incluyendo mejoras para la mediación e interacción con los contenidos.

² Campaña junto a Wikimedia Chile, que buscó levantar información histórica y fotográfica de sitios y lugares de memoria asociados a la dictadura cívico-militar, mediante una editación masiva de los artículos disponibles en Wikipedia. Fue realizada por primera vez en 2018, siendo 2020 su tercera edición.

³ La cifra del alcance corresponde a la sumatoria del número de visitas a la página web Conectados, por contenidos subidos mensualmente (obtenido mediante Google Analytics); el alcance en redes sociales por publicaciones mensuales, las visualizaciones únicas en redes sociales de los contenidos en vivo mensuales (obtenido mediante Facebook Creator Studio), reproducciones únicas en Spotify mensuales, y el registro manual de usuarios atendidos directamente por vías digitales cada mes (consultas de colecciones, sesiones *online* vía Zoom).

⁴ Cifra obtenida mediante Metricool.

⁵ En julio de 2021 se lanzó el primer recorrido disponible en la aplicación, que consiste en 34 hitos de la muestra principal, que incluye puntos de interacción con reflexiones para los visitantes, que pueden compartir con el Museo.

Mapeo colectivo “mapalaunion.cl”



Centro Cultural La Unión

Juan Jullian, director Centro Cultural La Unión.

● ¿En qué fecha se realizó?

El sitio lo desarrollamos e implementamos durante mayo de 2020, con ocasión del mes del patrimonio.

La pandemia nos empujó al desarrollo de plataformas virtuales, por lo que aprovechamos la oportunidad e hicimos realidad este dispositivo. Actualmente sigue en funcionamiento.

● ¿Cómo se hizo?, ¿en qué consistió?

Buscamos códigos fuente de algún dispositivo similar en repositorios de código abierto (no hay nada nuevo bajo el sol) y, para nuestra sorpresa, la Biblioteca Pública de Nueva York desarrolló justo un sistema que buscaba casi lo mismo que nosotros y, para mayor sorpresa aún, era de código abierto. Pues bien, tuvimos que adaptar el código, haciendo muchos ajustes (era un tanto antiguo), añadimos algunas funciones más, un toque de diseño y ¡voilà! Nació mapalaunion.cl

Aunque suene sencillo, el proceso fue muy arduo, tuvimos que aprender de nodeJS y Express para montar el sitio y añadir las funcionalidades. A diferencia del proyecto original, en este caso las personas pueden mapear y también pueden agregar información cualitativa sobre las imágenes que ven. Además, el mapa fue rediseñado, para darle un poco más de *calor*, incluyendo también visión satelital pensando en las personas que no están acostumbradas a trabajar con mapas. Por último, se añadió la función de compartir las imágenes por medio de Facebook, para poder socializar los descubrimientos.

● ¿Por qué se decidió llevar a cabo?

¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

Siempre hemos tenido la intención de georreferenciar las fotografías y los filmes que son parte de nuestro archivo. Sin embargo, ante tamaña tarea (son más de quince horas de películas y cerca de medio millón de fotografías) pensamos que debería ser un proceso participativo, en que todos nos ayudaran, y que colectivamente se pudieran corregir los errores en la georreferenciación, aprovechando así de ser también un lugar digital donde ver el archivo.

● ¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?

Se modificó el código fuente del NYPL Surveyor y se compiló en un servidor propio (espacio digital donado por Amazon Web Services), accesible en mapalaunion.cl

● ¿Para quién fue pensada?

¿Cuál fue su público objetivo?

En términos de los dispositivos digitales que desarrollamos (como mapalaunion.cl, archivolaunion.cl y las exposiciones web disponibles en culturalaunion.cl) siempre pensamos en la comunión familiar: quienes más han demostrado interés en el archivo son las personas mayores, principalmente porque son ellas, muchas veces, protagonistas del mismo archivo; ellas están ahí, y si no son ellas, son sus amigos, sus parientes, sus lugares, sus actividades, su vida, al fin. Y bueno, nuestra intención es que los más jóvenes de los hogares puedan ayudar a los mayores, descubriendo juntos el lugar en el que viven.



● **¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?**

Son alternativas interesantes para el trabajo de difusión y puesta en valor del patrimonio. Lo más relevante es comenzar a abrir espacios de documentación comunitaria de los archivos, pues para nosotros es muy significativo lo que las personas tienen que decir de lo que allí hay, lo que el archivo presenta y representa. La significación que hacen las personas le da humanidad y sensibilidad a los objetos del archivo, más que una curatoría académica y técnica.

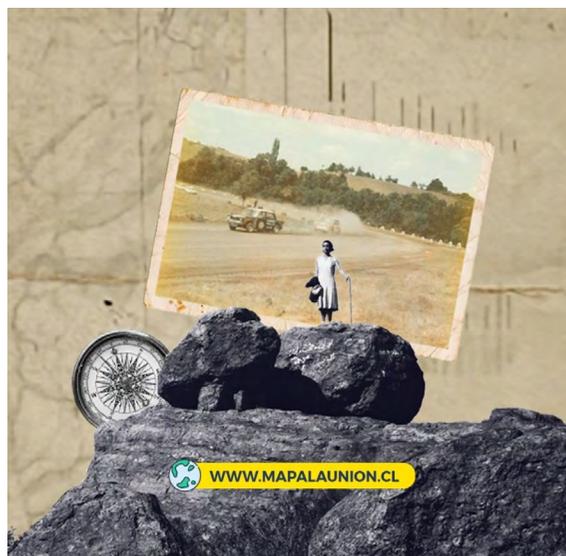
Sin embargo, a la vista de lo ocurrido con la digitalización acelerada en pandemia, creemos que debemos tenerlas siempre como alternativas, y que los museos o las instituciones afines, deben comenzar a diseñar actividades presenciales. Que el museo sea una excusa para juntarnos y hablar de nuestro territorio, de nuestros sueños y del futuro que queremos, mirándonos a los ojos, eso es para nosotros un museo del futuro.

● **¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?**

Mejorar la accesibilidad de los dispositivos digitales creados (mapalaunion.cl, archivolaunion.cl, cultura-launion.cl), buscando crear una red digital unificada con el archivo, en la cual este último se nutra directamente de todos los aportes que han hecho los usuarios. Nuestra idea es que el archivo sea un lugar de encuentro, un lugar abierto, susceptible de interrogaciones, de resignificaciones, más que un repositorio de verdades ya creadas. Y claro, siempre esto como una alternativa a las irremplazables acciones de documentación participativa que se realizan (o realizaban) de manera presencial.

● **¿Hay alguna otra iniciativa que quisiera destacar? De su institución u otra.**

De nuestra institución, el repositorio archivolaunion.cl, que recoge información de los usuarios y la transmite directamente a los archivos. Es un repositorio de acceso liberado (previo registro), que permite la



➤ Piezas gráficas Mapa La Unión.
Instagram Centro Cultural La Unión, septiembre de 2020.

descarga de los archivos digitales según sea el uso que se le quiera dar, entre otras cosas. También es un dispositivo en constante mejora.

Muy interesante nos parece la iniciativa museodelmundo.org, que intenta generar colecciones a través del mundo para apreciar de un paraguazo la cultura de distintos territorios. 

Visitas guiadas virtuales: Exhibiciones a un clic de distancia

Andrea Torres V.
Subdirección Nacional de Museos

Desde al menos la segunda década de este siglo, los museos han puesto a disposición de sus visitantes sus colecciones y exhibiciones en línea. En un comienzo, simplemente por medio de secciones más o menos interactivas en sus sitios web. Con el lanzamiento de [Google Arts & Culture](#) en 2011, por ejemplo, se ampliaron las alternativas y los modos de acceder a la oferta de miles de museos y otras instituciones culturales en el mundo.

Al momento de implementarse las medidas sanitarias orientadas a frenar la propagación del covid-19, muchos museos ya tenían visitas virtuales habilitadas en sus plataformas. Sin embargo, nunca antes la demanda por acceder a colecciones y exhibiciones en línea había sido tan alta, siempre que en tiempos prepandemia se privilegiaban las visitas presenciales a los museos, especialmente aquellas en su modalidad guiada.

Para suplir la presencialidad y mantener los vínculos con sus comunidades, los museos implementaron diversas actividades digitales, algunas adaptadas y otras especialmente diseñadas para acompañar a sus públicos en el confinamiento. Así, alrededor del mundo, los museos idearon maneras de llevar no solo sus colecciones y exhibiciones, sino también sus salas y edificios hasta los dispositivos de públicos tanto fidelizados como nuevos.

Experiencias como los directos de Instagram que realizaba a diario el [Museo del Prado](#) –y que aún se mantienen– o la posibilidad de acceder mediante una aplicación de realidad virtual a todos los detalles de la [Mona Lisa en el Louvre](#), fueron experiencias inéditas y exitosas en pandemia. Estas revelaron la creatividad de los equipos de los museos, pero también la disponibilidad y los alcances de una tecnología quizá hasta ese momento subutilizada, por no parecer necesaria.¹

Así, respecto de visitas guiadas, proliferaron aplicaciones para dispositivos móviles, nuevas plataformas ofreciendo recorridos en 360°, experiencias de realidades inmersivas, herramientas como [Street View](#) de Google Arts & Culture y las alternativas ofrecidas en formato directo por redes sociales como Instagram o Facebook. Pero siguieron siendo muy valoradas las visitas en tiempo real, acompañadas en directo por especialistas ya sea de las áreas de mediación o de colecciones.

En esta sección destacamos tres experiencias –de las varias que impulsaron los museos chilenos–, cuyos objetivos y herramientas utilizadas fueron distintas. El Museo Baburizza implementó una videovisita previamente grabada que se transmitió en el contexto de la Noche de los Museos, evento anual que realiza la Red ViVa de Museos y que en 2020 se desarrolló en línea. También en la Región de Valparaíso, el Museo La Ligua diseñó un recorrido virtual sonoro por la exhibición permanente, orientado a las comunidades educativas y como parte de su programación mensual en pandemia, junto con otros contenidos digitales alusivos a hitos locales. Por su parte, la Casa Museo Eduardo Frei Montalva contaba con un recorrido virtual en sus primeros años de existencia, no tan utilizado entonces en favor de la visita presencial. Todo lo contrario ocurre con el muy solicitado recorrido actual, con tecnología 360° y la posibilidad de coordinar visitas guiadas virtuales. 

NOTA

¹ De hecho, la experiencia de realidad virtual con la Mona Lisa se lanzó en octubre de 2019, como parte de la exhibición acerca de Leonardo Da Vinci, pero no fue sino bajo las condiciones restrictivas de la pandemia que se amplió su alcance.

Videovisita al Museo Baburizza (Noche de Museos)



Corporación Museo de Bellas Artes de Valparaíso

Javier Muñoz Alvarado, encargado de Mediación y contenidos, Museo Baburizza.

● ¿Cómo se hizo?, ¿en qué consistió?

Actividad realizada sobre la base de cápsulas de video previamente grabadas, en las cuales el equipo de Colecciones y Mediación relata contenidos históricos y artísticos de las obras del museo. Además, se enfatiza sobre las distintas características y colecciones que alberga el Palacio.

● ¿Por qué se decidió llevar a cabo?

¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

Con motivo de la celebración del Día internacional de Museos, decidimos (junto a todas las instituciones que componen Red ViVa de Museos) poner en valor y difundir el gran patrimonio pictórico nacional que alberga el Palacio.

● ¿En qué fecha se realizó?

Se realizó el día 11 de diciembre de 2020. Sin embargo, la participación del Museo Baburizza en Noche de Museos se realiza desde el año 2016.

● ¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?

Las tres cápsulas de video fueron cargadas en la cuenta de [YouTube](#) del museo, para luego difundirlas en distintos momentos (19.00, 20.00, 21.00) durante la jornada del 11 de diciembre de 2020.

Para esta difusión se utilizaron las redes sociales del Museo, principalmente las cuentas en [Facebook](#) e [Instagram](#).

● ¿Para quién fue pensada?

¿Cuál fue su público objetivo?

Nuestro público objetivo es el público general. Todos nuestros seguidores en redes sociales.

● ¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?

Las acciones digitales de este tipo mantienen la conexión y comunicación entre el museo y nuestros públicos en contextos complejos como la pandemia. Es una herramienta sumamente útil, y aunque la pandemia retroceda, mantendremos estas modalidades virtuales, además de las presenciales.

● ¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?

Participación anual permanente del Museo en esta celebración.



➤ Pieza gráfica Noche de Museos. Instagram Museo Baburizza, diciembre de 2020.

Recorrido virtual por el Museo La Ligua

Museo La Ligua

Darío Aguilera, director Museo La Ligua.

● ¿Cómo se hizo?, ¿en qué consistió?

Primero se realizó un guion para ordenar los contenidos a transmitir en los recorridos, teniendo como base la narrativa de la exposición permanente del museo. Luego se realizó un guion técnico en el cual se diseñó una presentación base (PowerPoint) para usar en cada ocasión, a la que se le sumaron recursos didácticos, como paisajes sonoros, réplicas de piezas presentes en la exhibición, videos, musicalización en vivo, entre otros, material que era exhibido en cada recorrido virtual.

Todo ello nos permitió levantar una programación cada mes, a la que, además de los recorridos virtuales, se le sumaban otros contenidos digitales, que iban muy de la mano con las efemérides e hitos locales de cada mes. Así, la programación se enriqueció con cuentacuentos virtuales de relatos inspirados en el patrimonio local, exposiciones virtuales, charlas y exhibición de objetos de la colección; luego era enviada a las comunidades educativas de la zona vía correo y difundida masivamente por radios locales, periódicos y redes sociales. Esto nos permitió que cada semana tuviéramos, como promedio, de tres a cuatro solicitudes de grupos escolares interesados en experimentar esta experiencia educativa.

● ¿Por qué se decidió llevar a cabo?

¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

Esta actividad se ideó para hacer sentir a nuestra comunidad que el Museo, a pesar de que había cerrado sus puertas a las visitas presenciales debido a la pandemia, seguía vivo, con su mística de siempre, con la misión de acompañar a las familias y, en especial, a niños y niñas de nuestra provincia, durante los difíciles momentos que se vivían en aquel entonces, levantando semana a semana

contenidos educativos, de manera cercana, reflexiva, didáctica, sobre nuestro territorio y su historia profunda, en formato digital.

Su objetivo era ofrecer una experiencia didáctica, llena de contenidos locales, orientada a las comunidades educativas de la provincia de Petorca, región de Valparaíso, especialmente de enseñanza parvularia y básica, para explorar y conectar a niños y niñas con la historia profunda de nuestra zona, por medio de un recorrido virtual, ameno, sonoro y musical, por la exposición permanente del museo.

● ¿En qué fecha se realizó?

Comenzó a partir de julio de 2020, como parte de la programación que mes a mes íbamos levantando como institución desde el inicio de la pandemia. Esta actividad, que continúa a la fecha [julio de 2021], se ha ido enriqueciendo con la retroalimentación por parte de profesores/as participantes, quienes nos han solicitado explorar, por medio de los recorridos, contenidos específicos para sus clases, ej., historia y patrimonio local. Se han incorporado réplicas de objetos de la colección exhibida en nuestra muestra permanente, música en vivo en los recorridos, material didáctico, paisaje sonoro de nuestro territorio y, últimamente, con la producción de una aplicación en 3D y de Realidad Virtual (RV), iniciativa financiada por el Fondo para el Mejoramiento Integral de Museos, que administra la Subdirección Nacional de Museos.

● ¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?

Por lo general ocupamos la aplicación Meet de Google para realizar las presentaciones. Una vez enviada la solicitud por el / la profesor/a interesado/a se coordinaba con él / ella la fecha y





el horario, además de los contenidos específicos a poner en valor durante el recorrido.

Registro de [estas](#) y otras actividades se pueden encontrar en el [Instagram del museo](#).

● **¿Para quién fue pensada?**

● **¿Cuál fue su público objetivo?**

Los recorridos virtuales por el Museo La Ligua fueron pensados para grupos escolares de enseñanza parvularia y básica, para acercarlos y conectarlos con el arte, la memoria, el patrimonio y la historia local de la provincia de Petorca, Región de Valparaíso.

● **¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?**

Que la virtualidad en la labor museal debe verse como una gran oportunidad para estrechar lazos con nuevos públicos, lo que aumenta de manera importante el impacto que pueden tener los museos en el mundo contemporáneo. Lo anterior exige además que los equipos de museos debemos avanzar en profundizar nuestros conocimientos en el uso de herramientas digitales, de ahí que es importante generar las condiciones para promover instancias formativas y de capacitación para la adquisición de nuevas competencias del mundo virtual, pues este nuevo ecosistema llegó para quedarse.

El desafío a futuro de los museos será, entonces, generar una labor híbrida, que incluya de manera equilibrada y armoniosa tanto la presencialidad como lo virtual, para, de ambos mundos, coleccionar las mejores prácticas, para beneficio último de la misión central de los museos, que es estar al servicio de las personas, las comunidades y el territorio que habitamos.

● **¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?**

Como proyecciones nos mueve mejorar y enriquecer esta iniciativa educativa, con nuevos contenidos y herramientas digitales, para lograr avanzar hacia

una experiencia sensorial y emotiva, más accesible e inclusiva para todos y todas, en especial, hacer partícipe de ella a personas con discapacidad.

También trabajar para incluir nuevas comunidades educativas a esta actividad y ampliarla, no solo a la educación formal, sino que también abrirla al resto de la comunidad local.

Avanzar hacia un recorrido virtual de nuestra comuna y provincia, que conecte hitos patrimoniales compartidos, con una metodología que promueva el enriquecimiento de sus contenidos con los aportes de los propios participantes.

Crear una versión que promueva la puesta en valor de la Red de Museos de la Región de Valparaíso, de la cual formamos parte, por medio de un recorrido que recoja los objetos más preciados de su exhibición.

Finalmente, producir, con mejor calidad técnica, un recorrido más interactivo, que pueda ser compartido en nuestro sitio web y redes sociales, y que tenga una versión para ser experimentada con lentes de Realidad Virtual (RV), para ofrecer una experiencia de inmersión en nuestro museo.

● **¿Hay alguna otra iniciativa que quisiera destacar? De su institución u otra.**

Sí, quisiera destacar la labor que hemos desarrollado conjuntamente con el Colectivo Arpilleras del Museo La Ligua durante esta pandemia, específicamente el proceso creativo denominado “Arpilleras en Pandemia”, que consistió en un espacio de contención y acompañamiento entre sus integrantes y el museo durante las cuarentenas, pero también de mucha conversación y arte para testimoniar, por medio de la confección de una arpillera, a modo de crónica, lo que cada una está viviendo.

Este proceso culminó con una exposición virtual por las redes sociales del museo y, posteriormente, con la inauguración de una [muestra presencial](#) en febrero de 2021, ya que pudimos reabrir, después de largos meses de encierro. 

Recorridos guiados virtuales en Casa Museo Eduardo Frei Montalva



Casa Museo Eduardo Frei Montalva

Maité Gallego Bretón, subdirectora Casa Museo Eduardo Frei Montalva.

● ¿En qué fecha se realizó?

Casa Museo se inaugura en Santiago de Chile el 12 de mayo de 2008. Los recorridos virtuales comenzaron a implementarse en 2010 y estuvieron activos hasta 2012; se podía acceder a estos por medio de la página web, pero no eran guiados. El público casi no los consultaba, no tenían la cultura de solicitarlo, porque preferían venir al lugar. Años más tarde, el año 2020, con la llegada de la pandemia, tuvimos que rápidamente rehacernos y adaptarnos a esta nueva forma de hacer museos. Es interesante hoy ver cómo el museo comienza a tener presencia regional e internacional con este nuevo formato.

● ¿Por qué se decidió llevar a cabo?

¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

El objetivo era ante todo seguir vigentes y cerca de nuestro público, no desaparecer. Al tener que obligatoriamente cerrar nuestras puertas debido a la pandemia, hubo que buscar nuevas formas de seguir estando presentes. Así que de un día para otro y con ninguna planificación nos tuvimos que transformar en “expertos digitales”. Comenzamos a diseñar recorridos guiados virtuales, seminarios y conferencias por medio de la plataforma Zoom y otras, reuniones de coordinación internas desde las pantallas. Catálogos digitales, galerías virtuales. Nunca más nos vimos las caras como equipo de trabajo, pero el museo seguía intacto y a tope de actividades, ofreciendo contenidos, solo cambiamos la forma de ofrecerlos.

Fue todo un desafío y lo sigue siendo en el presente, empezar a conocer a este nuevo público objetivo. Buscar maneras de conocer a esta nueva

comunidad que nos seguía ahora desde una pantalla, una interfaz. Ya no había un cara a cara, el desafío fue seguir transmitiendo la energía y el aura de esta casa patrimonial de los años sesenta, pero desde lejos y a través de una pantalla.

● ¿Cómo se hizo?, ¿en qué consistió?

Básicamente se contrató a un fotógrafo profesional que tomara imágenes de la casa del presidente y levantara el recorrido en 360°.

● ¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?

El recorrido 360° se desarrolló en el sitio web del Museo: <https://www.casamuseoeduardofrei.cl/> y los recorridos virtuales se hacen por medio de Zoom.

● ¿Para quién fue pensada?

¿Cuál fue su público objetivo?

El recorrido virtual 360° fue pensado para todo público, especialmente público general, es decir jóvenes y adultos. También para profesores que quisieran realizar una visita guiada con sus estudiantes en el marco de la clase de historia de Chile.

● ¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?

Que nunca hay que decir nunca. En lo personal era impensable mostrar un espacio museístico a través de una pantalla, y si bien nada se compara con ver arte o patrimonio de forma presencial, el uso de la tecnología de forma responsable y pensada en el usuario, puede ayudar mucho a mostrar los objetos patrimoniales con mayor perspectiva y detalle.



Por otra parte, a modo de introducción al espacio, este medio nos ayuda mucho a tener más presencia e impacto a nivel regional e internacional. Pienso que muchas personas de regiones están contentas y agradecidas de poder formar parte de lo que ofrecemos hoy como espacio cultural y así lo han hecho saber. También en las conferencias y los seminarios que hemos ofrecido hemos detectado la participación de un público internacional. Si bien eso se daba antes en la forma presencial, hoy se da más desde lo digital.

● **¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?**

Dejar activos los recorridos virtuales 360° y otras iniciativas como la galería virtual, independiente de que, en un futuro, ojalá cercano, podamos abrir nuevamente las puertas de Casa Museo a nuestro querido público. Así seguir proporcionando un lugar para los que nos siguen desde lejos.

● **¿Hay alguna otra iniciativa que quisiera destacar?**

El diseño y la construcción del micrositio Galería Virtual EFM enlazado a la web oficial del museo. También por razones de fuerza mayor en el que la pandemia no nos dejaba realizar nuestras exposiciones temporales de forma presencial, creamos esta galería digital en la cual publicamos, por una parte, nuestras exposiciones temporales (con fotos, textos y audios) y, por otra parte, con un corte más académico, pudimos seguir ofreciendo recursos educativos para espacios formales (el aula) dirigidos a académicos y profesores de establecimientos educacionales.

Este espacio de galería fue un salvavidas y definitivamente lo que nos permitió estar y seguir cerca de nuestra audiencia, en momentos en el que todos los museos y centros culturales de Santiago estaban cerrados (en fase 1) y cuarentena total en la Región Metropolitana. Por medio de este espacio, Casa Museo siguió estando en la palestra. 



➤ Línea de tiempo en acceso a la Casa Museo EFM.



➤ Tour virtual Casa Museo EFM.

Talleres, cápsulas y charlas virtuales: En casa con las comunidades

Andrea Torres V.
Subdirección Nacional de Museos

Como consecuencia del cierre temporal (aunque, en muchos casos, indefinido) de los edificios, los museos en su mayoría volcaron sus programas presenciales al ambiente digital. Parte de estas actividades se refieren a aquellas acciones virtuales en vivo que los museos realizaron y transmitieron por plataformas digitales, como talleres, seminarios o conferencias, entre otras. En esta sección incluimos tanto aquellas iniciativas que estaban consideradas previamente, como aquellas que fueron ideadas especialmente para ser transmitidas mediante redes sociales o servicios de videoconferencia.

Al verse enfrentados a la inevitable modificación de sus programaciones, los museos se replantearon rápida y creativamente las formas de acceder a sus públicos y mantener su vigencia. También, buscaron conservar los vínculos con las comunidades y, en muchos casos, lograron fortalecerlos. En cuanto a los talleres, las cápsulas y las charlas, estas actividades se diseñaron sobre la base de contenidos específicos y focalizados, de acuerdo a la orientación de la institución y a las comunidades de interés. Esto les permitió fidelizar a dichos grupos, pero también llegar a nuevos públicos, distantes pero interesados en los contenidos de la entidad museal. Este alcance fue facilitado por el uso inmediato y abundante de redes sociales en formato *live* (Instagram, Facebook) y otras plataformas que permiten la transmisión en directo (Zoom, Meet). Algunos museos también almacenaron sus actividades previamente desarrolladas en vivo en sitios web dedicados a compartir videos (YouTube).

Ciertas actividades digitales permitieron compartir con las comunidades los beneficios del trabajo

manual en períodos de cuarentena, asociados al bienestar y la salud mental. Otras estuvieron orientadas a capacitar y entregar conocimiento y habilidades a los distintos grupos, generando vínculos de colaboración o desarrollando capacidades específicas en ellos.

En esta sección destacamos cinco actividades, de las varias de este tipo que realizaron los museos del país. Así, las cápsulas sonoras que desarrolló el Museo del Sonido surgieron como opción para continuar con su labor educativa en un formato no presencial. El Museo Benjamín Vicuña Mackenna desarrolló el taller “*Collages de barrio*”, aprovechando de celebrar virtualmente el Mes de las niñas y los niños y fortaleciendo, además, los vínculos con las familias vecinas. En la misma línea, el Museo de Arte Popular Americano Tomás Lago desarrolló su programa #MAPAenCasa, ideado especialmente como otro modo de acercar las colecciones a la comunidad mediante la realización de trabajos manuales. Orientado a un público joven, el Museo de Sitio Castillo de Niebla realizó una actividad mediada para propiciar encuentros entre académicos universitarios y escolares, la que surgió como alternativa para continuar con los encuentros que, prepandemia, se realizaban presencialmente a partir de las actividades educativas. En el caso del Memorial de Paine, los talleres de participación y habilidades comunicativas que comenzaron en forma presencial se adaptaron al formato virtual. Si bien estos no tuvieron el trabajo con la memoria y los derechos humanos como eje central, su objetivo en común fue la construcción de una sociedad en la que prevalezca la dignidad humana como valor fundamental para las comunidades. 

Cápsulas sonoras educativas



Museo del Sonido

Sofía Forttes, directora Museo del Sonido.

● ¿Cómo se hizo?, ¿en qué consistió?

Hemos realizado varias cápsulas, tuvimos sobre experimentación sonora, ritmos del mundo, cancionero popular chileno, construcción de instrumentos, aplicaciones para hacer y grabar música, etc. Las cápsulas se realizan en diferentes formatos, algunas en video, otras en formato gráfico y otras con transmisión en vivo.

Actualmente tenemos cápsulas sobre la música de los pueblos originarios, historia de la música, anécdotas e historias sobre canciones, agenda de eventos relacionados con la música y el sonido y sobre los diferentes instrumentos, en los que los instrumentistas nos cuentan sus principales características, técnicas y sus vivencias en el mundo de la música a partir de cada instrumento en particular.

● ¿Por qué se decidió llevar a cabo?

¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

Las cápsulas surgieron como una alternativa para continuar con nuestra labor educativa, en un formato no presencial.

● ¿En qué fecha se realizó?

Comenzamos con la pandemia y aún continuamos.

● ¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?

Nuestras cápsulas se han publicado en nuestra página web www.museodelsonido.cl, en [Instagram](#), [Facebook](#) y nuestro canal de [YouTube](#).

● ¿Para quién fue pensada?

¿Cuál fue su público objetivo?

Fueron pensadas para el público en general, para cualquier persona que le interesen aspectos de la música y

#QUEDATEENCASA Y Aprende con Museo del Sonido

Por medio de las plataformas virtuales estaremos compartiendo y entregando diferentes herramientas para seguir aprendiendo y divirtiéndonos con el Sonido.



➤ Pieza gráfica anunciando actividades virtuales. Instagram Museo del Sonido, marzo de 2020.

el sonido, desde la práctica, hasta la simple curiosidad o interés.

Las cápsulas y los talleres que hemos realizado están pensados para chicos desde los 8 años hasta adultos de cualquier edad.

● ¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?

Ha sido y continúa siendo un período de mucho aprendizaje, experimentación, ensayo y error. Hemos aprendido a cruzar barreras y que con creatividad todo es posible.

● ¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?

Estamos pensando en profundizar estas experiencias, la idea/proyecto sobre el que estamos trabajando es la de llevar la visita guiada que se “realizaba” en el museo en forma presencial, trasladarla a un formato virtual.

Collages de Barrio



Museo Benjamín Vicuña Mackenna

Solmaría Ramírez Ahumada, encargada de Desarrollo Institucional, Museo Benjamín Vicuña Mackenna.

● ¿Cómo se hizo?, ¿en qué consistió?

Los talleres se realizaron los sábados 8, 15 y 22 de agosto a las 11.00 horas en la cuenta de Instagram del Museo, acompañando a niñas y niños en la construcción de un *collage* de sus lugares favoritos del barrio. Se invitó también a los participantes a enviar sus *collages* escaneados o fotografiados, para publicarlos en el sitio web del museo a modo de exposición virtual.

● ¿Por qué se decidió llevar a cabo?

¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

La actividad se realizó en el contexto del Mes de las niñas y los niños, con el objetivo de celebrar esta fecha invitando a las/os pequeñas/os participantes a reflexionar sobre el barrio en que habitan por medio de la experimentación con diferentes texturas y materiales, en talleres guiados por la artista Virginia Acosta.

● ¿En qué fecha se realizó?

Collages de Barrio se realizó por única vez entre el 8 y el 22 de agosto de 2020.

● ¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?

Los talleres fueron desarrollados en el [Instagram del museo](#) a través del formato Live.

La muestra de los trabajos se desarrolló en el [sitio web del museo](#) por medio del formato galería.

● ¿Para quién fue pensada?

¿Cuál fue su público objetivo?

El público objetivo fueron niñas y niños, acompañados de un adulto responsable que realizó la función de mediador.

● ¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?

Al igual que con las otras actividades desarrolladas por el museo en 2020, esta experiencia comprobó la posibilidad de trabajar y compartir con la comunidad directamente, a pesar del distanciamiento físico, gracias a la tecnología.

● ¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?

Continuar con el trabajo realizado por el museo planificando actividades que permitan fortalecer la reflexión en torno a la ciudad en conjunto con la comunidad.

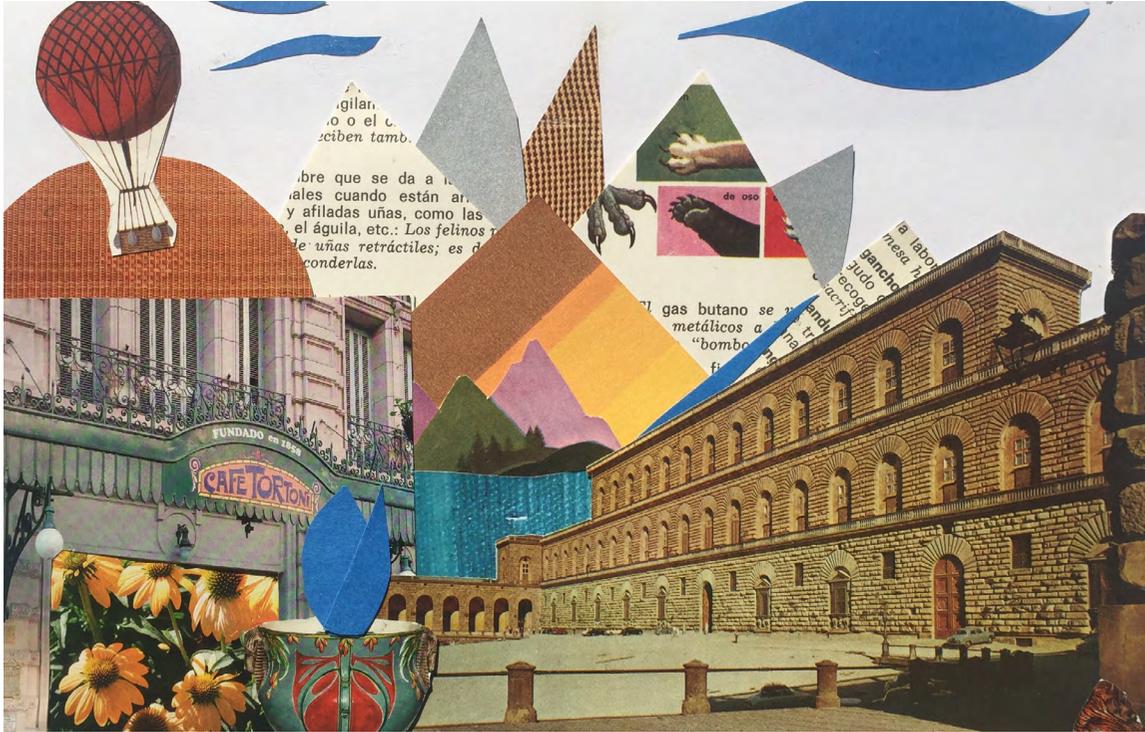
● ¿Hay alguna otra iniciativa que quisiera destacar?

Durante 2020, el Museo Benjamín Vicuña Mackenna realizó múltiples actividades para continuar en contacto con la comunidad a pesar del distanciamiento social. Así, se realizaron la convocatoria fotográfica [#100vistas1ciudad](#) y la exposición del mismo nombre, además de las muestras virtuales *Brunet de Baines en Santiago de Chile: 1848-1855*, *Vicuña Mackenna Revisitado*, y *El cerro habitado: un sueño de Vicuña Mackenna*.

También, se desarrolló el seminario Democracia y Violencia, y las charlas Derecho de autor y acceso digital; Joaquín Toesca: arquitecto europeo en Chile, y Vicuña Mackenna, el urbanista.

Además, se realizaron el *show* de magia No solo de cartas vive el mago y el concierto de cello DOCTA, y junto a BiblioRedes se lanzaron los recorridos virtuales del [museo](#) y del [cerro Santa Lucía](#).





Rocío Espinosa (11 años), Ñuñoa



Gabriel Blanchard (8 años), Concón



Es vital y moderna. Delirante y gentil. Acogedora y permisiva.

CASA

LA CIUDAD

Laura Riveros Córdoba (11 años), Las Condes

Juan Alonso (7 años), San Miguel



Antonia Ruiz (6 años), Providencia



MAPA en CASA

Museo de Arte Popular Americano
Tomás Lago (MAPA), Facultad de
Artes de la Universidad de Chile

Deysi Cruz Vásquez, encargada de Extensión, MAPA.

● ¿Cómo se hizo?, ¿en qué consistió?

MAPA en CASA consistió en la generación de talleres o clases prácticas de una sesión por medio de Instagram con la duración máxima de una hora. El pie forzado de cada taller fue que tuviera un vínculo directo con las piezas de la colección del MAPA, además de realizar al inicio de cada taller una pequeña introducción teórica y contextual de la técnica a desarrollar.

Durante el taller en vivo las/os espectadoras/es podían realizar sus consultas en el chat y eran respondidas en simultáneo por la tallerista. Durante 2020 se realizaron en total 22 talleres en vivo.

Además de los talleres prácticos, MAPA en CASA también contempló diálogos en vivo, en los que se invitó a investigadores, artistas y artesanos para que compartieran en una conversación relajada sus experiencias y su quehacer con nosotros y el público que podía interactuar por medio del chat. Desde que comenzamos la iniciativa en el año 2020 a la fecha, llevamos 10 diálogos realizados.

● ¿Por qué se decidió llevar a cabo?

¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

Debido a la pandemia y, por consiguiente, al cierre de todos los espacios culturales del país, tuvimos que replantearnos la forma de acceder al público y las comunidades para mantener vigente la figura del museo. El primer cierre indefinido fue el 16 de marzo de 2020, días antes en la sala de exposiciones del MAPA en el Centro Cultural Gabriela Mistral habíamos inaugurado la exposición *Mujeres creadoras* en el marco del Día Internacional de la Mujer.

Tras este cierre abrupto, enfocamos nuestro trabajo a la generación de contenido para redes sociales. Es allí donde surgió la iniciativa MAPA en CASA, haciendo clara alusión al llamado de las

autoridades a quedarse en casa. En esta primera etapa, colaboraron activamente todas las áreas del museo y uno de los principales objetivos fue acercar la colección del MAPA a la comunidad, por medio de herramientas pedagógicas como talleres y conversaciones con cultores e investigadores.

● ¿En qué fecha se realizó?

MAPA en CASA comenzó a desarrollarse en marzo de 2020, exactamente el viernes 27 de marzo con el primer taller por Instagram Live denominado “Cestería con material reciclado”. Desde ese momento hemos continuado con esta iniciativa y proyectamos que siga, por lo menos, todo el tiempo que dure la pandemia.

● ¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?

MAPA en CASA se desarrolla principalmente en las redes sociales, [Instagram](#) y [Facebook](#) del MAPA. Adicionalmente, agregamos parte de este contenido a nuestro [canal de YouTube](#).

● ¿Para quién fue pensada?

¿Cuál fue su público objetivo?

Inicialmente la iniciativa MAPA en CASA fue pensada para público general. Aunque debido a la especificidad del contenido, este debía tener interés en las expresiones y el estudio del arte y la cultura popular, no excluyente. No obstante, también hemos desarrollado actividades focalizadas para niñas, niños y jóvenes.

Es importante destacar que todas las actividades desarrolladas en MAPA en CASA son gratuitas y de libre acceso.



● **¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?**

Creo que una de las lecciones más importantes que podemos rescatar de experiencias como MAPA en CASA, es que nos ha significado la oportunidad de llegar a públicos fuera del territorio donde nos encontramos físicamente, y poder interactuar con ellos, conocer sus impresiones e intereses.

Además, tuvimos la posibilidad de contactar con personas que desde muy lejos nos agradecían esta iniciativa, especialmente el hecho de acompañarlos en estos momentos tan complejos e inciertos de la pandemia.

● **¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?**

La pandemia nos ha enfrentado a nuevos escenarios de relación con los públicos y las comunidades. Es difícil proyectar qué viene después de la pandemia, ya que existe demasiada incertidumbre al respecto, pero lo que tenemos muy presente es que nada será igual.

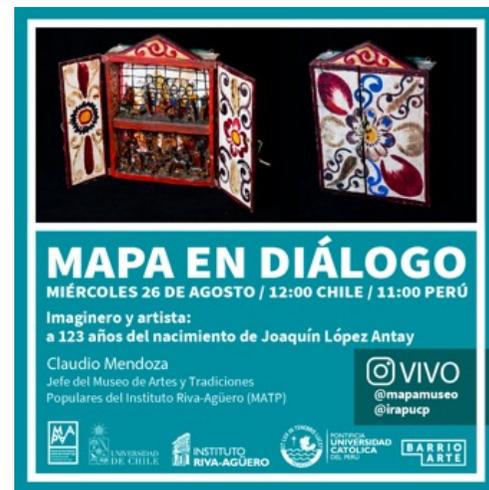
Nos parece que este modelo deberá ser con lo que tengamos que trabajar de aquí en adelante, una forma híbrida, entre la presencialidad y la modalidad *online*.

Tendremos que seguir creando e implementando iniciativas desde la virtualidad para construir y mantener el vínculo con las personas, sobre todo quienes nos siguen a la distancia.

● **¿Hay alguna otra iniciativa que quisiera destacar? De su institución u otra.**

Me gustaría destacar, además de MAPA en CASA, la iniciativa que comenzamos paralelamente en el museo denominada 'Recomendaciones MAPA', que consiste en buscar, recopilar y compartir semanalmente, por medio de nuestras redes sociales, registros audiovisuales con su respectiva ficha técnica, descripción y enlace directo para su reproducción.

También quisiera compartir las mediaciones realizadas por [EducaMAC](#) durante la pandemia, iniciativas como 'Mediación desde la ventana' o [#sueñosdecuarentena](#), que invitaban a reflexionar sobre el habitar y nuestro entorno en confinamiento. 



➤ Piezas gráficas MAPA en casa y MAPA en diálogo. Instagram MAPA, 2020.

“El museo en tu liceo”



Museo de Sitio Castillo de Niebla

Gabriela Alt Flores, encargada de Educación patrimonial, Museo de Sitio Castillo de Niebla.

● ¿Por qué se decidió llevar a cabo?

¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

La pandemia de covid-19 nos obligó a reformular nuestras actividades educativas, normalmente realizábamos charlas y talleres presenciales en establecimientos educacionales, como jardines infantiles, escuelas y liceos, además de las actividades que realizábamos en las dependencias del museo.

Sin embargo, en marzo de 2020 comenzaron las cuarentenas y, con eso, iniciaron las clases virtuales en escuelas y liceos, mientras que los funcionarios del museo tuvimos que realizar trabajo remoto.

En ese contexto, “El museo en tu liceo” surgió como una alternativa para continuar con los encuentros que a partir de las actividades educativas se realizaban presencialmente, reinventando el formato. El alcance de la virtualidad permitió además la colaboración de académicos y académicas de diversas ciudades del país e incluso del extranjero, acercándonos y contribuyendo al objetivo del área educativa de poner en valor temáticas patrimoniales en contextos de educación escolar.

● ¿Cómo se hizo?

En primera instancia se definieron algunas temáticas que buscábamos abordar y promover como institución, siendo un complemento al currículo escolar. Luego se realizaron contactos con académicos y académicas con quienes ya habíamos establecido previamente lazos bajo otras circunstancias. En ese ejercicio, conectamos a profesionales vinculados con historia de las fortificaciones, historia religiosa, patrimonio ambiental, pueblos originarios y arqueología local. Se logró así la colaboración de profesionales de la Universidad Austral de Chile, la Universidad San Sebastián, la Universidad de Chile,

la Universidad de Valparaíso y la Pontificia Universidad Católica de Chile, y de académicos extranjeros especializados en fortificaciones americanas de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla. Como ejemplo, se generaron gratas colaboraciones con el Premio Nacional de Historia Dr. Eduardo Cavieres y con el catedrático sevillano Dr. Juan Marchena Fernández, ambos con importantes publicaciones sobre historia de nuestro territorio.

En paralelo y con la entusiasta colaboración de diversos profesores de la comuna de Valdivia, gestionamos la participación de liceos técnicos y humanistas, subvencionados y públicos, quienes han sido parte de estas instancias, así como estudiantes de centros urbanos y rurales de la región.

Es importante destacar que estas actividades son instancias generadas desde la gestión, el entusiasmo y el interés de quienes participan.

● ¿En qué fecha se realizó?

“El museo en tu liceo” es una actividad mediada por el museo que propicia encuentros entre académicos universitarios y escolares de la Región de Los Ríos. Comenzó a realizarse en junio de 2020 y se desarrolla hasta hoy [julio de 2021]. Surgió como propuesta ante los desafíos de virtualidad que impuso la pandemia, aunque sus exitosos resultados instan a mantenerla como un servicio permanente del museo. La dinámica favorece la participación de estudiantes y la colaboración de universidades desde distintas regiones.

● ¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?

Las actividades se realizan por medio de la plataforma Zoom, no son actividades retransmitidas en otras redes sociales, sino que solamente acceden los/as estudiantes y sus profesores/as, el / la académico/a





invitado/a y algunos funcionarios del museo. Esto para resguardar la privacidad de los estudiantes que son menores de edad y para generar un ambiente más distendido entre quienes participan.

● **¿Para quién fue pensada? ¿Cuál fue su público objetivo?**

Esta iniciativa está orientada a estudiantes de enseñanza Media de colegios y liceos de la Región de Los Ríos, aunque también han participado estudiantes de 7° y 8° básico que participan de talleres escolares de patrimonio junto con estudiantes mayores de la misma institución.

● **¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?**

Ha sido muy enriquecedor trabajar colaborativamente, los/as académicos/as universitarios/as han tenido una excelente disposición para apoyar esta iniciativa y participar junto al museo. Docentes de liceos y colegios han estado muy motivados y han podido transmitir esa motivación a sus estudiantes.

Como evaluación, hemos recibido muy buenos comentarios y felicitaciones tanto de los profesores como de sus cuerpos directivos. Aunque a veces ha costado coordinar los horarios de todos los involucrados, es una iniciativa muy valorada y ha acercado el diálogo respecto al patrimonio en este difícil contexto.

Como todo evento, cada charla es distinta y los involucrados también, así que hemos tenido diversas reacciones de los estudiantes. Hay cursos que preguntan bastante y otros que escuchan la exposición pero no destacan por interactuar. Bueno, eso se explica por el cansancio acumulado, después de un año de actividades y clases virtuales, pero cada grupo es distinto.

● **¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?**

La pandemia de covid-19 y las restricciones impuestas por cuarentenas y aforos limitados, han impedido la realización de las habituales actividades educativas presenciales, pero ha sido una oportunidad para realizar actividades virtuales, para implementar tecnologías y herramientas digitales (algunas existentes anteriormente), nuevas estrategias de trabajo remoto y para acercarnos a otros públicos. Obviamente, continuaremos realizando este tipo de actividades durante todo el año y seguramente después de la pandemia también.

● **¿Hay alguna otra iniciativa que quisiera destacar?**

Este año hemos implementado las visitas guiadas virtuales utilizando el [recorrido patrimonial disponible](#) en la plataforma www.patrimoniovirtual.gob.cl. Estas se orientan a estudiantes de educación básica y media; lamentablemente, los jardines infantiles no están funcionando normalmente y tampoco cuentan con los medios digitales para implementar esta experiencia.

También hicimos una visita guiada virtual especial para un trabajo de fin del Máster en Conservación de Patrimonio Arquitectónico colaborando con una tesista de la Universidad Politécnica de Valencia. Su tesis “Propuesta de diseño de un modelo de visita turística sincrónico a sitios patrimoniales usando medios tecnológicos” fue una gran experiencia para preparar nuestra adaptación. En ese espacio participaron estudiantes conectados desde Corea, Italia, España, Brasil, Colombia, Ecuador, China y Chile, quienes evaluaron la experiencia virtual y especialmente la inclusión para personas ciegas. Recientemente recibimos su retroalimentación y fue excelente, nos hicieron algunos comentarios y sugerencias. Así es que seguiremos experimentando con herramientas digitales y aportando a la educación en todos sus niveles. 

Taller sobre participación y estrategias de comunicación en juntas de vecinos en contexto de covid-19



Memorial Paine

Inés López Pereira, coordinadora de Proyectos y equipo de la corporación Memorial Paine.

● ¿Cómo se hizo?, ¿en qué consistió?

El primer acercamiento al trabajo con las juntas de vecinos consistió en establecer una coordinación con la Oficina de Proyectos Comunitarios de DIDECO Paine, lo que nos permitió conocer el funcionamiento de las organizaciones, acercarnos a las y los dirigentes, y recoger necesidades en las que podíamos colaborar. A partir de ese momento se tejió un trabajo conjunto entre estos tres organismos, asumiendo roles definidos (convocatoria, diseño e implementación de talleres y participación en los talleres). De este modo, se han ido repitiendo estos talleres de manera virtual a lo largo del año, pudiendo llegar a más juntas de vecinos, y estrechándose una relación de colaboración.

● ¿Por qué se decidió llevar a cabo?

¿Cuáles fueron los objetivos planteados?

Uno de los desafíos asumidos por Memorial Paine es fortalecer los lazos de colaboración con la comunidad, por esta razón se generaron talleres que respondieron a necesidades de las y los dirigentes sociales de la comuna de Paine, entre las que destacaron la participación y la comunicación en contexto de aislamiento social.

Los objetivos planteados en el taller de participación son: promover el análisis sobre las concepciones de participación que tienen dirigentes sociales de juntas de vecinos, levantar un diagnóstico de los tipos de participación que hay en sus propias organizaciones y generar propuestas sobre nuevas formas de participación. En el caso del

taller de comunicación en tiempos de pandemia, se buscó compartir, conocer y ejercitar estrategias de comunicación y levantamiento de información en juntas de vecinos durante el período de aislamiento social.

● ¿En qué fecha se realizó?

Los talleres se realizaron en los meses de febrero, junio y septiembre del año 2020, con una duración de tres horas cada taller. Es una iniciativa que comenzamos a trabajar el año pasado y en 2021 se ha mantenido el “Taller de participación en juntas de vecinos”.

● ¿En qué espacio o plataforma se desarrolló?

Los primeros talleres del mes de febrero fueron realizados presencialmente en dependencias de DIDECO Paine y Memorial Paine, en los siguientes talleres, y a raíz del contexto de pandemia, se utilizó la plataforma virtual Meet para generar las actividades.

Para más información, visitar: Taller de febrero en [sitio web](#) e [Instagram](#) y taller de septiembre en [YouTube](#).

● ¿Para quién fue pensada?

¿Cuál fue su público objetivo?

Pensamos en generar una actividad que fuera un espacio de formación y encuentro para dirigentes sociales de organizaciones sociales y comunitarias de la comuna de Paine.





● **¿Qué lecciones se pueden rescatar de esta experiencia?**

Entre los aprendizajes que recogemos de estos talleres destacamos:

- Alto interés de parte de las y los dirigentes de organizaciones sociales de participar en instancias de formación que respondan a sus necesidades y en las que la metodología de trabajo sea participativa.
- El trabajo de los sitios de memoria se fortalece desde lo territorial al trabajar con organizaciones que si bien no tienen el trabajo de la memoria y los derechos humanos dentro de sus ejes centrales, tienen como horizonte en común la construcción de una sociedad en que prevalezca la dignidad humana como valor fundamental en las comunidades.
- Las plataformas virtuales son un medio que aporta a la realización de instancias de encuentro, es fundamental educar especialmente a la población adulta y adulta mayor para no excluirlos de estos espacios necesarios.

● **¿Qué proyecciones se pueden plantear a partir de esta experiencia?**

Proyectamos un trabajo sostenido con las organizaciones sociales a lo largo del año, con instancias que no solo beneficien a sus dirigentes, sino que al resto de las personas que participan de la organización. Claro ejemplo son los talleres de arpilleras y el taller de mosaicos en casa (modalidad virtual con entrega de materiales) que se están desarrollando con juntas de vecinos de zonas rurales de la comuna de Paine.



➤ Los talleres son un espacio de formación y encuentro. Foto: Memorial de Paine.

● **¿Hay alguna otra iniciativa que quisiera destacar? De su institución u otra.**

Recientemente Memorial Paine cuenta con la posibilidad de recorrer el sitio de manera virtual, instancia que se potencia mediante visitas agendadas en las que los recorridos son en compañía de un mediador o una mediadora. Además, destacamos la publicación *Cartillas educativas para trabajar la memoria y los derechos humanos*, material educativo descargable que está diseñado para dialogar sobre diversas temáticas que necesitamos poner sobre la mesa como sociedad, frente a fechas como el Día de los Pueblos Originarios, el Día de las y los Estudiantes, el Día del Niño y la Niña. Estas y otras iniciativas están disponibles en nuestra [página web](#).

Consulta trabajadores y trabajadoras de museos 2020

Los impactos de la pandemia y el futuro del quehacer museal

Área de Estudios y revista *Museos*
Subdirección Nacional de Museos

En 2020, la Subdirección Nacional de Museos (SNM) invitó a los museos a ser parte del estudio “Museos en cuarentena 2020: Prácticas de conexión con públicos”, cuyo objetivo era identificar las principales actividades que realizaron para seguir conectados con sus públicos durante la cuarentena. Las respuestas recogidas confirmaron cómo la pandemia y las medidas sanitarias asociadas afectaron el quehacer de los museos, tanto en su versión presencial como digital, modificando las condiciones y las perspectivas del trabajo.

A partir de ello, desde la revista *Museos* y con el área de Estudios de la SNM, preguntamos a trabajadores/as de museos sobre el presente y el futuro del trabajo museal. Si el foco del estudio fue ahondar en las acciones digitales que los museos desarrollaron, esta consulta buscó indagar en la nueva cotidianeidad laboral de quienes estuvieron tras la creación e implementación de estas acciones durante 2020.

Conocer las reflexiones y percepciones de los/as trabajadores/as de museos permite no solo conformar un registro de distintas experiencias en los museos a lo largo de Chile, sino también elaborar un retrato más vívido –con luces y sombras– del quehacer museal en pandemia, más allá de los datos estadísticos.

¿QUIÉNES RESPONDIERON?

Creamos un breve cuestionario de tres preguntas de desarrollo para indagar en las distintas realidades de los/as trabajadores/as de museos, el que enviamos a quienes participaron del estudio “Museos en cuarentena”.

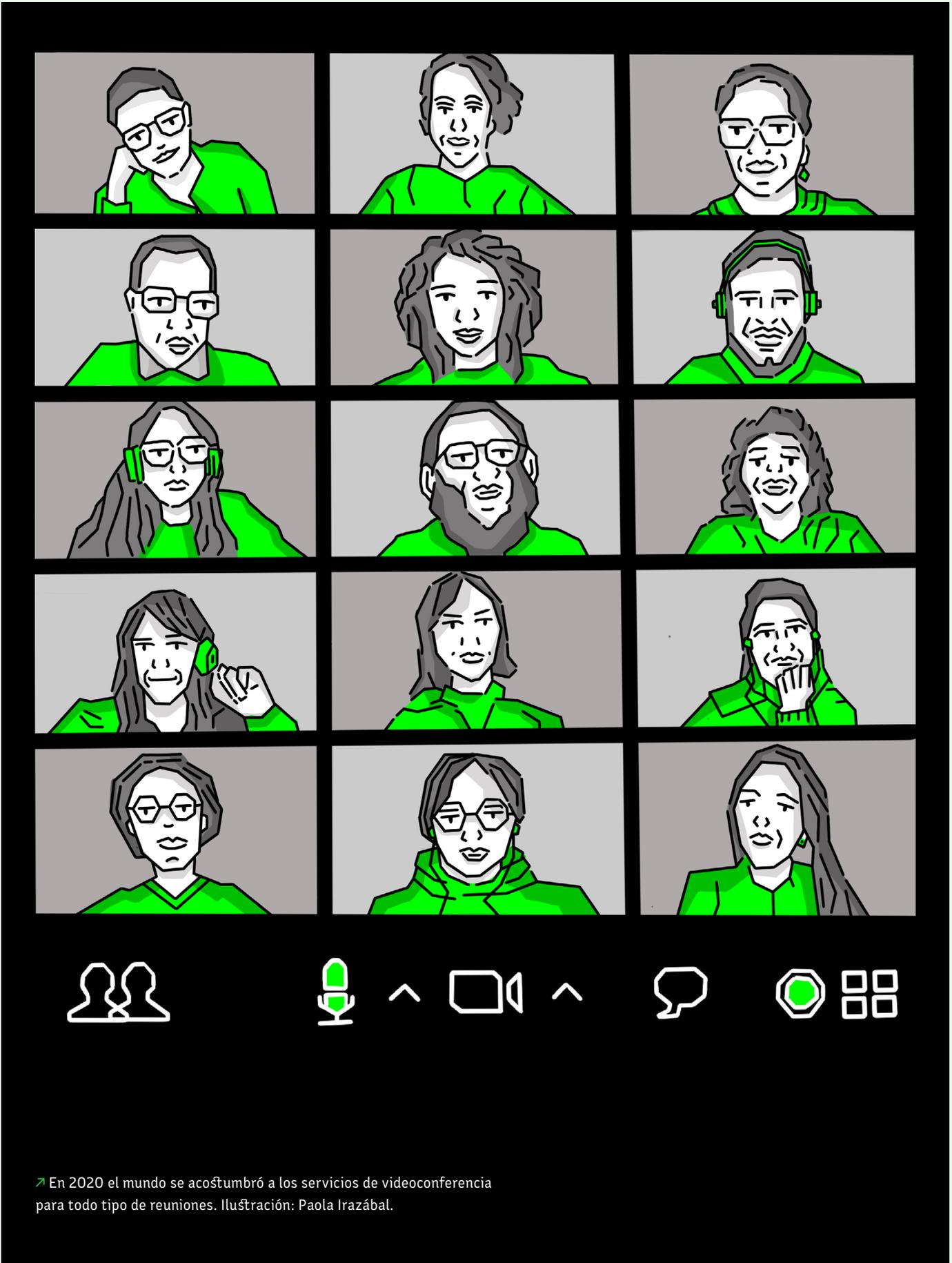
Las respuestas recibidas entre junio y julio de 2021 –aún con la pandemia en curso–, vinieron desde diferentes áreas de trabajo, de distintas regiones y de museos de diversas magnitudes.¹ Obtuvimos miradas desde siete áreas de trabajo (la mayoría por parte de directores/as o encargados/as de los museos y profesionales del área educativa), de 13 de las 16 regiones del país y desde museos grandes, medianos y pequeños.

¿QUÉ NOS CONTARON?

En general, el impacto de la pandemia de covid-19 en la labor cotidiana de los museos se identificó como sorpresivo y difícil de enfrentar. En muchos casos, esa sensación inicial dio paso a una mirada positiva y a la posibilidad de invención y reinención de tareas. Como en varios otros ámbitos de la vida, las circunstancias de la pandemia exacerbaron problemas ya existentes y aceleraron procesos que se venían desarrollando. Ineludiblemente, lo personal y lo afectivo asomaron como factores a considerar tanto en el desarrollo del trabajo y en las nuevas dinámicas de equipo, como en la manera de abordar el patrimonio y la cultura. Así como lo personal adquirió relevancia, también emergió con fuerza la importancia de relacionarse y trabajar en red. Se trataron temas como la dificultad de trabajar con las colecciones en períodos de cuarentena, pero, en contrapeso, se visibilizaron aspectos poco conocidos de los museos. En ese sentido, se expresa una voluntad de mantener las prácticas digitales que se han venido realizando, considerando un modelo híbrido, que integre lo presencial y lo virtual. Esto con el objetivo de mantener los nuevos públicos que se han ganado en este tiempo en que no era posible desplazarse para acceder a la programación de los museos. Para ello, se identifica como una necesidad la capacitación en el manejo de tecnologías que se han vuelto herramientas de uso cotidiano para conectar con los públicos. 

NOTA

¹ Para más información acerca de lo que se entiende por magnitud de museos, revisar: Área de Estudios, SNM, 2021. *Panorama de los museos en Chile: reporte 2020* [En línea]. Santiago: Subdirección Nacional de Museos, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.



➤ En 2020 el mundo se acostumbró a los servicios de videoconferencia para todo tipo de reuniones. Ilustración: Paola Irazábal.

¿Cómo ha impactado la pandemia de covid-19 en tu trabajo en el museo?

Dentro de las principales efectos de los períodos de cuarentena y encierro por la pandemia, los/as trabajadores/as de museos destacaron el desafío de combinar la jornada laboral con la vida familiar y doméstica. El teletrabajo supuso también un reto: para algunos museos implicó un alza en la productividad, reinención y creatividad, mientras que para otros fue lo contrario, con sustantivas bajas en los ingresos y en sus relaciones con otras instituciones del sector, también cerradas.

72

“Los períodos con el Museo cerrado al público, el teletrabajo, el nuevo balance entre actividades domésticas, de cuidado y laborales, ha significado un impacto muy grande. Ha sido difícil, sin duda. Pero también ha abierto posibilidades y nos ha obligado a ser creativos, a desarrollar nuevas habilidades y probar cosas distintas. Desde el trabajo en el área educativa, ha resultado especialmente desafiante buscar formas de apoyar a los establecimientos educacionales y a las familias, generando desde el Museo instancias de aprendizaje significativo y también de disfrute, usando medios remotos (no solo *online*), y tratar de que conectarnos con nuestros patrimonios –aquellos elementos que valoramos como familias y como comunidad– pueda también implicar el fortalecimiento de nuestras resiliencias, en este contexto difícil”.

—Daniel González Vukusich

Profesional Laboratorio de Educación y Acción Patrimonial
Museo Regional de Aysén, Coyhaique

“Desde un inicio se realizó teletrabajo, lo que, por una parte, ha involucrado una valoración del trabajo ya desarrollado en el ámbito digital, aportando experiencia e ideas. Por otra, ha involucrado una fuerte carga y responsabilidad laboral, extendiendo los horarios de trabajo incluso fines de semana. Si bien las condiciones han sido complejas, el teletrabajo en mi caso ha generado una mejor calidad de vida familiar, en cuanto a cercanía con los hijos y utilización del tiempo en el hogar.

También es importante destacar el cumplimiento de metas y alta productividad en este período, que incluso ha sido más eficiente que en instancias presenciales. Por ejemplo, en el desarrollo de reuniones de trabajo, contactos nacionales o extranjeros, convenios, capacitaciones, eficiencia de recursos, etcétera. Como perspectiva, creo importante plantear que la jornada laboral sea asociada a metas y productividad, lo que es compatible con el desarrollo tanto de turnos presenciales como de teletrabajo, práctica que debería ser una real y concreta posibilidad sostenible en nuestras instituciones”.

—Juan Pablo Cruz

Desarrollo institucional, encargado de extensión y administrador web y redes sociales
Museo de Historia Natural de Valparaíso

“Para nosotros ha sido un golpe muy fuerte esta pandemia. Somos un museo joven (siete años) y hemos tenido muchos contratiempos desde que comenzamos a funcionar, básicamente porque estamos ubicados en Cartagena, en un cerro, en la casa donde el poeta falleció y muy cerca de su tumba, pero que tiene muy difíciles accesos [...]. Para nosotros un público muy importante son los estudiantes y también tenemos un gran porcentaje de adultos mayores que nos visitan regularmente y que no hemos podido atender. Eso ha repercutido enormemente en la falta de ingresos, tanto de boletería como de productos de tienda, que redundan en la menor mantención del museo y en dejar de lado los proyectos que existían, pues hemos dado prioridad al pago de remuneraciones de nuestro poco personal que ya se ha capacitado con nosotros y que deseamos cuidar”.

—Carmen Gloria Rojas Bouey

Directora

Museo Vicente Huidobro, Cartagena

“La pandemia de covid-19 nos impactó de forma negativa al reducir significativamente la participación de las instituciones educativas de la provincia, que han sido sistemáticamente nuestro principal público. Aun cuando el museo puso en marcha la digitalización y difusión de sus exposiciones, y la realización de visitas mediadas virtuales, las características territoriales del archipiélago han impedido un acceso fluido de conectividad.

Sin embargo, esta misma problemática significó un impacto positivo, al diseñar y difundir nuevos recursos educativos impresos pertinentes al contexto local y el desarrollo de proyectos específicos. Así como también el incremento y la vinculación con instituciones educativas de otras provincias y regiones del país”.

—Catalina Pavez Miranda

Encargada de Educación

Museo de Arte Moderno Chiloé

“Nuestras colecciones –que son resguardadas en depósitos y que alcanzan a 100.000 piezas patrimoniales arqueológicas y un número menor de piezas etnográficas–, no pueden tener un trabajo efectivo y permanente de preservación, como se acostumbraba, ya que las cuarentenas han sido muy prolongadas y el personal de museo –área de registro, conservación, investigación y documentación–, asiste esporádicamente de manera presencial. Antes de la pandemia el quehacer era diario y constante, especialmente en la conservación y preservación de los objetos en depósitos, preocupados, por ejemplo, de infestaciones, limpieza, deterioros y otros. Todo el trabajo de vinculación con el medio, prácticas e investigación que favorece el trabajo de divulgación, preservación y estudio de las colecciones, se ha visto impactado negativamente”.

—Mariela Santos Varela

Encargada

Museos Universidad de Tarapacá, Arica

“Ha impactado de manera sorpresiva, pero hemos tenido buenas experiencias. Sentarnos a pensar qué hacer y de qué manera queríamos estar presentes en la comunidad. Esa fue la primera acción y así fuimos trabajando, capacitándonos y viendo nuevas formas de desarrollar nuestro trabajo. Las redes sociales no eran nuestras aliadas, porque la presencialidad era lo más importante. Reinventarnos fue la clave y hasta ahora seguimos así, ya celebramos el año de actividades como el Club de lectura patrimonial y los audiocuentos, que recorren Calama y sus alrededores. Lo mejor es la impresión de la comunidad y con eso nos sentimos con el trabajo logrado. Volver a sentarse a escuchar historias y comentarlas con sus experiencias es algo impagable”.

—Gabriela Dominique Sotomayor Ortiz

Historiadora y mediadora de lectura

Museo Historia Natural y Cultural del Desierto de Atacama, Calama

¿Cómo han incidido las nuevas formas de trabajo en las dinámicas de equipo?

Las nuevas formas de trabajo en los equipos vienen de la mano del uso de diversas plataformas digitales para facilitar la coordinación y comunicación, tanto la interna del museo, como la externa, con otras instituciones y redes museales. Esto fue un desafío para los/as trabajadores/as, quienes en muchos casos tuvieron que capacitarse. Destacan también las instancias de reunión como ocasiones de encuentro y fortalecedoras de los lazos del equipo.

74

“En nuestro caso, la nueva forma de trabajo *online* desarrolló múltiples reuniones de coordinación, llamadas telefónicas y la creación de un grupo de WhatsApp con los otros cuatro museos Ralli emplazados en Israel, Uruguay y España. Se crearon y llevaron a cabo actividades virtuales en forma conjunta y nos apoyamos en la difusión de las mismas, nos compartimos información sobre las exposiciones en cada uno de los museos, trayectoria de los artistas expuestos y material didáctico que pudiese ser adaptado a cada uno de los países. Del mismo modo, en Santiago, nos mantuvimos muy conectados, organizando publicaciones, proyectos y actividades que visibilizaran el museo a pesar de estar cerrado”.

—Francisca Yaksic

Departamento de Comunicaciones
Museo Ralli Santiago

“Las labores que requieren presencialidad son más lentas de organizar y ejecutar, otras se han postergado por meses debido a la pandemia (montar exposiciones, recibir delegaciones o realizar seminarios, investigación en terreno). Trabajar bajo los criterios sanitarios y por medios digitales, nos ha impuesto desafíos: lograr una comunicación efectiva de manera remota y al mismo tiempo generar condiciones de trabajo favorables para el equipo, el inmueble y las colecciones del museo”.

—Pablo Montenegro

Encargado Área Educativa
Museo Regional de Ancud, Chiloé

“Al principio la comunicación fue compleja, costó interiorizar los nuevos medios. Sin embargo, las alternativas tecnológicas significaron una forma útil de mantener todas las acciones de gestión, teniendo la gran posibilidad preventiva de trabajar desde casa”.

—Loreto Ledezma Labrín

Coordinadora del Área Educativa
Museo Artequin Viña del Mar

“El trabajo telemático nos ha desafiado a coordinar y compartir sincrónicamente nuestras tareas, reemplazando la inmediatez de lo desarrollado *in situ*, por flujos súper ordenados de trabajo en la nube. Esto ha tenido un impacto positivo, en tanto ha sido un factor de conocernos más, y, sobre todo, de empatizar entre nosotros, con nuestras formas de entender y hacer las cosas. Además, lo telemático nos ha llevado a equilibrar entre familiaridad, confianza y respeto, entendiendo que estamos con un pie en los espacios personales de cada una y cada uno”.

—Natalia Portugueis Coronel

Subdirectora de Educación y Programas Públicos
Museo de Bomberos de Santiago

“Básicamente tuvimos que coordinarnos de manera remota, lo que implicaba que, muchas veces, un integrante del equipo que carecía de buena conexión a internet en su casa, se le presentara mucho más difícil el panorama de trabajo, sumado a que se ha debido dedicar la jornada de la mañana a atender clases de los hijos, lo que ha dificultado la labor, pero mediante la organización de los integrantes, respetando estas realidades, es que se ha podido conseguir igualmente resultados exitosos para nuestro quehacer.

Debo destacar que todo este año y medio de trabajo en esta modalidad [...] ha dejado la sensación de un mayor agotamiento, no hemos podido tomarnos vacaciones y sentimos que el esfuerzo en tener que aprender a manejar nuevas plataformas virtuales, programas de edición, especialmente cuando los equipos son pequeños como los nuestros –y donde no tenemos estos profesionales a mano, a menos que sea remunerando su participación–, ha hecho todo mucho más difícil, por lo que siempre son bienvenidos los financiamientos a museos, pero que no se queden solamente en lo museográfico o equipamiento. Nuestra sensación es que se requiere aumentar el apoyo en las áreas educativas y de mediación”.

—Pamela Fuentes Pradenas

Directora
Museo Histórico de Placilla, Valparaíso

“Como equipo nos hemos tenido que adaptar, por una parte, a la disminución de personal disponible y, por otra, a la incorporación de nuevas tareas a nuestras labores para dar respuesta efectiva a esta nueva realidad. Durante 2020 esto significó una sobrecarga laboral por la necesidad de capacitarse en ciertas plataformas

(funcionamiento y aprovechamiento de redes sociales y medios de difusión, programas de edición de imágenes, videos, etc.), ya que el foco fue generar contenidos digitales y mantener ‘vigente’ al museo. Así también, como equipo, ha ganado la autonomía entre funcionarios”.

—Nadia Jamett Pino

Encargada de Educación
Museo Regional de Rancagua

“Somos un grupo muy unido y a varias/os nos afectó emocionalmente la pandemia, por lo que el no vernos diariamente incidió en que las reuniones de equipo se tornaran muy valiosas. Esta misma unión que hemos mantenido, nos ha permitido enfrentar el contexto de manera resiliente y solidaria, potenciando capacidades como la creatividad y la adaptación. Esto ha dado como resultado la continuación, reinención e invención de programas para todas las edades en redes sociales, y que precisamente, se trata de procesos que han sido llevados a cabo gracias al trabajo colaborativo de las distintas áreas del museo”.

—Josefa Eugenia Krstulovic Matus

Curadora
Museo de Historia Natural de Concepción

“Creo que ha sido clave la capacidad que como equipo hemos logrado para apoyarnos, motivarnos y desafiarnos, fortaleciendo una adaptación a las nuevas condiciones. Es importante recordar que muchos hemos tenido familiares enfermos, problemas económicos en el entorno, alto estrés... La dimensión personal es insoslayable. Por lo tanto, ha sido una ayuda que, con diálogo y madurez de equipo, hemos logrado no obsesionarnos con ser ‘igual de productivos que antes’, dado que, realmente, es imposible. Pero, a la vez, nos hemos apoyado desde la convicción de que, en tanto servidores públicos y agentes de la educación y el patrimonio, podemos y debemos jugar un rol importante en nuestras comunidades, y seguir contribuyendo a nuestra misión institucional para que la cultura, la ciencia y el patrimonio sirvan más que nunca”.

—Daniel González Vukusich

Profesional Laboratorio de Educación y Acción Patrimonial
Museo Regional de Aysén, Coyhaique

¿Qué aprendizajes y desafíos identificas en tu área de desempeño, para el futuro del trabajo en el museo?

La capacidad de adaptación y flexibilidad se vuelven características importantes al mirar el futuro de los museos. El comprenderse como espacios dinámicos es parte de los aprendizajes mencionados, volcándose a las posibilidades que ha abierto la pandemia, como la proyección de un modelo híbrido de relación con los públicos.

76

“El mayor aprendizaje es que los desafíos nunca acaban y siempre el contexto puede traer imprevistos. Nadie se adelantó a una pandemia que nos obligaría a tener ambas sedes del MAC cerradas por tanto tiempo. Es clave generar una flexibilidad programática a partir de un modelo híbrido, que se valga de la presencialidad, que es imprescindible, pero que también rescate elementos valiosos de la virtualidad. Este ha sido el mayor aprendizaje, pues definitivamente la virtualidad ha traído situaciones positivas, como la expansión de audiencias no limitadas por un territorio, y eso hay que mantenerlo”.

—Domingo Fuentes

Coordinador de Comunicaciones
Museo de Arte Contemporáneo, Santiago

“Sin duda uno de los aprendizajes que tuve este año fue la capacidad de adaptación que no solo se dio en mi área, sino que en la de mis compañeras/os. Personalmente aprendí el manejo de nuevas herramientas, realicé nuevas labores, aprendí a ordenar mejor los contenidos y logré dominar algunas facetas que no solía utilizar de forma presencial”.

—Tamara Candia

Encargada de Comunicaciones

Museo de Bellas Artes de Valparaíso, Palacio Baburizza

“Los aprendizajes frente a este escenario de pandemia son variados, desde comprender nuestros espacios laborales como espacios dinámicos hasta que como equipo podemos y debemos realizar adecuadas gestiones frente a los cambios. Nos ha ayudado a detectar necesidades, tanto del equipo como de la misma infraestructura. Para el futuro, nos deja importantes reflexiones, pues debemos manejar protocolos de trabajo frente a diversos tipos de catástrofes, incluir mayor tecnología en el espacio y, junto con ello, mantener trabajo y/o actividades en modalidades híbridas”.

77

—Natalia Baeza Contreras

Coordinadora

Museo de Arte Religioso UCSC, Concepción

“La flexibilidad. Creo que ese es el principal aprendizaje que nos deja esta rara etapa, que aún no termina, con respecto a lo que se nos viene en el futuro. Los museos y espacios culturales deberán adaptarse de manera más rápida a cualquier cambio que pueda suceder, pues la cultura y la educación son fundamentales en el desarrollo del ser humano, sobre todo en períodos difíciles de nuestra historia. Hemos aprendido que el mundo virtual, al cual no estábamos acostumbrados, ya llegó para quedarse y que aunque volvamos a la ‘normalidad’, vamos a tener que seguir con nuestra huella virtual, entregando contenidos y dándonos a conocer de manera global. Creo que los desafíos, más que en recursos humanos y capacitaciones, van por el tema de los recursos que cada institución aporte en sus proyectos (o en el caso de las instituciones públicas, el Estado). Los trabajadores podemos adaptarnos y aprender, pero sin los recursos tecnológicos necesarios, nuestro trabajo tiene un desarrollo y llegada menor”.

—Sofía Forttes Vial

Directora ejecutiva

Museo del Sonido, Santiago



78

“El más valioso recurso que tiene la institución es sus funcionarios/as, comprobándolo al ver la disposición en apoyarnos a pesar de la distancia, trabajando siempre con voluntad, cariño y eficiencia. Por ello, hay que seguir reforzando lazos, mantener una buena organización y valorar los aportes. Sin embargo, hay que seguir capacitando a los/as funcionarios/as en el uso de herramientas digitales, pues hay disparidad de dominio, quedando algunos al margen de lo que pasa cotidianamente en los temas institucionales por falta de manejo de correos, plataformas o programas”.

—**Margarita Valenzuela Dabiké**

Encargada de Colecciones
Museo de Arte y Artesanía de Linares

“[Un aprendizaje es] la resiliencia del equipo de Casa Museo y la entereza de cada uno. Que, aunque en momentos en que todo se puso cuesta arriba, seguíamos pensando cómo seguir presentes y, humildemente, creo que lo logramos. Hemos recibido comentarios de gratitud de parte de nuestra comunidad.

Creo que lo humano debe cobrar valor hoy, y los museos somos entes que podemos ponernos en ese papel, ya que somos espacios no formales de educación, entonces podemos seguir entregando recursos educativos de una forma lúdica, entregando recursos a los profesores y a los estudiantes, de manera que la educación en Chile sea más entretenida y, por cierto, más humana”.

—**Maite Gallego Bretón**

Subdirectora
Casa Museo Eduardo Frei Montalva

“Que lo digital y virtual también pueden ser espacios de aprendizaje didáctico a partir de la creación de infografías, cápsulas audiovisuales o programas en vivo, aunque ello requiera de experiencia y manejo de herramientas tecnológicas no siempre conocidas, las cuales la mayor parte de las veces sobrepasan nuestras habilidades, pero no por ello imposibles de aprender. El desafío a futuro será invertir en equipos y capacitaciones que nos permitan crecer en el conocimiento de estas nuevas herramientas y hacerlas complementarias de las acciones presenciales. Además de pensar su uso para diferentes públicos, no solo para la media que puede ver, escuchar y entender desde una mirada adulta, debiendo incluir mayores elementos de inclusión y con enfoque de infancia”.

—**Francisca Contreras Carvajal**

Encargada de desarrollo institucional
Museo del Limarí, Ovalle

“En cuanto a desafíos, uno que identificamos con claridad es dar continuidad al desarrollo tecnológico iniciado, sin perder de vista un análisis permanente a su efectividad y alcance, teniendo como principal objeto de reflexión la mirada a la brecha digital, tanto a nivel socioeconómico como geográfico y etario. Otro importante desafío es lograr, conjuntamente en lo virtual y lo presencial, consolidar un proyecto cuyas diferentes vías de acceso y participación, permitan el efectivo ejercicio de la democracia cultural”.

—**Natalia Portuguese Coronel**

Subdirectora de Educación y Programas Públicos
Museo de Bomberos de Santiago

“Pienso que la experiencia de volcarse a la virtualidad se verá replicada aun con la presencialidad. Por ejemplo, me resulta difícil imaginar un coloquio o actividad presencial que no pueda ser la vez emitido por las redes virtuales consolidadas durante la pandemia. La gestión multiplataforma tiendo a creer que será ineludible, en buena hora. Esta ampliación en el acceso a los servicios del museo propenderá además a mayor transparencia en la gestión y apoyará la visibilización de muchos aspectos poco conocidos del trabajo en museos”.

—**Gonzalo Aravena Hermosilla**

Director
Museo de Sitio Castillo de Niebla

“Claramente, tras esta serie de eventos que están ocurriendo local y mundialmente, vemos nuevos desafíos que afrontar. Ha sido complejo estar alejado de las colecciones para generar contenidos educativos y el trabajo de vinculación con el medio, pues el internet en esta zona del país es muy lento, lo que repercute directamente en las actividades que organizamos. [...] Pero después de analizar las diversas situaciones, ya estamos poniendo en marcha la creación de una plataforma virtual propia de nuestro museo, y que permita realizar recorridos virtuales, actividades culturales y educativas, así como también un espacio de accesibilidad. Vemos positivamente cómo nos estamos proyectando para continuar trabajando en la vinculación del patrimonio con la comunidad”.

—**Rodrigo González Vivar**

Curador
Museo del Recuerdo, Punta Arenas

“En mi trabajo es muy importante el trabajo presencial, ya que debo relacionarme con las colecciones de manera directa, por lo tanto, ha sido difícil poder sobrellevar el cumplimiento de metas en relación con los tiempos que permiten los trabajos por turno y las cuarentenas. Por eso, creo que un desafío importante es realizar una planificación anual más detallada y realista que contemple el trabajo en sistemas de turnos y con menos compañeros. También, quizás, construir un programa de pasantía constante en el museo que permita al área de colecciones avanzar más efectivamente”.

—**María Francisca Olivares Di-Paolo**

Encargada de Colecciones
Museo Regional de Atacama, Copiapó



Museos, infancia y afectividad

Irene De la Jara

Encargada área Educativa
Subdirección Nacional de Museos

81

Aun cuando muchos cuentan con una exposición permanente cuya variación es mínima a lo largo de los años, los museos son lugares que continuamente se reinventan, pues no son los objetos los que determinan su quehacer, sino su espíritu afectivo el que los impulsa de manera incansable a conectar con las personas.

"Todo el mundo se cansa del arte o de cualquier otro objeto estético, pero debía ser sorprendente lo poco que la gente se cansa de la gente; se diría que los museos se llenan no porque allí haya obras de arte, sino porque hay gente. Es el objeto estético más emocionante para la mayoría".

— Pablo Fernández, *La afectividad colectiva*

Los museos no son espacios neutros. Sus colecciones, en tanto dispositivos de poder, generan discursos que no solo representan una realidad, sino que también imponen un punto de vista. Sin embargo, si miramos el camino transitado por la museología desde la tradicional hasta la más transformativa, podemos reconocer que ha habido un proceso de cambio paulatino (y no necesariamente lineal) en que el foco sobre los objetos custodiados se ha movido hacia la relación significativa establecida entre las personas y esos objetos, y en que los procesos de mediación –en un ejercicio crítico– han puesto en evidencia y a disposición de los públicos las distintas formas en que la institución museal legitima y produce discursos de dominación. Por lo tanto, en cierto grado y en algún sentido, la concentración de ese poder se transparenta y los procesos de mediación y educación sobre el patrimonio se complejizan, pues, como señala Carmen Mörsch, la educación crítica implica revisar “el carácter constitutivo del capital simbólico y cultural del arte y de sus instituciones para procesos de inclusión y exclusión en el campo del arte. [...] Aspira a transformar a la institución en un lugar para articulaciones y representaciones, también de quienes explícitamente no pertenecen al centro de poder [...]”.¹

Ciertamente, este cambio no ha sido igual en todos los museos y no ha ocurrido con la misma velocidad: los enfoques de derecho, los enfoques de género y los procesos decoloniales del último tiempo, así como las ideas de participación que superan el mero acceso a las expresiones culturales, han contribuido al aceleramiento del cambio o, al menos, han abierto la posibilidad de que ese cambio se produzca. Sin duda que las resistencias a variar el rumbo coexisten también en este escenario.

En Chile, el estallido social vivido en octubre de 2019 vino a poner en tela de juicio los conceptos de patrimonio y memoria, del mismo modo que lo hizo con el rol de las instituciones culturales, especialmente los museos. La desigualdad social, reclamada por la ciudadanía que se manifestaba en las calles, remeció las rutinas de trabajo e hizo que los museos se replantearan su relación con la/s comunidad/es. La pandemia que se desencadenó a partir de marzo de 2020 no solo confirmó que estas cuestiones esenciales debían revisarse, sino que también impulsó nuevas formas de trabajo que se distinguieron en su forma y en su fondo de la manera habitual de entender el patrimonio y quiénes le dan sentido.

La rápida y oportuna reacción, fundamentalmente venida desde las áreas educativas de los museos, dejó en evidencia que,



83

para estos espacios, la conexión con las personas constituía su fin último. El museo, entonces, trasciende su edificio y su colección. Esta respuesta –observada en el mundo en general y seguida con mucha atención en Latinoamérica en particular– dio cuenta de que, a pesar de las dificultades o precariedades tecnológicas, la necesidad de seguir en contacto con la/s comunidad/es se convertía en un imperativo de las instituciones. Se organizaron seminarios, reuniones a distancia, visitas guiadas en formato 360°, contenidos en audio, entre otras acciones, y se levantó información con el propósito de conocer con mayor exactitud este fenómeno. En Chile, la investigación realizada en 2020 por el área de Estudios de la Subdirección Nacional de Museos, señala, por ejemplo, que los museos aumentaron sus actividades digitales, sobre todo en redes sociales; fortalecieron eventos en vivo luego del cierre y, muchos de ellos, generaron exposiciones en línea.²

Sin embargo, lo que mejor va a caracterizar este momento, es que los equipos de museos virtualmente comenzaron a unirse no solo para compartir experiencias de trabajo, sino también la experiencia personal del confinamiento. Muchas de las personas pusieron en evidencia su nivel

➤ *Los miedos del coronavirus*, Lucas Lecourt Espinoza (8 años). Proyecto: *Me pasa en cuarentena*, Museo de Artes Decorativas, Santiago.

de incertidumbre en el contexto laboral, pero, al mismo tiempo, pusieron en la palestra la necesidad de resguardar el futuro de los museos y su patrimonio, pues constituyen una parte fundamental de la identidad de los pueblos y de las comunidades a las cuales los museos sirven y con quienes se vinculan.³ Para las y los profesionales de educación, especialmente, la virtualidad se convirtió progresivamente en una posibilidad de abrazar el quehacer educativo desde otras dimensiones menos exploradas. Una de ellas, fue la de entenderse desde el espacio de la contención y el acompañamiento, es decir, desde lo social y desde la afectividad.

Pero ¿qué significa afectividad? ¿A qué hacemos referencia realmente cuando hablamos de espacios de afecto? ¿Le resta “seriedad” a los procesos culturales y pedagógicos de la institución? La palabra *afectividad* pareciera ser que nos lleva a un lugar común relacionado con la emoción, es difícil situarla en el campo de la institución por su carácter inasible e incluso impopular. El hecho de asociar la afectividad a la falta de lógica puede conducirnos a un error, en el sentido de creer que son conceptos opuestos, porque si bien es cierto la afectividad no es racional –el objeto de la afectividad no es la racionalidad sino los afectos–, tampoco es una sinrazón.⁴ Desde una mirada neurocientífica, las respuestas racionales –un razonamiento matemático, por ejemplo– siempre tienen un recorrido sináptico emocional primero. La amígdala, estructura cerebral situada en el sistema límbico, es la encargada de evaluar el significado emocional de toda la información entrante en el cerebro.⁵ De hecho, la exclusión de las emociones y el escaso análisis acerca de la complejidad que revisten, ha conducido –como indica Ramón Máiz– a “un indisimulado hiperracionalismo, que se traduce en la sobrevaloración del consenso y la correlativa elisión del conflicto como dimensión inevitable de la política”.⁶

Es importante reconocer, por un lado, que la afectividad es parte consustancial de una sociedad. Se relaciona con lo colectivo, pues, en tanto emoción, surge en relación con las personas y con las normas sociales que las rigen. Señala Pablo Fernández:

[...] las emociones individuales son vistas como la entrada de la conciencia en una especie de ‘estado de masa’. La afectividad es colectiva, no sólo en el sentido de que es una entidad impersonal a la cual pertenecemos todos, sino también en el sentido más primitivo o primigenio probable del término, a saber, el de aquel lugar indiferenciado e inmemorial de donde todo surge.⁷

Aun cuando consideremos que ciertas cuestiones sociales pueden gatillar un cierto tipo de emoción colectiva, todavía es una dimensión humana que se nos presenta con menos valor a la hora de los diseños pedagógicos, evaluativos, científicos o investigativos. De hecho, pareciera ser que en el ámbito científico la afectividad es un tema más bien desprestigiado e inexistente,⁸ y en educación no es tan distinto cuando se exige, por ejemplo, mayor objetividad en los procesos, negando la subjetividad e intersubjetividad como lugares esenciales para el intercambio simbólico y el aprendizaje.⁹ Sabemos, además, que cualquier reflexión sobre la dimensión afectiva implica no solo restringirse a una exposición teórica, sino que también requiere transparentar la posición afectivo-axiológica adoptada por quien investiga.¹⁰

Por otro lado, y para otorgar más argumentos a la afectividad como eje central de la vida, debemos reconocer que desde nuestros primeros contactos con las figuras de apego, la emocionalidad –muy especialmente la afectividad transmitida por medio de los gestos, las palabras y los contactos– contribuye a crear huellas vinculares con las que tejemos nuestra historia personal y con las que creamos una matriz y un campo disposicional para el aprendizaje, pues el aprendizaje es siempre el resultado de un proceso vincular.¹¹

La neurociencia nos dice que las funciones del pensamiento se potencian y enriquecen a partir de mecanismos emocionales. Desde estos planteamientos podemos inferir que en los espacios educativos –donde se enmarcan la escuela y el museo, por ejemplo– la afectividad es una dimensión humana que no solo debiera pensarse como un factor protector

emocional importante, sino también como un campo que dispone al ser humano para aprender, compartir y poner en acción. Por lo tanto, aun cuando la afectividad, específicamente en el terreno institucional, sea compleja de definir y situar, implica una inclinación no solo a salir de la inercia o de lo habitual, sino más bien a generar un determinado tipo de acción. Será esa disposición afectiva la que orientará “la acción colectiva, lo que presupone la existencia de un espacio de encuentro y contacto entre sujetos”, como indica Vanesa Saiz.¹² En este punto, los planteamientos de Pablo Fernández en torno a la afectividad como forma, toman mucho sentido. La forma, señala, comienza desde dentro para expandirse hasta llegar a unos límites cuya función es la contención: “La colectividad es lo que queda dentro de los límites. [...] De hecho, una de las definiciones de los sentimientos es estar implicado en algo, estar dentro de algo. Por ello, puede afirmarse que en principio toda afectividad es pertenencia”.¹³

Y si bien esta es una perspectiva estética de la afectividad, recoge la esencia de lo colectivo, de los afectos y de las acciones que emergen como lugar de acogida. Los equipos educativos de los museos de Chile, en ese sentido, han demostrado una vez más que la afectividad es inherente a su quehacer.

ACCIONES AFECTIVAS DE MUSEOS

El Museo Histórico de Yerbas Buenas, en el contexto de la Semana de la Educación Artística 2020, desarrolló un proyecto en torno a las “colecciones afectivas”: grupos de objetos recopilados por niñas y niños. Esta propuesta dio cuenta de la necesidad de considerar nuevos patrimonios, nuevas narrativas y otras formas de hacer curadurías. En un año en el que la niñez sufría una inusitada prohibición de jugar y de ocupar las plazas públicas debido al riesgo de contagio, el museo “abrió” simbólicamente sus puertas convocando a niñas y niños a recopilar sus objetos y a narrar la historia personal o familiar inscrita en ellos. Si bien para muchos museos la presencia de la niñez es importante, no siempre incentivan su participación más allá del acceso. La participación en un nivel más avanzado –como puede ser la generación de curadurías y la coconstrucción de narrativas– implica reconocer la

urgencia de considerar a la infancia en metas globales, pues, según Lourdes Gaitán, de lo contrario se corre el riesgo de que:

[...] al quedar al margen de la consideración global de su funcionamiento, se inhiba también de las metas globales colectivas. Unos niños que saben que dependen en el nivel afectivo y material de sus padres y que son educados para ser autosuficientes, a lo sumo se pueden considerar obligados hacia su familia, pero no responsables del bienestar general. La no identificación con metas colectivas constituye un factor de desintegración social.¹⁴

Los tiempos dictados por la pandemia hicieron que los museos optimizaran las horas, de modo tal que la “presencialidad efímera” se convirtió en la coyuntura para lograr pequeños reencuentros donde compartir los resultados de los procesos creativos virtuales. En el caso del Museo Histórico de Yerbas Buenas, esta presencialidad efímera permitió mostrar y compartir brevemente las colecciones afectivas con las familias y otras comunidades en el frente del museo, incluso interviniendo algunas vitrinas de la exhibición permanente.

Los objetos de la niñez, entonces, comienzan a valorarse no solo desde una perspectiva patrimonial –lo que sin duda es muy importante, especialmente porque la voz de la niñez no siempre está presente en los procesos de valoración–, sino también desde un enfoque de afectividad, lo que, contrario a lo que se pueda pensar, le agrega valor al proceso cultural curatorial, en la medida en que contribuye a poner en escena memorias habitualmente marginadas. Lo memorable, entonces, ya no solo es una cuestión que resuelven los adultos.

Otro ejemplo de esta explícita afectividad viene de la mano del Museo de Artes Decorativas. La iniciativa de dibujo infantil “Me pasa en cuarentena”, buscaba fomentar expresiones artísticas, pero, esencialmente, quería explorar cómo niñas y niños se sentían y cómo vivían la experiencia de confinamiento en sus hogares.¹⁵ Hablar de sus



86



procesos íntimos por medio de este tipo de trabajos favorecía, de paso, la instancia de instalar el dibujo como forma legítima de expresión. Es importante destacar que la acción creativa de dibujar y de poner en escena una emoción, contribuye también a gestionarla y modularla, por lo que la experiencia de plasmar en una hoja en blanco aquello que les ocurría durante la crisis sanitaria, no debe observarse solo como producto para el museo, pues el proceso en sí mismo estaría aportando a la comprensión de un estado emocional, incluso a su resolución. Este abrazo a la distancia otorgado por el museo, este gesto afectivo, abrió la posibilidad para que niñas y niños dieran forma a sus sentimientos y anhelos. Volvamos a la idea de Pablo Fernández sobre la afectividad como forma. Señala:

[...] las formas típicas de la afectividad son virtuales, etéreas, volátiles, elusivas, y cuantos adjetivos haga menester para recalcar que aunque tengan forma, no son cosas, aunque tengan forma, no tienen nombre, y son por lo tanto inaprehensibles por la percepción (son sensación) o por la clasificación del lenguaje.¹⁶

Los dibujos, de alguna manera, ayudan a dar forma a un sentimiento que, especialmente en la primera infancia, puede ser desconocido y desconcertante. Trabajar las emociones ayudó a que la niñez convocada se alineara también en una acción colectiva, aunque fuera a la distancia y no pudiera ver a sus pares. Imaginar a sus amigas o amigos en este ejercicio, podría ser (no lo sabemos, pero lo intuimos) una forma también de entrar en el espacio de la contención.

Una tercera experiencia es la presentada por el Museo Artequin Viña. “Galería virtual para la infancia” es un proyecto muy singular que buscó crear un archivo nuevo con obras creadas por la niñez. En palabras del equipo del museo, “la producción de obras no tiene un fin competitivo, pues no tiene la característica de concurso, por lo que se exhiben todas las obras que se reciben”. Se creó un consejo asesor compuesto por niñas y niños quienes decidieron un nombre: Unión Artística. Este consejo ha propuesto temas como “culturas de niñas y niños”, “animales inventados”, “¿cómo será el cuerpo humano por dentro?”, “amigas y amigos imaginarios”, entre otros, y es el encargado también de convocar.

La creación de estos archivos va poniendo de relieve la importancia de incorporar los imaginarios de la infancia en los museos, alejando en algún sentido la idea planteada por Alejandro Cussiánovič sobre la prescindibilidad de la niñez. Plantea que niñas y niños

[...] son prescindibles para la política e imprescindibles para hacerlos consumidores de lo que el sistema produce. Los niños están incluidos como consumidores de lo que la sociedad produce para reproducir su propia estratificación económica, social, cultural y política. La prescindibilidad no sólo es a nivel macro sino también en aspectos cotidianos [...].¹⁷

↪ *Sin título*, María Florencia Muñoz (10 años). Tema: Animales inventados, Museo Artequin Viña.

↪ *La vaca voladora*, Emilia Antico Wiener (8 años). Tema: Animales inventados, Museo Artequin Viña.



◀ *Me siento bien en cuarentena,*
Simón Aragón (7 años). Proyecto:
Me pasa en cuarentena, Museo
de Artes Decorativas, Santiago.

Que los museos posean archivos creados y estimulados por la infancia, sin duda que es una decisión política, sin embargo, a la base de estas determinaciones existe una dimensión afectiva guiada por la toma de conciencia de la división generacional del poder en lo que se considera digno de recordar. Las representaciones sociales, que nutren los imaginarios, deben ser revisadas, como señala Cussiánovič, en relación con los afectos que marcan nuestra subjetividad frente a la niñez.

Una última experiencia es la entregada por el Museo del Limarí. La muestra pedagógica virtual “Mi Patrimonio” corresponde a la continuidad del trabajo que, desde hace más de una década, el museo realiza con la Junta Nacional de Jardines Infantiles (JUNJI) de la Región de Coquimbo. Esta muestra, adaptada a formato virtual, recopiló fotografías, material audiovisual, saberes, relatos familiares, objetos y lugares, relevando la idea de reliquia familiar. En el caso específico de esta propuesta se trabajó con jardines infantiles y con familias, las que manifestaron explícitamente que el ejercicio de recopilar no solo tenía que ver con los objetos, sino con los afectos por donde transitaba la memoria de esos patrimonios.

Es interesante reconocer la agencia de la niñez. Pensarla desde la pasividad, como si no fuera capaz de armar una

narrativa de su propia vida, es un error que además de deslegitimarla, impide a las personas adultas conocer las cosas desde otras perspectivas, contadas con otros lenguajes y desde nuevos lugares. “Mi Patrimonio” abre la discusión: es posible el diálogo intergeneracional reconociendo los espacios de amor en la construcción de esa memoria colectiva.

Los museos son, sin duda, lugares de afecto, de aprendizaje. Más que los objetos –aun cuando son esenciales y las instituciones son sus custodios– importan los significados y los sentidos que las comunidades les otorgan. En tiempos de pandemia y confinamiento, el contacto se hizo real a partir de estrategias nuevas, virtuales, sonoras; todas ellas buscaban acompañar en medio de la incertidumbre, la ansiedad o la soledad. Las demostraciones explícitas del afecto, señala Amanda Céspedes, estimulan las sinapsis, atenúan la ansiedad y elevan la inmunidad, especialmente si hablamos en el contexto de la niñez.¹⁸

El hecho de ser instituciones culturales que trabajan con la memoria, implica necesariamente estar abiertas a la emocionalidad, a esa dimensión humana construida sobre la memoria afectiva que se nos compartió en el pasado.¹⁹ Incluso, en la presencialidad efímera que implica el trabajo afectivo con las personas, se puede forjar resiliencia. ¿Y por qué esto

es importante? Porque si bien es cierto la afectividad es una dimensión que nos acompaña permanentemente, pareciera ser que desmarcarse de ella otorga la idea (aparente, por lo demás) de equilibrio y sensatez. Sentirse afectada o afectado por situaciones que nos sacan de un estado de bienestar, sea este individual o social, contribuye a iniciar un ciclo homeostático, pues “las emociones son un modo de cognición que surge cuando nuestra mente se enfrenta a circunstancias inciertas, situaciones inconcebibles y complejas que no tienen una respuesta cierta o sencilla”.²⁰

En el contexto específico de los museos, la afectividad ya no puede pensarse al margen de su quehacer; un museo concebido como un repositorio de objetos está anclado en un pasado, queda desentendido de su rol activo en la transformación social. Pensar colectivamente una versión mejorada del mundo o de la humanidad es, ni más ni menos, entender el patrimonio desde la arista afectiva precisa. Creer que trabajamos sobre la base únicamente de la razón, no solo es un error: es una ilusión. 

NOTAS

¹ Mörsch, C., 2015. “Contradecirse una misma: La educación en museos y mediación educativa como práctica crítica”, en *Contradecirse una misma. Museos y mediación educativa crítica. Experiencias y reflexiones desde las educadoras de la documenta 12*, A. Cevallos y A. Macaroff, eds., pp. 10-21. Quito: Fundación Museos de la Ciudad. La cita es de p. 17.

² Área de Estudios, SNM, 2020. *Museos en cuarentena: Prácticas de conexión con los públicos*. [En línea] ><https://www.museoschile.gob.cl/publicaciones/museos-en-cuarentena-practicas-de-conexion-con-los-publicos> < Santiago de Chile: Subdirección Nacional de Museos, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. [Consultado: 23 de septiembre de 2021].

³ Consejo Internacional de Museos (ICOM), 2020. *Museos, profesionales de los museos y COVID-19: resultados de la encuesta*. [En línea] ><https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Informe-museos-y-COVID-19.pdf> < [Consultado: 9 de julio de 2021].

⁴ Fernández, P., 2000. *La afectividad colectiva*. México, D. F.: Taurus.

⁵ Mora, F., 2002. *Cómo funciona el cerebro*. Madrid: Alianza Editorial.

⁶ Máiz, R., 2010. “La hazaña de la razón: la exclusión fundacional de las emociones en la teoría política moderna”. *Revista de Estudios Políticos* 149: 11-45, p. 15, citado en Saiz, V., 2012. “Disposiciones afectivas y cambio social”. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación* 17: 107-133, p. 111.

⁷ Fernández, P., *óp. cit.*, p. 28.

⁸ Fernández, P., *óp. cit.*

⁹ Pérez, S., 2020. “Procesos psicológicos implicados en el aprendizaje”. Presentación en *Diálogos, Saberes y Experiencias: jornadas para mediadores culturales*, Centro Cultural La Moneda, Santiago de Chile. Disponible en ><https://www.youtube.com/watch?v=KI2Ryyz4TMc&t=283s> < [Consultado: 23 de septiembre de 2021].

¹⁰ Saiz, V., *óp. cit.*

¹¹ Levin, L., 2014. “El diálogo tónico postural. La trama del cuerpo y el lenguaje”. *Revista de Psicomotricidad*. [En línea] ><http://revistadepsicomotricidad.blogspot.com/2014/04/el-dialogo-tonico-postural-la-trama-del.html> < [Consultado: 14 de julio de 2021].

¹² Saiz, V., *óp. cit.*, p. 112.

¹³ Fernández, P., *óp. cit.*, p. 44.

¹⁴ Gaitán, L., 2006. “El bienestar social de la infancia y los derechos de los niños”. *Política y Sociedad* 43 (1): 63-80. La cita es de p. 76.

¹⁵ N. de la E.: Esta convocatoria comparte el nombre con la campaña gráfica realizada por el Museo de Artes Decorativas y cuyos objetivos y alcance se describen en las páginas 38 y 39 de esta revista.

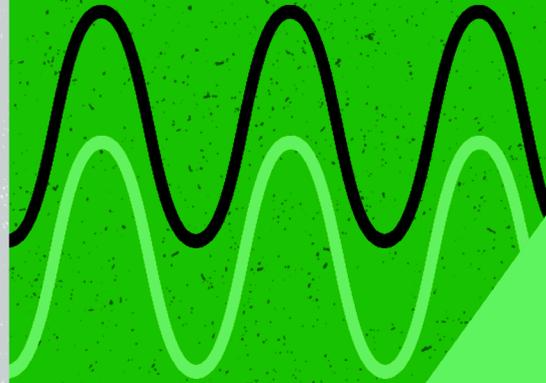
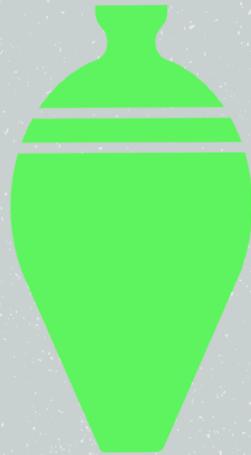
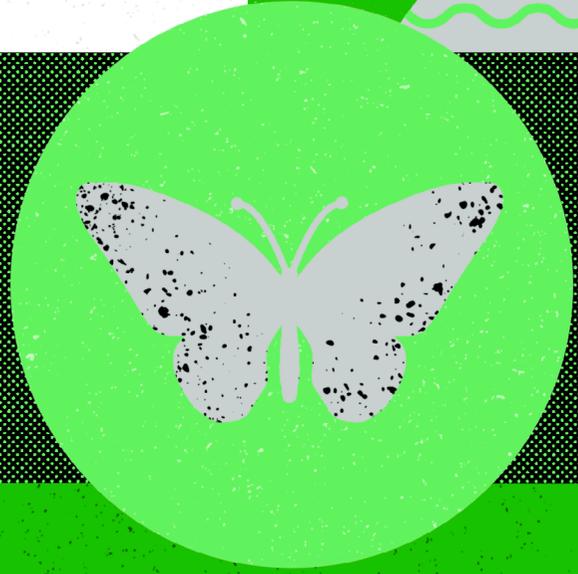
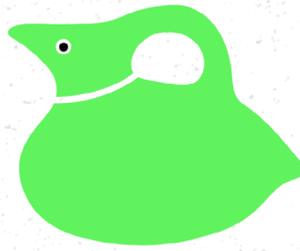
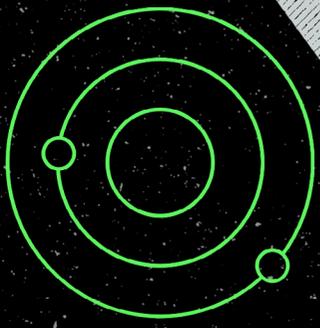
¹⁶ Fernández, P., *óp. cit.*, p. 3.

¹⁷ Cussiánovich, A., 2010. *Paradigmas de las culturas de infancia como formas de poder*. Lima: INFANT. La cita es de p. 27.

¹⁸ Céspedes, A., 2008. *Educación de las emociones. Educar para la vida*. Santiago de Chile: Editorial Vergara.

¹⁹ Saiz, V., *óp. cit.*

²⁰ *Ibíd.*, p. 120



Un renovado sitio web para el Registro de Museos de Chile

María Paz Undurraga Riesco

Encargada área de Estudios

Elizabeth Mejías Navarrete

Coordinadora Registro de Museos de Chile

Subdirección Nacional de Museos

*Luego de cinco años de funcionamiento,
www.museoschile.cl cambió su apariencia a fin de
entregar a sus visitantes una mejor experiencia
para conocer la realidad museal del país.*

El Registro de Museos de Chile (RMC) es la plataforma de los museos del país. Es administrada por la Subdirección Nacional de Museos (SNM) y forma parte de los instrumentos de la Política Nacional de Museos; los museos inscritos en el RMC se integran al Sistema Nacional de Museos.¹ El sitio reúne información sobre el sector de museos en Chile para la toma de decisiones y generación de acciones, la difusión de estas entidades entre la ciudadanía y el fortalecimiento del trabajo colaborativo entre distintas instituciones y personas interesadas en este ámbito de la cultura.

El RMC comenzó a funcionar en 2015 por medio del dominio www.museoschile.cl. Este sitio presentaba información de los museos registrados, específicamente sus características y principales servicios, además de noticias y cifras relativas al quehacer museal. Desde entonces, se ha constituido como una herramienta de información actualizada y extensa, proporcionada directamente por los museos del país, contribuyendo así con su conocimiento y difusión.² A partir de este desarrollo se logró pasar de 213 museos catastrados a 320 en diciembre de 2020, lo que ha consolidado una importante fuente de datos sobre el devenir museal en Chile y, a su vez, constituirse como un canal de difusión y comunicación entre la institucionalidad, los museos y la ciudadanía.

Luego de cinco años de funcionamiento era necesario renovarse, y no solo por un asunto de actualización digital. Durante estos años de instalación, el RMC se hizo conocido entre los museos de todo el país y se estableció como una instancia de reconocimiento formal de los espacios museales. Sin embargo, era necesario mejorar el acceso a los contenidos del sitio, dar mayor relevancia a la información del sector museal, mostrar más explícitamente la función de los museos y, de alguna manera, vincular más evidentemente el RMC con el Sistema Nacional de Museos.

Esta renovación implicó la revisión del sitio web, identificando sus fortalezas, potencialidades y debilidades. Para ello se consideró, en primera instancia, la experiencia de trabajo con la administración del sitio. La coordinación del RMC en conjunto con el equipo de la Subdirección Nacional de Museos levantaron nuevos requerimientos a partir de las necesidades que observaban desde el trabajo con el RMC, las respuestas de la comunidad museal y las personas interesadas, la recopilación de datos y su sistematización. También se consideraron las sugerencias relativas al funcionamiento y apariencia del sitio que las/os usuarias/os hicieron llegar por medio de los canales de contacto del RMC. Durante el primer semestre de 2020 se realizaron entrevistas a distintos tipos de usuarias/os para incorporar otras miradas críticas. Principalmente, se realizaron consultas a administradoras/es de fichas de registro de museos incorporados al RMC, encargadas/os de redes de museos e investigadoras/es y trabajadoras/es del sector. Por último, se revisaron otros registros y catastros de museos a fin de contar con referentes sobre la materia.³



➤ Imagen *home* antiguo sitio web.

En el diagnóstico se reconoció al RMC como una fuente de información importante sobre los museos en Chile; en este sentido, el levantamiento y la difusión de datos fue un elemento destacable y por tanto necesario de fortalecer. También, se reconoció que el sitio presentaba un potencial para articular una red de museos, pero ello no se lograba del todo. A su vez se constató que el sitio parecía ser una plataforma cerrada para museos, pues la información no se encontraba desplegada de manera intuitiva, accesible y atractiva para un público general. Todo esto nos motivó a generar más espacios para los museos registrados en el propio sitio, considerando que ellos son los primeros destinatarios de la plataforma.

A partir de estas reflexiones e insumos, se decidió llevar a cabo un proyecto de mejora de la plataforma que involucró dos ejes. Por una parte, la apariencia del sitio web, su navegación y la estructuración de sus contenidos. Por otra, la revisión de los datos recopilados junto con la creación de una nueva ficha de registro, que permitiese contar con nuevos datos de relevancia sobre el sector y mejorar la recolección de los datos ya existentes. La ejecución de estos ejes estuvo a cargo de la Subdirección Nacional de Museos y la Coordinación de Política Digital del Servicio Nacional del Patrimonio Cultural.

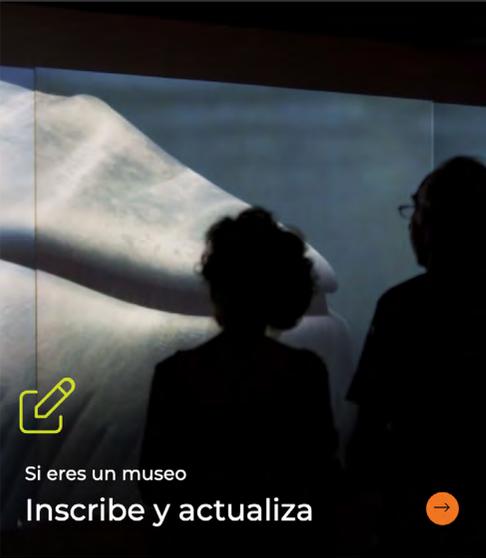
registromuseoschile.cl/663/w3-channel.html

Registro de Museos de Chile

EL SITIO DE LOS MUSEOS DEL PAÍS

Buscar 

356
Museos
CONÓCELOS



 Si eres un museo
Inscribe y actualiza 

 Para conocer los museos en Chile
Explorar museos 

 Averigua más
Los museos cuentan 

94

Explorar museos / Todos los museos / Museo de Artes Decorativas

Museo de Artes Decorativas

Última modificación: 09 de agosto de 2021

COMPARTIR:



La primera parte del proyecto se llevó a cabo en 2020 y tuvo como objetivo la renovación de la imagen y navegación del sitio web, para brindar una mejor experiencia a trabajadoras/es de museos, investigadoras/es y público general interesado en este ámbito de la cultura. Es así como se abarcó el cambio de diseño y la reorganización de la información y formas de navegación.

En cuanto al diseño, se optó por una imagen que permitiera visibilizar la diversidad de museos que alberga el RMC, diferenciar los tipos de temas ofertados y brindar distintas opciones de búsquedas. Todo ello con un diseño más llamativo que despertara el interés y la curiosidad. También se trabajó en la mejora de las fichas de los museos, incluyendo más y mejores imágenes, nuevos íconos para facilitar el despliegue y la lectura de información y una nueva agrupación de los contenidos de directorio, servicios y características principales.

Para ofrecer una mejor experiencia de navegación, la información se agrupó en tres secciones eje: “Inscribe y actualiza”, “Explorar museos” y “Los museos cuentan”. Además, se mantuvieron las secciones “Qué es el RMC”, “Noticias” y “Publicaciones”, disponiendo sus contenidos de modo más atractivo en términos visuales.

Ingresando a la sección “Explorar museos”, las/os usuarias/os pueden recorrer las instituciones en tres niveles de despliegue. Primero, acceder a todas las instituciones museales del país, con su información de directorio y principales servicios. Segundo, desde su georreferenciación. Y tercero, por medio de datos estadísticos: ¿Cuántos objetos custodian los museos? ¿Cuántas visitas reciben? ¿Cuántos trabajadores congregan? ¿Cuántos museos públicos y privados existen en el país?, entre otras informaciones disponibles. Para cada forma de exploración se incorporaron filtros específicos para precisar los criterios de búsqueda por parte de quienes naveguen por el sitio. Con esta estructura, se buscó mejorar el acceso a uno de los contenidos más importantes del sitio web: la guía de museos chilenos. El objetivo era aproximarnos a un público más amplio, como son los visitantes de museos y la ciudadanía en general, y, a la vez, convocar a un público más específico, como investigadoras/es e interesadas/os en el sector museal, exponiendo de mejor manera la información panorámica de los museos del país.

La nueva sección “Los museos cuentan” da a conocer experiencias museales que ponen en valor la diversidad del quehacer de los museos chilenos. El objetivo de su creación fue dar a conocer experiencias desarrolladas en los museos del país que aporten a la valoración del quehacer museal en sus múltiples ámbitos. Las publicaciones emergen de las propias sistematizaciones y reflexiones de los museos o de las/os trabajadoras/es del sector. De este modo, el RMC pretende ser un medio de difusión que aporte al intercambio de información y generación de colaboraciones entre los museos y sus trabajadoras/es.

La sección “Inscribe y actualiza” es de uso exclusivo para los museos que desean formar parte del RMC y para aquellos que ya cuentan con su

↪ Imagen *home* del nuevo sitio web.

← Galería de imágenes en la ficha del Museo de Artes Decorativas, actualizada agosto de 2021.

Inicio / Los museos cuentan

Los museos cuentan

Filtrar por nombre Más filtros

Ver como

Experiencias museales
Museos, comunidades y nuevos formatos para su investigación

11 de marzo de 2021

Experiencias museales
¿Qué puede hacer el museo por ti?

15 de febrero de 2021

Experiencias museales
Museos abiertos/ edificios cerrados: los museos chilenos durante la cuarentena

28 de enero de 2021

Experiencias museales
Todos los museos cuentan: panorama del sector museal en 2020

15 de febrero de 2021

96

↑ Imagen de la sección Los museos cuentan.

registro. Es decir, es desde este lugar donde los museos pueden iniciar su proceso de inscripción o actualizar sus datos de registro.

La segunda etapa del proyecto –vinculada a la ficha de registro– se encuentra aún en desarrollo. A partir de ella se pretende modificar la ficha de registro de museos para mejorar su comprensión y garantizar que se complete y gestione correctamente. Esta nueva ficha permitirá profundizar y optimizar los datos de los museos en Chile, favoreciendo así la elaboración de panoramas más exhaustivos que contribuyan a la planificación e implementación de acciones y políticas públicas, generación de redes de intercambio y colaboración que favorezcan al desarrollo armónico y sostenido de los museos en todo el territorio.

La intención también es aportar nueva información a iniciativas asociadas, como el [Registro de Museos Iberoamericanos](#) e [IDE Patrimonio](#), a las que se sumará [Estadísticas Culturales Informe Anual](#) en 2022. Esta última corresponde a un reporte anual elaborado entre el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio y el Instituto Nacional de Estadísticas, que busca optimizar e incrementar los antecedentes estadísticos para elaborar un panorama actualizado sobre el sector cultural en Chile. Esta incorporación permitirá construir un cuadro más completo de la realidad museal, pues por primera vez se incluirían todos los museos del país.⁴

Quiénes pueden inscribirse en el RMC

Pueden formar parte del RMC todas las instituciones que poseen y exhiben bienes patrimoniales a público, sin distinción de escala, dependencia administrativa o características. Desde el sitio web, los museos pueden inscribirse y completar una ficha con datos sobre sus características, funcionamiento, servicios y gestión. Si tu museo aún no forma parte de esta red, puedes registrarlo ahora mismo en www.museoschile.cl.

NOTAS

¹ El Sistema Nacional de Museos es el ámbito de acción y el espacio de encuentro y gestión de los museos chilenos, en el cual se llevan a la práctica los planteamientos de la Política Nacional de Museos. Todos los museos y las salas de exposición museográfica registrados en el RMC conforman el Sistema Nacional de Museos.

² Existen antecedentes de iniciativas que buscaron conocer la situación de los museos chilenos desde la década de 1970. En 1975 Grete Mostny, directora del Museo Nacional de Historia Natural, publicó un registro con 68 museos. En 1984, la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, con el apoyo de Unesco/PNUD, publicó *Los museos de Chile*, un completo registro de la situación museal que identificaba 121 instituciones en el territorio. En 1993, Fernando Guzmán y Alan Trampe publicaron *Diagnóstico de los museos en regiones* y, en 1999, Mónica Bahamóndez, Beatriz Espinoza y Alan Trampe escribieron *Diagnóstico de los museos chilenos*, publicación que analiza el estado y las necesidades de estas instituciones, con una descripción de la situación de sus funcionarios, financiamiento e infraestructura, entre otras. En 2007, desde la SNM se creó la Base Musa, consistente en un catastro en línea de todos los museos que existían en Chile en ese entonces, llegando a identificar 210 entidades. Es a partir de ese catastro que se construyó el RMC.

³ Específicamente, se revisaron el [Registro de Museos Argentinos](#), plataforma digital dependiente de la Dirección Nacional de Museos, Secretaría de Cultura, que reúne el universo de museos situados en dicho país. También los instrumentos empleados por Brasil para abordar su realidad museal: [Cadastró Nacional de Museus](#), con la georreferenciación de los museos del país basada en la información de *Museus em Números* y *Guia dos Museus Brasileiros*; [Registro de Museus](#), instrumento de la Política Nacional que recolecta, analiza y comparte informaciones sobre los museos brasileños para fortalecer su gestión y las políticas públicas sectoriales, y [Museusbr/ Mapas Culturais](#), plataforma colaborativa con la georreferenciación de los museos del país y sus principales características. El Sistema de Información de Museos Colombianos – SIMCO, herramienta virtual creada por el Programa de Fortalecimiento de Museos para la gestión de la información de los museos colombianos. Además, la [Red Portuguesa de Museos](#), un sistema organizado de museos, de adhesión voluntaria, orientado a la descentralización, mediación, capacitación y cooperación entre museos, y el [Registro de Museos Iberoamericanos](#), plataforma digital que busca promover el conocimiento de la diversidad museal de Iberoamérica.

⁴ Hasta la fecha *Estadísticas Culturales. Informe Anual* ha informado la realidad estadística solo para los museos dependientes del Servicio Nacional del Patrimonio Cultural.

De la farmacia y otros cuidados. A cien años del nacimiento de Irma Pennacchiotti Monti*

Nicole Andrea González Herrera

Historiadora del arte y museóloga

99

El desarrollo profesional y laboral de Irma Pennacchiotti destacó por su significativo aporte al progreso de la industria de los alimentos en Chile. Esta atención a la alimentación y nutrición tuvo cabida en el Museo de Química y Farmacia, donde se desempeñó como guardiana del bienestar físico de los objetos en línea con el bienestar emocional o social de la colectividad químico-farmacéutica del país. En vísperas de su centenario, hoy es la comunidad la que busca atesorar y conservar su historia.

Bien podría suponerse que el campo científico en Chile, en particular aquel segmentado por la química y la farmacia, posee –históricamente– poca presencia femenina. Tanto los Premios Nacionales en Ciencias, como los posteriores reconocimientos en Ciencias Naturales, Exactas, Aplicadas y Tecnológicas, dan cuenta de un apabullante dominio masculino, pero, además, indican la poca atención que reciben las hazañas científicas realizadas por mujeres, la menor consideración de sus opiniones, publicaciones y logros.¹ En este artículo se busca revertir aquella situación y visibilizar el trabajo constante que ha realizado la académica y químico-farmacéutica Irma Pennacchiotti Monti (1921-).

Aún más, dado el contexto de esta publicación y la entramada red de aportaciones que generó la Profesora Emérita de la Universidad de Chile,² se busca resaltar, como hito inédito, su aportación al campo museológico tras haber sido durante veinte años directora del Museo de Química y Farmacia Profesor César Leyton, entre 1996 y 2017.

Por último, esta investigación –que integra un estudio mayor–,³ se propone recuperar y visibilizar las labores que han desarrollado distintas profesionales en el país, de cara a formar una genealogía y aportar a la diversificación del trabajo remunerado. Esta tarea compleja responde a un llamado feminista anclado en dos deseos: primero, recuperar la historia y la voz de las mujeres y, luego, cuestionar las estructuras sociopolíticas e institucionales que, de manera sistemática, han invisibilizado su agencia. A razón de esto, “no solo se recupera la historia, sino que se hace historia con una perspectiva política crítica”,⁴ es decir, se siembran aspiraciones nuevas para erradicar la invisibilización y la exclusión en el futuro. También, debemos constatar que no se busca idealizar la figura de las mujeres en la dirección de museos, sino comprender los factores que permitieron tal autoridad y entender su inserción como un fenómeno excepcional, sin una idealización heroica. En este trabajo, el énfasis estará puesto en observar cómo Pennacchiotti negoció sus diferencias y cómo atender críticamente al trabajo femenino y a las labores de cuidado puede ayudar a cimentar construcciones sociales más equitativas.

LA FARMACIA COMO UNA PARTE DEL TODO

Entre las diversas cronologías que existen en el campo de la farmacia chilena⁵ nunca ha sido atendida profusamente la participación de las mujeres; ejemplo de ello es la escasa relevancia dada a Griselda Hinojosa Flores,⁶ la primera farmacéutica egresada de la Universidad de Chile en 1899. Esta instancia de marginación es reiterativa y permite asegurar, más de cien años después, que existe una “idea inconsciente de que la ciencia [le] pertenece a los hombres”,⁷ tal como lo señaló la bioquímica Cecilia Hidalgo Tapia.

De acuerdo a las periodizaciones consultadas es posible reconocer que el campo farmacéutico y terapéutico en Chile tiene un largo aliento, desde las primeras naciones cuyos conocimientos eran transmitidos por

➤ Primera medalla al egresar de la Facultad. Colegio de Químicos Farmacéuticos, 1946. Fuente: Archivo personal de la profesora Irma Pennacchiotti Monti, consultado en 2021.



machis, curanderas, *meicas* y yerbateras. De hecho, la propia Pennacchiotti sentenciaba que “la botica de los indígenas era la naturaleza”⁸ en alusión, principalmente, a la herbolaria mapuche y a los modos que utilizaban para restaurar la salud y la armonía con la naturaleza. Luego, los distintos aportes historiográficos continúan por reconocer el período de dominación española bajo la figura del protomedicato,⁹ donde las farmacopeas,¹⁰ los boticarios y los jesuitas asumieron el protagonismo hasta el primer hito de carácter nacional: la creación de una clase de Farmacia bajo la sección Universitaria del Instituto Nacional en 1833.

La seguidilla de avances que debía promover la creación de un espacio formativo, aún más en el marco de la Universidad de Chile desde 1842, no tuvo un desarrollo libre de tropiezos. Impedimentos de carácter social, jurídico, político e institucional se suscitaron uno tras de otro hasta bien avanzado el siglo XX. Esta fase, entendida como un segundo período de modernización, comprendió la construcción de un campo disciplinar que abandonaba lo místico y lo secreto de las boticas, para promover estándares, normas y una organización entre los distintos agentes: las/os farmacéuticas/os, los intereses del Estado, la administración privada de las farmacias y la clientela. En este contexto, la incorporación de la mujer a los estudios universitarios permitió

que ingresaran al campo docente y laboral para contribuir en la producción de más conocimientos, atendiendo a la raíz teórica y práctica de la disciplina. Un ejemplo del alcance y el posicionamiento de las mujeres lo evidencia la primera generación de estudiantes de la Universidad de Concepción, cuya promoción en 1922 fue exclusivamente femenina.¹¹

Este estímulo de superación y de igualdad en los derechos hacia las mujeres, reconocía una vanguardia dispuesta a ganar terreno en dominios tan adversos y masculinizados como la política, la ciencia y el arte. Sin embargo, los mandatos sociales de la cultura y el *establishment* de la sociedad chilena reiteraban sus exigencias hacia las labores femeninas: el cuidado del hogar, la mantención de la familia y la belleza, como las únicas aspiraciones socialmente válidas. Un artículo de 1949 en la *Revista Eva* documenta algunas inquietudes en la conversión del período: en la imagen de la página 103 se observa a las químico-farmacéuticas Irma Pennacchiotti y Marta Vargas al interior del Laboratorio del Instituto de Investigaciones Veterinarias trabajando; no obstante, la información a pie de foto señala: “¿Preparando algún veneno? ¡Qué esperanza! Inventan nuevos cosméticos a escondidas del profesor”.¹²

Publicada a partir de 1942, esta revista buscaba difundir una imagen de la mujer moderna e instalar los debates de la segunda ola del feminismo en Chile, de modo que temáticas sobre el acceso a la educación y al trabajo eran recurrentes. Sin embargo, también fallaba en reconducir prejuicios asociados a la femineidad y tendía a adoctrinar en lo que debía ser el comportamiento. Por ejemplo, en la frase: “¡Qué esperanza!” insinuaban una ilusión errada respecto de los avances que podrían alcanzar en la producción de venenos, pero aún más, una suspicacia respecto de su autonomía y contribución como investigadoras. Enseguida, la ligazón a la elaboración de cosméticos perpetúa el imaginario sexual que acompaña a las mujeres como objetos o productos de una belleza inmutable, y, por último, aquello que parece más inquietante es la referencia a un actuar distinto u opuesto según la presencia de los profesores. Esto remarca que las jóvenes no estaban allí por un ejercicio *dado* o naturalizado, sino, como “propias y extrañas”¹³ en un terreno cuya autoridad varonil era clara y hegemónica.

BRECHAS EN LA DISPUTA DE LO LABORAL

A mediados del siglo XX, Irma Pennacchiotti Monti ingresó como estudiante a la carrera de Química y Farmacia de la Universidad de Chile, siendo la primera mujer en egresar cuando se constituyó como facultad en 1945. Esta adelantada condición y las destrezas exhibidas durante su formación le permitieron iniciar una carrera docente desde el 1 de marzo de 1945, como ayudante en la cátedra de Bromatología, Toxicología y Nutrición del profesor Hermann Schmidt-Hebbel.¹⁴ Así, a sus 24 años, comenzó –junto a otras profesionales de la Universidad– a compartir “de generación en generación, sus valiosos conocimientos y a dedicar sus mejores esfuerzos a la formación profesional de la juventud”,¹⁵ hasta alcanzar el cargo de Profesora Titular en 1969.¹⁶

Al alero de la Universidad, del Ministerio de Agricultura, del Colegio de Químico-Farmacéuticos y de la Academia de Ciencias Farmacéuticas de Chile comenzó una creciente especialización que la llevó a formar la sección de Química y Forrajes del Instituto de Investigaciones Veterinarias, a ser administrativa

y secretaria de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacéuticas y, además, autoridad en distintas organizaciones gremiales como la Sociedad Chilena de Tecnología en Alimentos y la Sociedad Chilena de Nutrición, Bromatología y Toxicología, entre otros congresos y seminarios dentro y fuera del país. También, fue visionaria en la publicación de la primera tabla de composición química de los alimentos chilenos (1961) y clave en la creación de la carrera de Tecnología en Alimentos y el campo de estudios nutricional.

Esta tribuna privilegiada que alcanzó Pennacchiotti en el campo científico es interpretada desde los estudios de género como un espacio de poder que no declara una divergencia con la estructura y organización del mismo. Incluso puede presentar ciertas resistencias, perplejidades o contradicciones, pero, al ser una mujer blanca, heterosexual y de origen italiano era afín a la estabilidad del modelo y del período. En esto se reconoce que “pese a la innegable presencia femenina en el sector farmacéutico, no fueron ellas las que levantaron la voz frente a los principales problemas que aquejaron a los boticarios hasta bien entrado el siglo XX”;¹⁷ es decir, ni Pennacchiotti ni otras farmacéuticas fueron quienes comandaron las reestructuraciones en el plano político o económico del gremio.

En efecto, en el campo laboral de la disciplina seguían perpetuándose zonas donde las mujeres tenían menor cabida. La docencia y la investigación estaban permitidas, pero áreas como el mercado, la industria¹⁸ y la tecnología extendieron fronteras de género invisibles a lo largo del siglo XX.

MUSEOLOGÍA, GÉNERO Y OTROS CUIDADOS

Luego de haber presentado brevemente la trayectoria científica de Pennacchiotti, corresponde construir su implicancia en el campo museal, pues desde 1996 ostentó el cargo de directora en “la custodia del Museo de Farmacia César Leyton”.¹⁹

En términos amplios se trata de un museo universitario creado en 1951, de carácter público, cuyo objetivo era ilustrar las antiguas boticas de la capital. Eventualmente, fue ampliando su temática hasta abarcar la evolución de la química y la farmacia en el país. Este museo respondía –por lo menos hasta el año 2017– al paradigma occidental y tradicional de



Eloisa Díaz Inzunza, la primera médico-cirujano de Chile.

La mujer EN LA UNIVERSIDAD

por María Eugenia Sanbueza



Como si se tratara de un bebé, estas futuras médicas trabajan sonrientes en un cadáver horripilante.



Gricelda Hinojosa, pionera de las químico-farmacéuticas.

Chile cuenta con las primeras mujeres profesionales de Sudamérica. En el año 1810, en plena Independencia, aparece en los registros de la Real Universidad de San Felipe el nombre de una mujer inscrita en la Facultad de Filosofía: doña Dolores Egaña Fabres. Pero entre las profesionales propiamente tales, la Escuela de Medicina va a la cabeza en la graduación de mujeres. Eloisa Díaz Inzunza, la iniciadora de las mujeres profesionales chilenas, recibe en 1887, de manos del Presidente don José Manuel Balmaceda, su título de médico-cirujano, con todas las distinciones posibles durante sus estudios. Ese mismo año recibe el mismo título doña Ernestina Pérez Barahona. Antes de esa fecha, la señorita Paulina Starr (1884) y Amalia Venegas (1885) se gradúan en la Escuela de Dentística, pero sin obtener el título profesional, pues aun no se necesitaba bachillerato para ingresar a ésta. Siguen por orden cronológico la señorita Matilde Throup Sepúlveda (1892) y Matilde Brandau (1893), ambas recibidas en la Facultad de Leyes. Gricelda Hinojosa se recibe de químico-farmacéutica en 1899, y Justicia Espada, en 1919, recibe su título de ingeniero civil.

En 1810 —como dijimos— aparece la primera mujer inscrita para optar a un título profesional. Setenta y siete años más tarde tenemos a la primera titulada, y nada menos que en medicina, una carrera que, por la época, las dificultades de estudios y lo poco apropiado que se consideraba para las mujeres, era campo exclusivo del hombre. Desde esa fecha comienzan a salpicar aquí y allá nombres femeninos en las listas de graduados de las distintas escuelas universitarias. Al principio son pocas: aun hay escuelas en que continúa siendo algo extraordinario la graduación de una mujer; ingeniería, agronomía; en cambio, hay otras en que la mujer se ha impuesto y lleva un mayor porcentaje de graduación que el hombre: pedagogía, dentística.

La mujer chilena, en su anhelo de llegar a ser igual que el hombre, de ayudarlo, no sólo como una musa inspiradora, ha ido in-

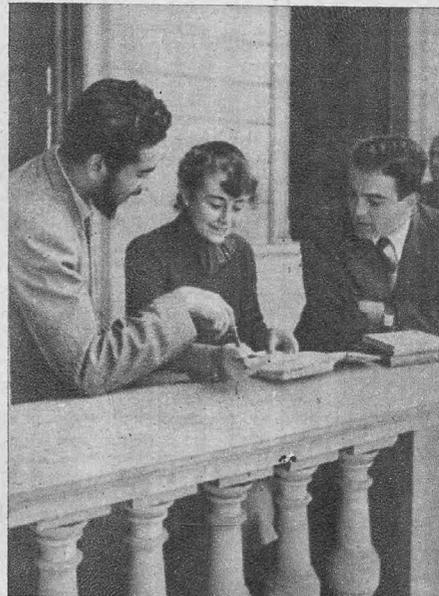
vadiendo el campo exclusivo de éste, y no se contenta con ser su igual, sino que a veces lo aventaja y logra obtener mayores éxitos que él.

Las universitarias poseen un cerebro más disciplinado, ven las cosas con mayor claridad y están colocadas en un plano de visión mucho más alto que las demás mujeres. La profesional posee seguridad en sí misma, es astuta frente a los problemas que le plantea la vida, sabe arreglárselas sin necesidad de recurrir a ayuda ajena, tiene una cultura general vastísima, se codea con innumerables caracteres y adquiere diariamente, en el ejercicio de su profesión, una rica experiencia de humanidad.

Sin embargo, siempre se habla de que la profesional pierde su femineidad, se pone dura, insensible y "masculinizada". Pero ¿no le ha sucedido a usted caer en manos de una dentista toda dulzura y suavidad, que sufre más que usted cuando le hace alguna extracción? A mí sí. Y ¿no ha conocida alguna doctora que, saliendo de su estudio donde luce una gran plancha que dice: "Fulana de Tal, médico-cirujano", se dirige corriendo hacia un hogar lleno de niños y donde reina el mismo espíritu acogedor que en el hogar de la señora que estudia economía doméstica?

En la universidad misma la mujer da un interés nuevo, un ambiente más familiar, más interesante a los pasillos interminables y a las salas donde disertan los doctos profesores. Es un aliciente maravilloso la presencia femenina en una gran escuela húmeda y oscura, como lo es igualmente en una escuela moderna llena de luz y sol.

Año tras año van aumentando las profesionales, perfeccionándose en sus especialidades y formando al mismo tiempo una competencia entre sexos que aumenta el mutuo mejoramiento profesional. Desde nuestra pionera de allá por el año 10, la independencia profesional femenina, va siendo cada día una verdad mayor para un mundo mejor.



Se suscitaba una discusión de Derecho Penal, que la "niña" solucionó con su agradable presencia.



¿Preparando algún veneno? ¡Qué esperanza! Inventan nuevos cosméticos a escondidas del profesor.

En la imagen inferior, las profesionales Irma Pennacchiotti y Martas Vargas. Fuente: *Revista Eva*, n.º 200, p. 42, 14 de enero de 1949, Santiago de Chile.

la *vieja museología*, es decir, estaba basado en la comprensión conductivista de los objetos, del edificio y del público. De hecho, la propia farmacéutica afirmaba que, entre 1951 y 1987:

[...] cuando estaba en el segundo piso en Vicuña Mackenna, eran unas piezas oscuras con unos tablo- nes, en que estaban las cosas puestas así [hace con la mano el gesto de una línea horizontal, los tablo- nes, y luego un gesto iterativo perpendicular, las co- sas puestas como repetición de objetos verticales]. Era muy fúnebre el lugar. Era realmente penoso.²⁰

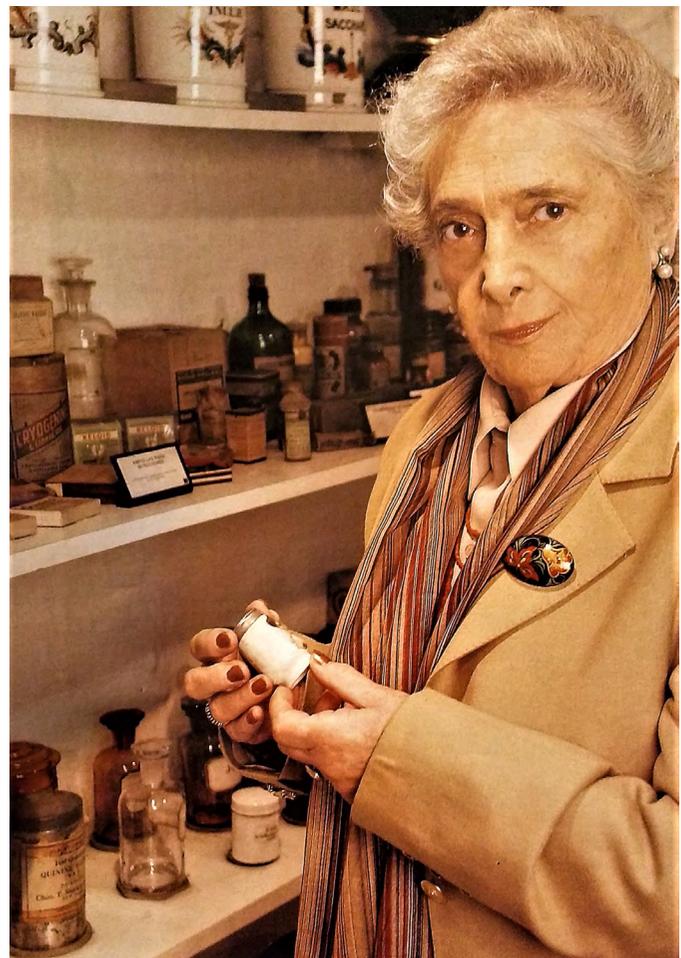
En una línea similar el profesor Schmidt-Hebbel documentó que “el Museo cayó en el abandono y sus diversas colecciones de objetos fueron depositadas en bodegas del recinto académico, sin prestar mayor utilidad a las nuevas generaciones de químico-farmacéuticos u otras personas interesadas en el tema”.²¹

Esta situación se revirtió, al menos parcialmente, con el traslado del Museo al Colegio de Químico-Farmacéuticos de Chile en la calle Merced. Sin embargo, en esta nueva ubicación el Museo perdió su vínculo directo con la facultad y con sus estudiantes, situación que era lamentada por Pennacchiotti: “Ahora pretendo dedicarle algunas horas a la semana para que esté abierto al público. Porque lo malo es que hay mucha gente que no tiene idea de que aquí existe un museo. Siempre los que me llaman son extranjeros”.²²

La estratégica ubicación, en el epicentro de la ciudad santiaguina, operaba una extraña paradoja, porque ante la máxima exposición geográfica perdía a su comunidad más inmediata y debía buscar nuevas formas de instalarse como un atractivo pedagógico, más allá del universo turístico. Una solución fue propuesta por la Academia de Ciencias Farmacéu- ticas, que insistió “en la conveniencia de una visita obligatoria de nuestro Museo por los alumnos que inician sus estudios”.²³

➤ Autoridades de la Facultad de Química y Farmacia de la Universidad de Chile en 1947. Fuente: Sandoval, C., 1985. *Reseña histórica de la Farmacia en Chile*. Santiago: Fundación Emma y César Leyton.

➤ Irma Pennacchiotti en el Museo de Química y Farmacia. Fuente: *Revista Caras*, n.º 451, 15 de julio de 2015.



Nuevamente, este imaginario de visitas obligatorias y del museo como un espacio extensivo a la educación formal, remarca su identidad tradicionalista y constriñe el potencial moderno o contemporáneo de la institución.

En Chile, desde finales de la década de 1960, se estaba problematizando la museología con un enfoque sociopolítico, educativo y transformativo. Por ejemplo, Grete Moštny, directora del Museo Nacional de Historia Natural entre 1964 y 1982, sentenciaba que: “Ya ha sido superada la época de salas atestadas con vitrinas y las vitrinas llenas hasta el tope con objetos que por su superabundancia no permiten distinguirlos”,²⁴ pero, lamentablemente, estas discusiones quedaron fuera del Museo de Química y no modificaron el dispositivo de exhibición de la Universidad de Chile.

Frente a este paradigma de la tradición, la gestión que dirigió la profesora Pennacchiotti desde 1996 iba también en línea con los roles de género. En cuanto a la conservación y el cuidado del patrimonio, un reportaje de mediados de los años noventa consigna que “desde la organización hasta el aseo de las cosas más delicadas lo hace ella con sus propias manos”.²⁵ En esta característica resalta una actitud conciliadora con la praxis doméstica del museo, que empalma igualmente con su especialización científica, ya que Pennacchiotti se dedicaba a investigar e innovar en la “composición de alimentos naturales y procesados desde el punto de vista de su contenido”,²⁶ llegando incluso a contribuir para “una política nutricional adecuada a nuestra realidad nacional”.²⁷

Esta atención a un bienestar integral tanto de los objetos del museo como de la población chilena, mediante su alimentación y nutrición, permite esbozar una reapropiación y una extensión de la noción de cuidados.²⁸ Así, se puede dejar atrás el carácter estrictamente material de la conservación-restauración y el enfoque netamente humanista que le otorga el feminismo contemporáneo al trabajo no asalariado de las mujeres.

Otra práctica de la profesora Irma Pennacchiotti que permite articular una relación fluida entre la

museología, el género y los cuidados está dada por su forma de colaborar en los discursos institucionales y la porosa línea que establece entre lo académico, lo humano, lo material y lo inmaterial. Así, por medio de sus memorias, podemos visitar la historia afectiva de la Facultad mediante los apodosos que eran asignados a profesores y autoridades²⁹ o también aproximarnos a festividades del entorno social como la Fiesta de la Lavándula y la Exposición Viviente.³⁰

Por último, es necesario puntualizar otro aspecto de la biografía personal de Pennacchiotti que reinserta las complejidades de la alianza género y ciencia, pues, entre 1956 y 1957, a raíz del nacimiento de sus dos hijas, su jornada laboral le empezó producir “problemas domésticos, pues yo estaba casada y con dos niñas pequeñas”, según sus palabras.³¹ Frente a esta doble categoría de madre y trabajadora reconoce la corresponsabilidad paternal de Enzo Buzzi, su esposo, pues “sin su apoyo, no habría logrado nada con dos niñas en esa época”.³² En este sentido se comprueba “la idea de que la investigación científica constituye un esfuerzo que lo consume todo y que por lo tanto es incompatible con formar una familia”.³³ La condición de mujer, trabajadora, directora y madre coincide, por ejemplo, con la experiencia de vida de Nena Ossa, directora del Museo Nacional de Bellas Artes entre 1977 y 1990. Ella, en una entrevista al interior de su oficina declaraba: “Mis hijos ocupan uno de los aspectos más significativos de mi vida”.³⁴

A MODO DE CIERRE Y PORVENIR

El poblado universo de mujeres que han contribuido intelectualmente tanto al campo científico como al campo museológico lleva a identificar sus múltiples roles como machis, curanderas, *meicas*, yerbateras, botánicas, químico-farmacéuticas, dueñas de farmacias, especialistas, profesoras, ayudantes, becarias, coleccionistas, mecenas, donantes, arquitectas, investigadoras, historiadoras, directoras y más. El sello doméstico, afectivo y humano que imprimió Pennacchiotti al interior del Museo de Química y Farmacia permite repensar una relación más expansiva y fluida con la noción de cuidados,



Irma Pennacchiotti en su residencia particular, Santiago, mayo de 2021. Fotografía: N. González.

106

difuminando la estructura binaria entre cosa (objeto-colección) y sujeto (persona-comunidad-nación). La gestión de otras directoras también permite reconocer semejanzas, por ejemplo, Grete Mostny estaba preocupada de insertar el ámbito educativo y la relación con las infancias como un eje de trabajo; Lily Garafulic³⁵ se dedicó a la creación de un taller de conservación-restauración y al mejoramiento de las condiciones físicas de las salas y depósitos y, posteriormente, Nena Ossa estuvo preocupada de obtener recursos con la empresa privada para solventar arreglos y reparaciones posteriores al terremoto de 1985.

Esta aproximación permite impulsar progresos significativos en el trato hacia las mujeres profesionales, trazar una memoria crítica y concebirlas como mentoras para las nuevas generaciones, pero –a la vez– permite valorar las tareas domésticas y de cuidados, desde una dimensión colectiva y social, dispuesta a asumir estos otros saberes y trabajos.

AGRADECIMIENTOS

Un especial agradecimiento a la profesora Irma Pennacchiotti Monti y a su familia, quienes han tenido la amabilidad de compartir y revivir su historia tanto con el equipo del Museo de Química y Farmacia como con las y los estudiantes de la Universidad de Chile. 

NOTAS

* Este artículo fue redactado y editado entre los meses de junio y septiembre de 2021.

¹ Hidalgo, C., 2021. “Mujeres en ciencia: una eterna lucha contra los prejuicios”. *La Tercera*, 11-02-2021. [En línea] <<https://www.latercera.com/opinion/noticia/mujeres-en-ciencia-una-eterna-lucha-contra-los-prejuicios>> [Consultado: agosto de 2021].

² Decreto Exento n.º 0015418, 16 de septiembre de 2002, de la Universidad de Chile.

³ Véase González, N., 2020. *Mujeres de poder. Directoras en el Museo Nacional de Bellas Artes*. Observatorio Cultural. Ensayos ganadores Haz tu Tesis en Cultura 2020. [En línea] <<http://observatorio.cultura.gob.cl/index.php/2021/01/26/mujeres-de-poder-directoras-en-el-museo-nacional-de-bellas-artes/>> [Consultado: agosto de 2021].

⁴ Restrepo, A., 2016. “La genealogía como método de investigación”, en *Lecciones críticas en investigación feminista*, N. Blazquez Graf y M. P. Castañeda, coords., pp. 23-41. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México. La cita es de p. 36.

⁵ Véase Leyton, C., 1963. “Los primeros años de la Sociedad de Farmacia de Santiago 1859-1864”. *Anales Chilenos de Historia de la Medicina* 5: 251-264; Schmidt-Hebbel, H., 1986. *Tras las huellas de la Enseñanza de las Ciencias Farmacéuticas en Chile (1833-1985)*. Santiago: Academia de Ciencias Farmacéuticas de Chile; Cortina Trespalacios, M., 1992. *La profesión farmacéutica en el reino de Chile durante los siglos XVII y XVIII*. Santiago: Academia de Ciencias

Farmacéuticas de Chile; Schmidt-Hebbel, H., 1995. *Academia de Ciencias Farmacéuticas 1983-1995*. Santiago: Fundación Emma y César Leyton; Sandoval, C., 2002. “Desarrollo de los Estudios de Farmacia en Concepción (Chile)”. *Revista Anales de la Real Academia Nacional de Farmacia* 68 (1): 111-156, entre otras. La corriente contemporánea que rompe esta norma nace con el historiador Óscar Aedo Inostroza, quien desarrolló levantamientos monográficos respecto de Ángel Vázquez (1823-1893) y José Vicente Buñillos (1800-1873), bajo el alero de la Academia de Ciencias Farmacéuticas de Chile. Para otras investigaciones véase Dussailant Christie, J., 2015. “Turnos, títulos e ‘intrusos’: Los dolores de cabeza de los boticarios (Santiago, 1846-1943)”. *Revista Historia* 48 (1): 99-118, id., 2018. “De la botica a la cadena para una historia del comercio de Santiago (1840-1950)”. *Revista Historia* 396 8 (1): 109-130; Guzmán Riveros, E., 2002. *Historia de una profesión. Colegio Químico Farmacéutico y Bioquímico de Chile 1942-2002, 60 años*. Santiago: Editorial Trineo, id. 2008. *Historia de la farmacia en Chile: 65 años*. Santiago: Colegio Químico Farmacéutico y Bioquímico de Chile.

⁶ Álvarez, R. y E. Flores, 2006. *Griselda... La Olvidada*. Santiago: Arthus.

⁷ Hidalgo, C., 2015. “Mujeres y Ciencia”. *Anales de la Universidad de Chile*, séptima serie, 8: 23-41. La cita es de p. 28.

⁸ Pennacchiotti, I., 2000. “Facultad de Ciencias Químicas y Farmacéuticas”. *Anales de la Universidad de Chile*, sexta serie, 12. La cita es de p. 2.

⁹ Institución creada en España en el siglo XV, se encargaba de vigilar el ejercicio de las profesiones sanitarias (médicos, cirujanos y farmacéuticos) en las colonias americanas. Además de la función docente, realizaban la acreditación y administración de los recursos de sus oficinas.

¹⁰ Fueron utilizadas las versiones españolas hasta 1886, cuando en Chile se editó la primera Farmacopea Oficial de América del Sur, bajo la labor del Dr. Adolfo Murillo.

¹¹ Universidad de Concepción, 1930. *Escuela de Farmacia*. Concepción: Imprenta Moderna. La cita es de p. 10.

¹² Sanhueza, M. E., 1949. “La mujer en la Universidad”. *Revista Eva* n.º 200, 14-01-1949, Santiago, p. 42.

¹³ Cañañeda Salgado, M. P., 2016. “Epistemología y metodología feminista: debates teóricos”, en *El campo teórico feminista. Aportes epistemológicos y metodológicos*, M. E. Jarquín Sánchez, coord., pp. 79-111. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México - Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades. La cita es de p. 87.

¹⁴ Pennacchiotti, I., 2005. Una mirada nostálgica al pasado. Una autobiografía. Documento inédito, p. 13.

¹⁵ Klimpel, F., 1962. *La mujer chilena (El aporte femenino al Progreso de Chile) 1910-1960*. Santiago: Editorial Andrés Bello, p. 154.

¹⁶ Pennacchiotti, I., 2005, *óp. cit.*, p. 27.

¹⁷ Dussailant Christie, J., *óp. cit.*, p. 104.

¹⁸ Klimpel, F., *óp. cit.*, p. 154.

¹⁹ Pennacchiotti, I., 2005, *óp. cit.*, p. 57.

²⁰ Entrevista realizada a Irma Pennacchiotti Monti, Santiago, 3 de mayo de 2021.

²¹ Schmidt-Hebbel, H., 1995, *óp. cit.*, p. 13.

²² Corona, P., 2005. “Una joya de botica”. *Revista Caras* n.º 451, 15-07-2005, Santiago, p. 89.

²³ Schmidt-Hebbel, H., 1995, *óp. cit.*, p. 16.

²⁴ Moštny, G., 1968. “Los museos como instituciones educacionales”. *Anales del Museo de Historia Natural de Valparaíso* 1: 11-16.

²⁵ Corona, P., *óp. cit.*, p. 89.

²⁶ Pennacchiotti, I., 2005, *óp. cit.*, p. 38.

²⁷ Fuenzalida, R. e I. Pennacchiotti, 1978. “Estudio bromatológico de bebidas alcohólicas elaboradas por industrias chilenas”. *Anales de Bromatología* XXX-1: 5-12. La cita es de p. 6.

²⁸ “Karina Batthyány define cuidado como la acción de ayudar a una persona dependiente, sea un niño, adulto mayor, enfermo ocasional o crónico, en el desarrollo y en el bienestar en su vida cotidiana”, en Colectivo Las Tesis, 2021. *Quemar el miedo, un manifiesto*. Santiago: Editorial Planeta, p. 33.

²⁹ Por ejemplo, Juan Ibáñez Gómez como “Don Prometeo”, Hermann Schmidt-Hebbel como “El terror del primer año”, César Leyton Caravagno como “Manos brujas”, Francisco Cañañeda como “Don Pancho” y Francisco Hernández como “El viejito del acordeón”, entre otras denominaciones coloquiales.

³⁰ Véase su entrevista en el canal de YouTube del Museo de Química y Farmacia <<https://www.youtube.com/watch?v=KBola-D5VP8>> [Consultado: agosto de 2021].

³¹ Pennacchiotti, I., 2005, *óp. cit.*, p. 69.

³² Corona, P., *óp. cit.*, p. 89.

³³ Hidalgo, C., 2015, *óp. cit.*, p. 31.

³⁴ Rodríguez, M., 1987. “Nena Ossa: He procurado que las tendencias mundiales sean conocidas en el país”. *Revista Cosas* n.º 284, 20-08-1987, Santiago, pp. 38-39.

³⁵ Escultora, Premio Nacional de Arte y Directora del Museo Nacional de Bellas Artes entre 1973 y 1977.

Algunos aniversarios de museos chilenos en 2020*

190
años

**Museo Nacional
de Historia Natural**

1830

Santiago, Región Metropolitana

140
años

**Museo Nacional
de Bellas Artes**

1880

Santiago, Región Metropolitana

105
años

**Museo Marítimo
Nacional**

1915

Valparaíso, Región de Valparaíso

15
años

**Museo Interactivo
Claudio Arrau León**

2005

Chillán, Región de Ñuble

20
años

**Museo
Interactivo Mirador**

2000

Santiago, Región Metropolitana

25
años

**Museo
Colchagua**

1995

Colchagua, Región de O'Higgins

15
años

**Museo de Arte Sacro y
Costumbrista Buen Pastor**

2005

San Felipe, Región de Valparaíso

10
años

**Museo de la Memoria y
los Derechos Humanos**

2010

Santiago, Región Metropolitana

10
años

**Museo de Artes
Universidad de los Andes**

2010

Santiago, Región Metropolitana

80
años

**Museo Regional
de La Araucanía**

1940

Temuco, Región de La Araucanía

65
años

**Museo Nacional
de Medicina**

1955

Santiago, Región Metropolitana

60
años

**Museo Regional
de Iquique**

1960

Iquique, Región de Tarapacá

35
años

**Museo
de Dalcahue**

1985

Dalcahue, Región de Los Lagos

35
años

**Museo
La Ligua**

1985

La Ligua, Región de Valparaíso

40
años

**Casa Museo
Familia San Martín**

1980

Gorbea, Región de La Araucanía

MUSEO MARÍTIMO NACIONAL

“En sus más de cien años –105 desde su creación, el 30 de abril de 1915–, el Museo Marítimo Nacional ha mantenido un constante ritmo de crecimiento y desarrollo. A lo largo de todo este tiempo, no solo ha compartido con la comunidad un relato histórico y patrimonial por medio de la exhibición de una colección invaluable, sino que, también, ha transmitido el legado de héroes y personas comunes, quienes con sacrificio, liderazgo y elevada capacidad de sobreponerse a lo adverso, pudieron vencer un sinnúmero de dificultades; legado que cobra especial relevancia sobre todo ahora que vivimos tiempos de pandemia e incertidumbre. Tener más de un siglo de vida nos insta a seguir avanzando hacia la consolidación de una conciencia marítima que nos permita valorar y apreciar el mar como fuente permanente de desarrollo sustentable nacional”.

Andrés Rodrigo R.

Director Museo Marítimo Nacional

110

MUSEO LA LIGUA

"Ya han transcurrido 35 años de vida ininterrumpida del Museo La Ligua, dedicado a servir a las personas, a las comunidades y el territorio que habitamos. En todo este tiempo, son innumerables las personas, en distintos roles, que han contribuido a ese propósito. Actualmente somos los responsables de mantener esta misión y profundizarla. Nos motiva avanzar hacia la visión de un ‘museo compartido’, en donde la comunidad organizada, de la cual formamos parte, tenga un rol activo y protagónico en nuestra labor museal. La idea de futuro es ser un museo inclusivo, con enfoque intercultural y de derechos, que trabaje firmemente por el buen vivir de todas y todos quienes habitan la provincia de Petorca, en la región de Valparaíso”.

Darío Aguilera Manzano

Director Museo La Ligua



MUSEO REGIONAL DE IQUIQUE

“El Museo Regional de Iquique, ‘el corazón patrimonial del Norte Grande’, nace en 1960 como museo académico, al alero de la Universidad del Norte en el puerto de Iquique. Resguardamos el testimonio arqueológico desde los primeros pobladores y pasando por la tradición Chinchorro, las expresiones de los curacazgos regionales, la influencia Tiwanaku en los Andes centrales, el desarrollo y la monumentalidad del Tawantinsuyu, hasta la historia colonial y republicana, con sus poblaciones hispana, mestiza, aymara, quechua, afrodescendiente, europea y asiática que hurgaron las entrañas argentíferas y luego salitreras y que impregnaron con su fervor religioso mancomunado la industrializada pampa del Tamarugal. Hoy nuestro Museo es una institución especializada, con nuevos departamentos de conservación, historia, arqueología, entre otras áreas; con importantes mejoras en la arquitectura patrimonial del antiguo Palacio de Tribunales, donde funcionamos desde 1987, y con un considerable despliegue técnico para desarrollar una labor museológica que se adapta e innova junto a las nuevas generaciones. Buscamos amalgamar el pasado prehispánico y las expresiones del arte tarapaqueño actual, en nuevas salas de exhibición y espacios para el arte moderno, los pueblos originarios y la cultura local”.

Luis Alejandro Pérez Reyes

Director Museo Regional de Iquique

↑ Actividad en el Museo Regional de Iquique.



MUSEO DE ARTES UNIVERSIDAD DE LOS ANDES

“El Museo de Artes Universidad de los Andes abrió sus puertas en 2010, gracias a una donación de arte virreinal e íconos de origen ruso. Poco después se sumó un conjunto de esculturas de ‘santos populares’ de origen chileno. En 2018 se incorporó una serie de bocetos de vestuario del diseñador Ugo Pericoli. Siguiendo su vocación universitaria, el Museo de Artes estudia y difunde sus colecciones por medio de publicaciones especializadas y ponencias en encuentros académicos, además de la plataforma Google Arts & Culture, con sus piezas disponibles para toda la comunidad. Durante esta primera década ha ofrecido visitas guiadas y actividades de mediación presenciales; en los últimos dos años, el desafío se ha concentrado en compartir material educativo descargable y contenido en redes sociales destinado a un amplio espectro de públicos”.

Marisol Richter Scheuch
Directora del Museo de Artes UANDES

↑ Vista interior del Museo de Artes Universidad de los Andes.

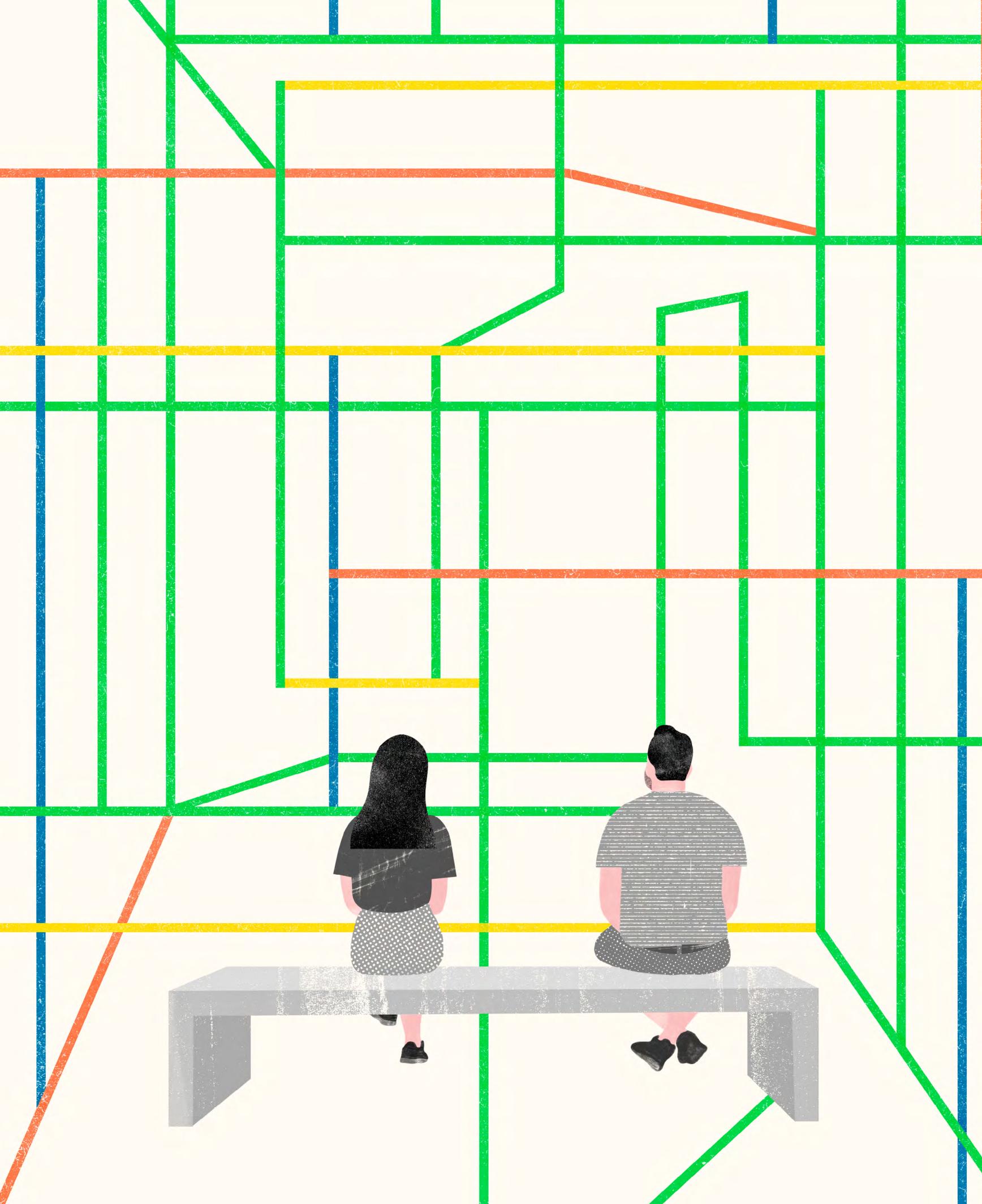


MUSEO DE ARTE SACRO Y COSTUMBRISTA BUEN PASTOR

“El Museo de Arte Sacro y Costumbrista cumplió 15 años de vida en 2020, si bien nuestras colecciones testimonian 166 años de presencia de la congregación Nuestra Señora de la Caridad del Buen Pastor en el continente. Las condiciones sanitarias actuales obligaron a una ceremonia privada, sin la gran afluencia de público que caracteriza nuestros aniversarios, ya que coincide con el Día del Patrimonio Cultural. Desde el inicio de la pandemia, el Museo se ha abocado a la profesionalización de sus colecciones y los espacios donde las custodiamos y exhibimos. De esta forma, y además de nuestro trabajo educativo permanente, consolidamos al Conjunto Patrimonial Buen Pastor San Felipe como un espacio destinado al aprecio y cuidado de nuestro patrimonio cultural. También, el desarrollo de áreas de trabajo diversas nos ha permitido colaborar activamente en la salvaguarda de otros museos en el territorio en los últimos años. Como aliado a nuestro trabajo comunitario, en 2020 recibimos por parte de ICOM Chile la segunda mención honorosa del premio Grete Mostny de las buenas prácticas museológicas”.

Leda Chopitea Gilardoni
Directora Ejecutiva Fundación Buen Pastor San Felipe

↑ Museo de Arte Sacro y Costumbrista Buen Pastor.
Fotografía: Registro de Museos de Chile.



Museos en pandemia. Entre apocalípticos e integrados

Daniel Castro Benítez

Artista, historiador y pedagogo

Exdirector del Museo Nacional de Colombia (2015–2021)

Aunque la fórmula de Umberto Eco estaba dirigida a un profundo análisis sobre los temas del consumo y la producción cultural, esas reflexiones se pueden extrapolar a muchas de las ideas y los efectos del impacto del covid-19 en la actividad museal, tanto a sus riesgos y complejidades como al espectro de oportunidades y alternativas innovadoras desplegadas durante este nuevo tiempo por personas e instituciones en varias partes del mundo.

← Se ha producido una apertura a la circulación de contenidos, de sus prácticas y reflexiones a partir de diversos formatos, muchos de ellos identificados con las nuevas tecnologías.

Ilustración: Camila Valencia.

Para mi gran amigo lector, A.O.P.

PREÁMBULO

El mundo se ha visto sumido en una crisis sanitaria de escala global que ha afectado nuestra forma de vivir desde los detalles más insignificantes de nuestra vida cotidiana a las dinámicas más expansivas de la economía, el relacionamiento social y la actividad educativa y cultural, esta última identificada con el quehacer de los museos.

Ya a punto de cumplir dos años desde que la pandemia de covid-19 fue detectada en China, y en los que se produjo su inusitada propagación por todos los rincones del mundo, cabe revisar algunas de las situaciones iniciales que –debido a lo inédito de la circunstancia– comenzaron a definir la forma de actuar para intentar seguir llevando a cabo nuestras tareas individuales y colectivas con el menor traumatismo posible.

Dicha revisión se hace a partir de dos procesos: la relectura de un sinnúmero de artículos de prensa escrita y otras noticias digitales que fui reuniendo durante todo este tiempo relacionadas con el covid-19 y sus efectos sociales, políticos y culturales; revisión que se hace a la luz de una de las primeras obras del semiólogo italiano Umberto Eco, titulada *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*,¹ la cual hace un análisis de la manera en que se influncian, estructuran y desarrollan los medios de comunicación masiva en el marco de los mitos modernos.

Aunque el estudio de Eco estaba dirigido a un profundo análisis sobre los temas del consumo y la producción cultural, esas reflexiones se pueden extrapolar a muchas de las ideas y los efectos del impacto de la pandemia en la actividad museal, tanto a sus riesgos y complejidades como al espectro de oportunidades y alternativas innovadoras desplegadas durante este nuevo tiempo por personas e instituciones en varias partes del mundo.

EL PESIMISTA APOCALÍPTICO

Apocalypse Now, el título de la película de Francis Ford Coppola estrenada en 1979, señalaba una serie de conflictos de tipo ético y moral de su protagonista, en el marco de la guerra de Vietnam, que pueden relacionarse –en parte– con lo mucho que se dijo de la pandemia en función de un lenguaje de orden bélico para definirla, por medio de mensajes institucionales, gubernamentales, artículos de prensa, plataformas digitales, radio y televisión. Estos procesos igualmente se emparentan con algunas de las ideas señaladas por Umberto Eco en el ensayo mencionado que enmarca esta reflexión. Si bien –para Eco– el apocalíptico, en el fondo, consuela al lector porque le deja entrever el trasfondo de la catástrofe por medio de la existencia de una comunidad de “superhombres” capaces de elevarse, aunque solo sea mediante el rechazo, por encima de la banalidad media, para el caso de la pandemia, más que esa dimensión redentora lo que surgió en primera instancia fue un panorama altamente terrorífico y extremista derivado en sus comienzos del desconocimiento de los efectos del virus y sus formas de difusión.

Ya visto a distancia cabe mencionar al menos dos ejemplos de esta situación. El 26 de julio de 2020 un artículo titulado “Pandemia y sociedad” en el diario colombiano *El Espectador* decía que “se había vuelto casi una rutina diaria achacarle todas nuestras desgracias a la pandemia del coronavirus”.² No obstante, indicaba que no podíamos hacerla responsable –no del todo– de muchos fenómenos que venían coexistiendo con nosotros antes de la irrupción del covid-19. Lo que sí sucedió fue que el virus exageró y puso una lupa a muchas fallas preexistentes en la sociedad. Si teníamos desafíos y vidas difíciles, esto se acrecentó con la pandemia: “Se hicieron más evidentes las diferencias étnicas, la pobreza, la edad, las desigualdades económicas y los problemas emocionales”, indicaba el mismo artículo.³ Quien estaba solo se sentía aún más solo, quien era pobre lo fue aún más, quien estaba marginado y era más viejo acentuó incremental y respectivamente esa condición particular.

Por otra parte, y para matizar esa constante inicial sobre el carácter bélico y apocalíptico con el que fue señalada la pandemia, el filósofo Fernando Savater sostuvo una charla para el Hay Festival y BBC Mundo en la que dijo que “los políticos dicen que esta es una guerra y [que] debemos aplicar métodos de guerra”.⁴ De la misma manera que Umberto Eco identificaba a esa especie de falsos superhombres que surgen en medio de las crisis, Savater dice que ellos “siempre están pensando en eso para ver si se engrandecen y se convierten en grandes generales o campeones”.⁵ Sin embargo, el filósofo subraya con vehemencia que la pandemia no podía ser vista como una guerra, ni que nada tenía de bélico, porque, según él, los desastres naturales no pertenecen a este campo. Las guerras dependen siempre de la maldad del otro (ser humano). Decía Savater que “aquí no hay adversarios. Nos enfrentamos a algo que no tiene ningún tipo de aprecio o desprecio por nosotros. Simplemente sigue un proceso de la naturaleza, que es un mecanismo admirable en muchas cosas, pero a la vez implacable. No tiene piedad: destruye y tortura a los seres como ninguna otra cosa”.⁶ Y concluye que de quien sí debemos tener algo de piedad, es de nuestros



↑ Gráfica de la campaña #MuseosEnCasa impulsada por el Ministerio de Cultura de Colombia en los primeros meses de cuarentena en ese país.

↑ Niña en una sala del Museo Botero, en Bogotá, tras su reapertura.



propios semejantes. Todo esto se enmarca en el más reciente mensaje del Secretario General de las Naciones Unidas, António Guterres, quien, en la apertura de la reciente Asamblea General en Nueva York, dijo que “el mundo nunca ha estado tan amenazado ni tan dividido”.⁷

Es decir que la aparente bondad que aparentemente iba a aflorar una vez superáramos la crisis sanitaria, tal como se auguró en sus inicios, tampoco tuvo lugar. Lo que sí vemos es que es el propio ser humano quien ha exacerbado estas tensiones, producto de posiciones egoístas, poco solidarias e irresponsables con el lugar que compartimos en este planeta.

116

EL INTEGRADO OPTIMISTA

Para seguir con la inspiración de las ideas de Umberto Eco y en contraste con el apocalíptico pesimista —aunque con piel de salvador y redentor—, el integrado optimista era visto como un agente individual o institucional que se encontraba inscrito en una época de ampliación del campo cultural, en el que se realiza, finalmente, a un nivel extenso y con el concurso de los mejores medios, la amplia circulación de un arte y una cultura popular, a disposición de cada vez más amplias franjas ciudadanas. Esta actitud del integrado optimista contrasta con la forma en que el apocalíptico veía la cultura: es decir, “como un hecho aristocrático de cultivo celoso, asiduo y solitario, de interioridad refinada que se opone a la vulgaridad de la muchedumbre”.⁸ Para el apocalíptico la cultura de masas era vista como la anticultura, puesto que, según Eco, esta nace en el momento en que la presencia de las masas en la vida social se convierte en el fenómeno más evidente de un contexto histórico de apertura y flexibilidades interpretativas y prácticas. Por el contrario, el hombre de cultura tradicional no podía más que expresarse en términos de apocalipsis, aberraciones y caídas irreversibles.

Este escenario no ha sido ajeno al quehacer de los museos. Toda vez que la reflexión y los efectos de una apertura cada vez más expansiva para ampliar las oportunidades de disfrute y apropiación patrimonial desde la multiculturalidad, y de vinculación de nuevos y más variados perfiles de visitantes en función de una ciudadanía democrática, fueron lo que llevó a las instituciones museales —incluso mucho antes de la pandemia— a crear,

↑ Gráfica del Museo Nacional de Colombia, en el marco de la campaña #MuseosEnCasa.

identificar y establecer relaciones cada vez más sostenibles con grupos que históricamente fueron excluidos tanto de la representación social, como también de sus dinámicas educativas y culturales. Esto ha llevado a que hoy en día identifiquemos, cada vez más, una serie de procesos y estrategias en las que se busca hacer partícipes de sus procesos de planeación, concepción y desarrollo de planes, programas y proyectos, a estas nuevas y vitales franjas ciudadanas que se han venido forjando a partir de sostenidos procesos de luchas que ya cuentan con muchas conquistas y reivindicaciones y que, paradójica pero positivamente, han coincidido con los tiempos pandémicos.

Es por ello que el campo museal ha sido un terreno fértil, dinámico y abierto, no solo en América Latina sino en el resto del planeta. Estas conquistas han cobrado resonancia en sus propios espacios, lo que da cuenta de las formas en que se ha logrado también transformar muchas prácticas museológicas y museográficas en las últimas décadas, dejando de lado otro tiempo de procesos excluyentes, elitistas y poco participativos, por no decir que claramente apocalípticos. En síntesis, podemos entonces identificar a los museos, al decir de Umberto Eco, como unos espacios integrados, integradores y decididamente optimistas.

Y ello ha sido posible bajo formas similares a las analizadas por el filósofo italiano en el texto en mención: una apertura a la circulación de contenidos, de sus prácticas y reflexiones a partir de diversos formatos, muchos de ellos identificados con las nuevas tecnologías, pero incipientes en su desarrollo para muchas instituciones, aún antes de la irrupción del covid-19. Sin embargo, será la crisis sanitaria la que permitirá su repotenciamiento y exploración de múltiples posibilidades, todo con el fin de mantenerse vigentes, relevantes y activos frente a la ciudadanía y las comunidades circundantes.

Un ejemplo de ello fue la campaña #MuseosEnCasa - #TuCasaesColombia, la cual se configuró a escasas dos semanas de haber entrado en la primera cuarentena general y que sirvió para que los nueve museos del Ministerio de Cultura de Colombia en las regiones se pusieran bajo una misma línea de

base en recursos técnicos y con un concepto integral de divulgación y apoyo mutuo que permitiera el acceso a servicios y procesos educativos con sus respectivas comunidades.

No obstante, y mientras esto sucedía en muchos lugares de nuestro continente y del mundo, se divulgaba el primer resultado de una encuesta global liderada por el Consejo Internacional de Museos (ICOM, por su sigla en inglés) y cuyos resultados se compartieron hacia mediados de 2020.⁹ Una de las noticias más alarmistas fue la compartida por la presidenta de ese organismo en ese entonces, en la que se aseguraba que aproximadamente el 30% de los museos mundiales cerrarían sus puertas de manera definitiva en un futuro cercano y debido a la pandemia.

Este mensaje ha sido matizado más de un año después por el actual presidente de ICOM, quien ha mencionado que, una vez superados los retos del covid-19, lo que se hace necesario es retomar el objetivo de un trabajo conjunto por los objetivos de desarrollo sostenible. Esto indica que la resiliencia, la creatividad y el trabajo colectivo de muchas personas e instituciones museales a escala mundial pudieron conjurar el apocalíptico mensaje de mediados de 2020 compartido por esa organización. Ello no obsta a dejar de observar otros resultados de la misma encuesta en los cuales se identificó que muchos museos pudieron reforzar sus actividades digitales en un porcentaje incremental de un 15% durante la pandemia. Por otra parte, el trabajo en casa se volvió constante con un 84% de profesionales realizando sus tareas desde sus hogares, aunque el 16,1% de profesionales autónomos fue despedido provisionalmente y al 22,6% no se les renovó su contrato.¹⁰ Y aunque se mencionaba en la encuesta que los cierres afectarían especialmente a regiones donde los museos son menos por cantidad y más recientes —como los países africanos, asiáticos y árabes, con un 24%, 27% y 39% respectivamente—, los posibles cierres definitivos para el caso de América Latina y el Caribe, América del Norte y Europa estarían entre el 12%, 10% y 8% respectivamente, caso que afortunadamente no terminó de suceder.

Como se dijo anteriormente, ante ese escenario las personas y las instituciones fueron mucho más

proactivas y asertivas en sus propuestas. Todo ello en situaciones que antes de la pandemia parecían excéntricas y que debido a las condiciones impuestas por el covid-19 se convirtieron en parte de la cotidianidad: la masificación del teletrabajo, la educación digital, el fin del dinero en efectivo o su parcial sustitución por otros medios transaccionales, así como la digitalización y virtualización de colecciones y exposiciones, la oferta de gratuidad y formas de participación más allá de lo que se conocía como audiencias o públicos. Esto se condensa en la frase de John Maynard Keynes, en la que señalaba que “la dificultad no estriba en las ideas nuevas, sino en escapar de las viejas”,¹¹ pues hemos sido forzados a vivir diferente. Y esto fue lo que terminaron haciendo los museos en el contexto pandémico.

Por otra parte –y tal como lo refería David Brooks, columnista de *New York Times*, en su libro *The Second Mountain* (2019)–,¹² para cambiar la cultura es necesario entrar a tener conversaciones que no se habían tenido antes; en especial conversaciones sobre el futuro y sus efectos a largo plazo. Ello coincide con la necesidad de dialogar ahora sobre el papel del rol ciudadano, del sentido de la cultura, así como de la necesidad de seguir protegiendo y poniendo a disposición de la ciudadanía nuestros acervos patrimoniales. Todo ello por medio de nuevas e innovadoras formas de actuar a partir de procesos solidarios, creativos y colaborativos donde han primado tanto el reconocimiento común como las fortalezas individuales.

118

MUSEOS APOCALÍPTICOS E INTEGRADOS, HOY

A mediados de este año [2021], la revista *Ñ* del diario *Clarín* de Argentina presentó un artículo relacionado con las lecciones del covid-19 y los desafíos del porvenir, relacionado este último con los museos.¹³ Para ello se entrevistó a profesionales de diversas instituciones que permitieron auscultar sobre los efectos de lo realizado hasta el momento, así como identificar la mirada desde el presente a un futuro inmediato con relación a los museos y la pandemia. Una gran conclusión fue la redefinición del rol del espacio público en el que las artes visuales pudieron crear tensiones positivas entre el interior y el exterior de las instituciones museales. Otro punto fue haber identificado el cambio y la transformación necesarios, que muchas veces llegan aunados al ejercicio artístico de creadores individuales o colectivos. Asimismo se reconoció el potencial y la vitalidad de la virtualidad en las convocatorias públicas, así como en la divulgación de esos encuentros y conversaciones en la esfera digital.

Adriana Rosenberg, presidenta de Fundación Proa, mencionaba que la pandemia terminó por hacernos “[...] repensar los sitios de exhibición como espacios abiertos, expandidos, porosos, que puedan generar intercambios significativos con las comunidades que los rodean”.¹⁴ Una interesante paradoja, pues debemos recordar que lo que menos se quiso en este largo año de confinamientos y cuarentenas fue propiciar los intercambios, las porosidades y la expansión social y física, literalmente blindados por barbijos, trajes antilíquidos, máscaras acrílicas y guantes de látex.

1819
UN AÑO SIGNIFICATIVO

**¡Si no alcanzaste a ver esta exposición itinerante,
ahora te la presentamos digital!**

El bicentenario en carteles
Exposición iconográfica
1819. Un año significativo

La cultura es de todos Mincultura

#Museos en casa
Tu Casa es Colombia

Florencia Battiti, curadora jefe del Parque de la Memoria en Buenos Aires, propuso preguntarse por la noción de lo público, que, según ella, así como muchas otras nociones, fue trastocada por la pandemia. Sin embargo, ella acepta que más que las instituciones, en muchos casos han sido los artistas quienes se han permitido explorar nuevas sendas de interrelacionamiento. Y para ello destaca el trabajo de la artista Valeria Vila y un grupo de creadores y músicos en su propuesta titulada “Mi vereda”, la que en su segunda versión de 2020 terminó convocando a una alegre y esperanzadora celebración comunitaria –más que a una simple intervención artística– en el espacio exterior del Museo de Arte Moderno de Buenos Aires.

En contraste con el mensaje de Victoria Noorthoorn, directora de esa institución, que mencionaba cómo “en tiempos de incertidumbre, creemos que los museos son espacios centrales para acompañar a una sociedad en crisis. El arte, como transformador y reparador, puede ayudarnos a atravesar este contexto”, mediante un modelo híbrido donde el adentro y el afuera se fusionen creativamente,¹⁵ Claudia Hakim, su par en Bogotá, acosada por graves problemas financieros resultado de gestiones pasadas, propuso recientemente y de manera arriesgada e irreflexiva la posibilidad de poner en venta parte de sus activos patrimoniales para paliar la crisis de esa institución colombiana.¹⁶ Esto lo hacía argumentando el ya obsoleto mensaje del cierre del 30% de los museos del mundo, anunciado apocalípticamente por ICOM hacía ya más

➤ Gráfica que invita a visitar la versión digital de la exhibición 1819. *Un año significativo*, en el marco de la campaña #MuseosEn Casa.

de un año. Esta propuesta, poco detallada, estaba emulando las acciones recientes que han generado un amplio debate público en Estados Unidos, donde las políticas de la Asociación de Directores de Museos de Arte aprobaron este tipo de subastas para la consecución de fondos hasta abril de 2022, aunque basadas en uno de los protocolos del código de ética de ICOM, como es el riguroso proceso de baja de piezas repetidas, múltiples o reproducciones. Tal como lo mencionó Max Hollien, director del Metropolitano de Nueva York, ellos dan de baja aproximadamente diez millones de dólares al año en obras, aunque también reconoce que tienen un fondo de apoyo altamente significativo a partir de mecenazgos y patrocinios.¹⁷

Lo que es altamente peligroso es que aún en medio de los efectos de las crisis financieras derivadas de la pandemia, se trate de resolver dicho problema pensando en convertir las piezas de las colecciones en activos monetarios, sin considerar que una de las principales tareas de quienes lideran los espacios museales es precisamente el incremento y la circulación de sus patrimonios y no su reducción por medio de ideas cuestionables.

CODA

Hace pocos días el diario *El País* de España tituló una noticia como “Una historia de amor convertida en un programa divulgativo de radio”.¹⁸ Uno de los protagonistas de la crónica es Bernardo Pajares, uno de los vigilantes de sala del Museo del Prado y alumno de la carrera de filología inglesa, quien escuchaba audios en inglés para perfeccionar el idioma. Cuando eso sucedía corría el año 2013 y la pandemia no se asomaba aún por las esquinas. A partir de allí decidió explorar las posibilidades de un formato digital “sencillo y cortito”, pues pensaba que no lo iba a seguir casi nadie. Quien sí lo escuchaba era otro trabajador del museo, Juanra Sanz, historiador del arte y profesor, quien se interesó por la idea, y el compartir ese interés con Pajares los llevó no solo a crear un espacio divulgativo innovador en el contexto pandémico sino a consolidar una relación afectiva. Hoy en día tienen abiertos los micrófonos de la tarde de los sábados en Radio 5 de Radio Nacional de

España, a partir de una propuesta de *podcasts*, la cual ha superado los temas tradicionales y donde han decidido explorar, por medio de los canales digitales, nuevas formas de aproximación e invitación a mirar de manera distinta los diferentes patrimonios expuestos en la pinacoteca madrileña. “Hay que seguir siendo naturales sin presión”, dice Sanz, y han titulado ese espacio “Arte compacto”. Su mensaje final, en este momento de asimilaciones pospandemia, en el cual los medios de comunicación alternativos han llegado para quedarse en los museos, es que “estamos aquí, somos diversos y hay mucha gente [aún] que no está representada en los discursos oficiales”, dice Pajares.

Más que perpetuar los mensajes apocalípticos y pesimistas, nos quedamos con las palabras optimistas e integradas tanto de los comunicadores madrileños, como de muchos museos del mundo, pero en especial de la filósofa española Adela Cortina, quien dice que en medio de esta pandemia letal se oyen a menudo las preguntas de si la superaremos y qué habremos aprendido para el futuro. Ella afirma que sí saldremos de ella, porque todas las pandemias han podido ser superadas mal que bien. Lo que finalmente sucederá –continúa– es que “el futuro dependerá de cómo ejerzamos nuestra libertad. Si desde un ‘nosotros’ incluyente o desde una fragmentación de individuos con la que los ideólogos [o los apocalípticos] logran quedarse con el poder”.¹⁹ Es en ese aspecto en el que demostraremos que hemos aprendido algo, reitera.

Es con una mirada más esperanzadora y optimista –aunque surjan a veces propuestas peligrosas, apocalípticas e irreflexivas como las mencionadas anteriormente– que los museos, sus trabajadoras y trabajadores, hemos aprendido la lección a partir de múltiples pruebas y errores, pero con gran convicción, optimismo, libertad y sensibilidad. Todo ello con la mira en quienes debemos enfocar siempre nuestros esfuerzos: las cada vez más plurales y efervescentes formas de ejercer una ciudadanía cultural y verdaderamente democrática. Aunque el covid-19 siga estando todavía presente en nuestras vidas. 

NOTAS

¹ Eco, U., 1973. *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Barcelona: Editorial Lumen.

² “Pandemia y sociedad”. *El Espectador* (Bogotá), 26-07-2020.

³ *Ibíd.*

⁴ Redacción Domingo, 2020. “Nos salvarán las ciencias, no las armas: Savater”. Adaptación, editada, de la charla que dio Fernando Savater para el Hay Festival y BBC Mundo. *El Tiempo* (Bogotá), 16-05-2020. [En línea] <<https://www.eltiempo.com/cultura/musica-y-libros/fernando-savater-reflexiona-sobre-el-impacto-del-coronavirus-en-la-sociedad-496308>> [Consultado: 12 de octubre de 2021].

⁵ *Ibíd.*

⁶ *Ibíd.*

⁷ “Los duros mensajes de António Guterres en la Asamblea General de la ONU”. *El Tiempo* (Bogotá), 22-09-2021.

⁸ Eco, U., *óp. cit.*, p. 12.

⁹ Consejo Internacional de Museos (ICOM), 2020. *Museos, profesionales de los museos y COVID-19: resultados de la encuesta*. [En línea] ><https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Informe-museos-y-COVID-19.pdf>< [Consultado: 28 de septiembre de 2021].

¹⁰ *Ibíd.*

¹¹ “Pandemia y sociedad”, *óp. cit.*

¹² Citado en Hoyos, F., 2020. “Escapar de las viejas ideas”, *El Tiempo* (Bogotá), 18-05-2020.

¹³ Casanovas, L., 2021. “Encuesta. La calle, futura sala del museo”. *Revista Ñ Clarín* (Buenos Aires), 18-06-21. [En línea] <https://www.clarin.com/revista-enie/arte/calle-futura-sala-museo_0_rHOYEjj5e.html> [Consultado: 20 de septiembre de 2021].

¹⁴ *Ibíd.*

¹⁵ *Ibíd.*

¹⁶ Hakim, C. 2021. Los museos: ¿su patrimonio, su salvación? *El Tiempo* (Bogotá), Opinión, 16-09-2021. [En línea] <<https://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/claudia-hakim/los-museos-su-patrimonio-su-salvacion-columna-de-claudia-hakim-618641>> [Consultado: 20 de septiembre de 2021].

¹⁷ Villa, A., 2021. “MET to Sell \$1 M. in Multiples to Raise Funds Amid Budget Shortfall”. *ARTnews*, 20-09-2021. [En línea] <<https://www.artnews.com/art-news/market/metropolitan-museum-of-art-deaccessioning-multiples-1234604319/>> [Consultado: 28 de septiembre de 2021].

¹⁸ Llanos Martínez, H., 2021. “La historia de amor que convirtió un ‘podcast’ sobre arte en un programa de Radio Nacional”. *El País* (España), 25-09-2021. [En línea] <<https://elpais.com/television/2021-09-25/la-historia-de-amor-que-convirtio-un-podcast-sobre-arte-en-un-programa-de-radio-nacional.html>> [Consultado: 12 de octubre de 2021]. N. de la E.: El título de la versión impresa del diario difiere de la versión digital.

¹⁹ “Cortina, A., 2021. *Ética cosmopolita: Una apuesta por la cordura en tiempos de pandemia*. Barcelona: Paidós.



Programa Ibermuseos en tiempos de pandemia.

La cooperación museística iberoamericana en la virtualidad

Mônica Barcelos

Coordinadora de la Unidad Técnica del Programa Ibermuseos

Vanessa de Britto Maluf

Gestora de proyectos de la Unidad Técnica del Programa Ibermuseos

123

En 2020 Ibermuseos, como la mayor parte de las instituciones y personas en el mundo, debió adaptarse a las circunstancias impuestas por la pandemia de covid-19. Se plantearon nuevas actividades, invirtiendo fundamentalmente en las herramientas digitales para apoyar a los museos; se amplió la capacidad de alcance de los proyectos y se siguió aportando al fortalecimiento del sector, en un contexto en el que, más que nunca, el trabajo en red y la cooperación fueron necesarios y requeridos. Este artículo repasa las acciones emprendidas, sus resultados y proyecciones.

En los últimos años, las instituciones museológicas han enfrentado numerosos desafíos derivados de profundas y rápidas transformaciones culturales, sociales y ambientales que atraviesa el mundo. Más aún, la inesperada llegada en 2020 del virus SARS-CoV-2 y la pandemia de covid-19 trajo consigo consecuencias mucho más allá de la salud pública y exigió a los países preparar y aplicar medidas inmediatas para mitigar las repercusiones sociales y económicas del brote, entre ellas, la interrupción de actividades y el distanciamiento físico.

En ese contexto, más de un 90% de los museos del mundo¹ tuvieron sus puertas cerradas y han visto amenazada su supervivencia financiera, así como el sustento de miles de profesionales, habiendo sido obligados a replantearse, a redefinir y elegir nuevas estrategias de vinculación con la sociedad, tales como el posicionamiento desde la virtualidad.

Si bien el interés de los museos por establecer dinámicas y espacios de interacción virtual por medio de la digitalización y difusión de sus colecciones, de la promoción y circulación de contenidos, de la implementación de exposiciones y recorridos virtuales y del posicionamiento en redes sociales no es ninguna novedad, al haber sido severamente afectados por las circunstancias derivadas de la pandemia, estas búsquedas se convirtieron en una prioridad estratégica para un importante número de museos, lo que demostró también un gran desequilibrio en términos de acceso, estructura y preparación de las instituciones para llevar adelante acciones en línea.

Conectado a esta realidad y fuertemente impulsado por el impacto de la pandemia en los museos iberoamericanos, el Programa Ibermuseos dio inicio a un proceso de consulta sobre las necesidades más inmediatas del sector y las dinámicas más adecuadas para apoyar a los museos y sus trabajadores/as, mediante dos interrogantes fundamentales: ¿cuáles serían las herramientas más adecuadas para apoyar a los museos y sus trabajadores/as durante el período de confinamiento y posconfinamiento? y ¿cómo ofrecer soporte en el proceso de diseño de contenidos digitales, considerando el ámbito de acción y el cierre físico de instituciones?

Para obtener respuesta a esos cuestionamientos, Ibermuseos implementó, entre abril y mayo de 2020, una encuesta de alcance iberoamericano² para conocer el impacto de la pandemia en el sector y sus principales necesidades. Con 434 respuestas de museos ubicados en 18 países de la región, fue posible identificar carencias estructurales –en materia de recursos humanos, técnicos y financieros– y las principales

necesidades relacionadas con conocimientos específicos sobre cómo mantener sus espacios cerrados con seguridad, cómo preparar los protocolos de reapertura y cómo mantener sus vínculos con la comunidad y los públicos.

Además de revelar las necesidades más inminentes del sector –un 66% de las instituciones participantes evidenciaron el sentimiento de incertidumbre respecto de su futuro–, uno de los objetivos del diagnóstico fue conocer las expectativas de los museos en relación con las posibilidades de apoyo del Programa Ibermuseos, de sus gobiernos y de la iniciativa privada.

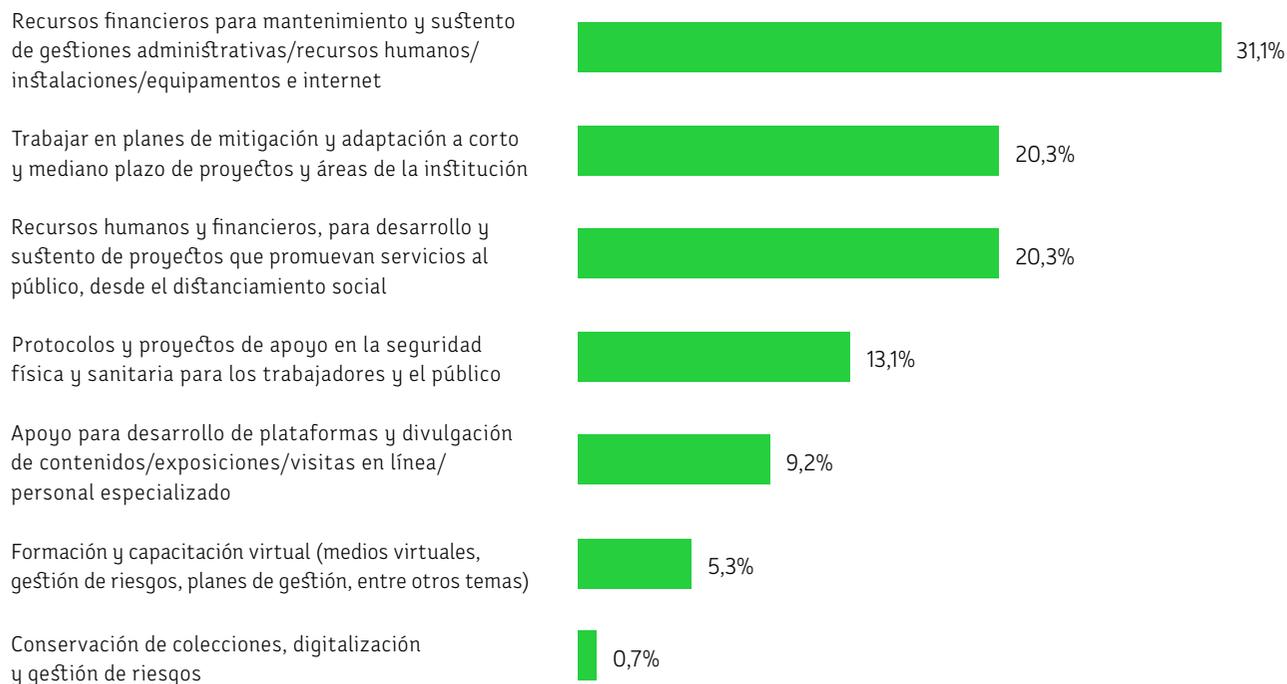
Al nutrirse de información, Ibermuseos reunió los elementos necesarios para repensar sus principales acciones y plantear nuevos proyectos para actuar en consecuencia. La primera determinación fue utilizar también la virtualidad para llegar a las instituciones y sus profesionales, con el fin de circular conocimientos e información. Paralelamente, se inició un proceso de reunión de protocolos, recursos y herramientas con los cuales facilitar el enfrentamiento de la crisis y apoyar los procesos de adecuación de los espacios, la seguridad de las colecciones y la preparación para la reapertura paulatina de las instituciones.

Estas prioridades se materializaron en una serie de actividades formativas, tales como webinarios, minicursos y mesas redondas; en la creación de un repositorio para divulgar el impacto de la crisis sanitaria en las instituciones y reunir documentos, protocolos, cartillas, manuales y material de referencia que pudieran servir como modelo para apoyar a los países e instituciones a la hora de elaborar sus directivas de soporte y acción, y en el lanzamiento de un centro de documentación con una gran diversidad de materiales sobre temas relacionados con el universo de los museos, tales como accesibilidad, comunicación, conservación, restauración, curaduría, educación, estadísticas, estudios de público, gestión, inventario, legislación, memoria, museografía, museología, patrimonio, sostenibilidad, tráfico ilícito, entre otros.

Asimismo, muy sensibilizado por el impacto de la crisis en las áreas educativas de los museos, Ibermuseos decidió orientar uno de sus más importantes mecanismos de incentivo –el Premio Ibermuseos de Educación– hacia el fomento a la realización de proyectos educativos en el ambiente virtual.

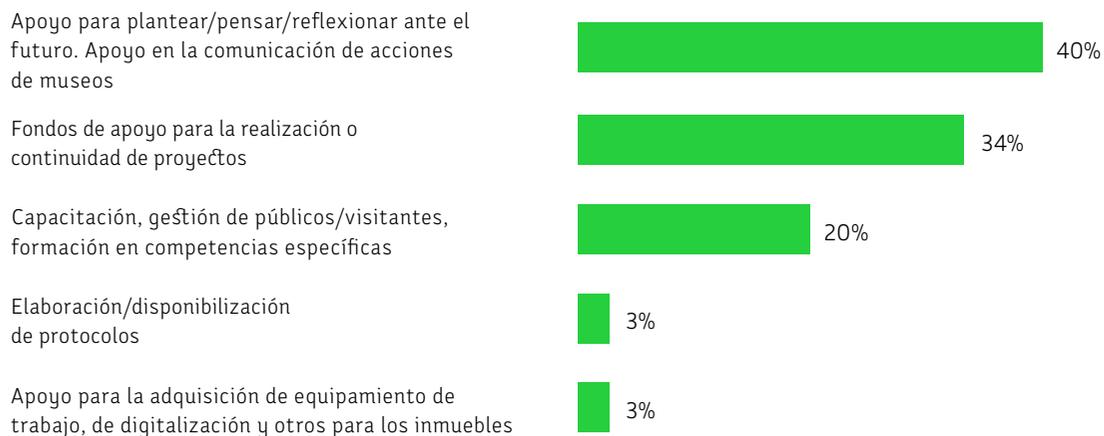
Este artículo pretende resumir los principales resultados de la encuesta y las iniciativas virtuales llevadas a cabo por Ibermuseos para apoyar al sector de museos iberoamericanos en uno de los momentos más críticos de la historia contemporánea. El análisis cualitativo fue fundamental dentro

Gráfico n.º 1. Necesidades inmediatas del sector de museos en la región



Fuente: Programa Ibermuseos, 2020, p. 7.

Gráfico n.º 2. Expectativas de las instituciones museísticas iberoamericanas frente a las posibilidades de apoyo



Fuente: Programa Ibermuseos, 2020, p. 8.

“Desde hace algún tiempo, y bajo una perspectiva neoliberal, la pertinencia y viabilidad de los museos ha sido puesta en duda en función de su rentabilidad. Sin embargo, estamos convencidos de que nuestro quehacer permite el encuentro y diálogo de diversos grupos y comunidades, la generación y circulación de saberes, y la democratización del acceso a la ciencia y la tecnología. En este contexto no es exagerado suponer que nuestro quehacer sea catalogado como ‘no prioritario’ en una situación de emergencia sanitaria, social y económica como la que atravesamos y, en este orden de ideas, Ibermuseos debería fungir como un observatorio que permita conocer las acciones y políticas que comprometan la existencia de los museos, con todo lo que ello implica, así como la consolidación de propuestas regionales de defensa de nuestras instituciones y su personal”.

Participación anónima, encuesta *Qué necesitan los museos en tiempos de distanciamiento físico* (Ibermuseos, 2020).

del estudio, al reunir relatos y demandas específicas de los museos. Esta información ofreció *insights* muy valiosos sobre la situación general del sector, especialmente en lo relacionado con la presencia digital, la movilización de recursos y las competencias necesarias para ayudarlos a enfrentar los desafíos actuales. El desarrollo de las actividades virtuales fue un excelente termómetro a la hora de medir el cumplimiento de las expectativas e identificar nuevos anhelos e inquietudes.

FORTALECER LA GESTIÓN MUSEAL DESDE LA VIRTUALIDAD

Contribuir a ampliar las capacidades de organización y gestión de los museos, aportando herramientas, estudios y recursos de diversa índole, constituye uno de los pilares de la labor del Programa Ibermuseos desde sus inicios, lo cual fue contemplado de un modo especial a la hora de plantear su Plan Estratégico 2020-2023.

Para que trabajadores y trabajadoras de museos pudiesen encontrar soporte a la hora de plantear modelos de gestión adecuados y viables, y pensando en una perspectiva de reapertura paulatina de las instituciones, Ibermuseos adaptó parte de las actividades previstas en su Plan Operativo Anual y se volcó hacia la circulación de información y de experiencias por medio de un ciclo de seminarios virtuales sobre el presente y el futuro de los museos, una serie de minicursos virtuales de capacitación sobre los protocolos de reapertura, estrategias de comunicación y vinculación comunitaria, sostenibilidad de los museos y una mesa redonda sobre políticas de preservación del patrimonio museístico iberoamericano.

Conversatorios Ibermuseos: museos, cultura y patrimonio

Según la encuesta, el 44% de los participantes manifestó que las áreas más afectadas por el cierre de las instituciones fueron las de educación y mediación, gestión de colecciones y atención al público. De esas, un 40% compartía la expectativa de contar con apoyo para reflexionar acerca del sector de los museos ante los desafíos presentados por la pandemia: cómo ser accesibles, permanecer vigentes y mantener la relación con su público y comunidad.

La primera reacción de Ibermuseos de cara a aportar respuestas o nuevas interrogantes a estas inquietudes fue diseñar el ciclo de webinarios “Conversatorios Ibermuseos: museos, cultura y patrimonio”, cuyo primer evento fue realizado con el apoyo de Unesco, en el ámbito del movimiento [ResiliArt](#),

“Una de las prioridades de Ibermuseos, mediante sus mesas técnicas, fue desarrollar una amplia estrategia de colaboración y vinculación [...] para fortalecer la formación y la capacitación de los profesionales de los museos iberoamericanos por medio de plataformas tecnológicas *online* [...] y no perder la comunicación y el vínculo con los públicos y las comunidades. Las vivencias que nos ha dejado esta importantísima labor del Programa Ibermuseos son inmensas. Aprendimos a ser más críticos y eficientes con los recursos humanos y económicos, pero, sobre todo, aprendimos a ser asertivos y sensibles frente a una realidad que nadie estaba preparado para enfrentar. Mi más sincera felicitación y gratitud a todos los que colaboraron durante este año para hacer realidad este programa de formación y capacitación a nivel Iberoamérica”.

Gerardo Ramos Olvera, coordinador de la Mesa Técnica de Formación y Capacitación del Programa Ibermuseos, Director de la Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía (ENCRyM, INAH), México.

con el objetivo de reflexionar acerca de las posibles estrategias que pudieran facilitar o dar soporte a los museos, sus profesionales y todo el sector, para enfrentar los desafíos ante la crisis.

Los tres seminarios virtuales, organizados entre los meses de mayo y julio de 2020, constituyeron verdaderos espacios de diálogo y sensibilización en el contexto iberoamericano, a partir de las contribuciones de profesionales e instituciones referentes de la región.

Celebrado el día 15 de mayo, el primer encuentro, “Museos en tiempos de pandemia – innovación y perspectivas”, provocó una reflexión acerca de las perspectivas para el sector frente a la pandemia, las soluciones puestas en práctica, las políticas de apoyo establecidas por los gobiernos nacionales y locales para mitigar los efectos de la crisis a corto y largo plazo, y las posibilidades de acción conjunta.

“El museo y sus públicos en tiempos de crisis – difusión, comunicación, accesibilidad, inclusión e igualdad”, segundo conversatorio, celebrado el 18 de junio, abordó los modelos que estaban siguiendo los museos a la hora de relacionarse con sus públicos, la virtualidad de sus contenidos, el mantenerse activos e involucrados con la comunidad a pesar de las limitaciones de acceso a los edificios y del distanciamiento social, pero también la saturación de las redes con contenidos culturales.

El ciclo culminó con “Museos y territorio – reafirmación del rol social en tiempos de pandemia” el día 16 de julio. El encuentro planteó una reflexión acerca del papel social de los museos en el territorio (o nuevo territorio) en el contexto de la pandemia, profundizando sobre los posibles escenarios del futuro regreso paulatino a la ‘normalidad’.

Los tres webinarios contaron con la participación de 19 especialistas del universo museístico iberoamericano, provenientes de 10 países –Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Ecuador, España, México, Perú, Portugal y Uruguay–, y la asistencia de más de 900 personas. Con más de 7.800 visualizaciones en YouTube, los encuentros fueron espacios para discutir el presente y futuro de las instituciones museológicas en tiempos de distanciamiento físico.

Minicursos Ibermuseos de capacitación

Aproximadamente un 23% de los participantes de la encuesta indicó la necesidad de contar con capacitación, especialmente para la elaboración de protocolos de acción y reapertura de los museos, e informaciones sobre bioseguridad y medidas de control y seguridad adecuadas ante la posibilidad de retomar la actividad presencial.

En respuesta a esta y tantas otras demandas formativas, Ibermuseos implementó los “Minicursos Ibermuseos de capacitación”, ciclo de capacitaciones

Webinario
El museo y sus públicos en tiempos de crisis – difusión, comunicación, accesibilidad, inclusión e igualdad
 18 de junio de 2020, 10h
 (Hora de Chile)

Conversatorios Ibermuseos: museos, cultura y patrimonio.

Inscripciones y más información:
www.ibermuseos.org

Juntos somos más fuertes - Museos por la igualdad

Realización: **iber museos**
 Secretaría General Iberoamericana
 Secretaría General Iberoamericana

Apoyo: **#ResiliArt**

▢ Pieza gráfica asociada a la difusión de los webinarios desarrollados en 2020. Programa Ibermuseos.

128

virtuales y de acceso gratuito, con el objetivo de promover el fortalecimiento de competencias de los/as trabajadores/as del sector.

Tres minicursos fueron realizados entre los meses de julio y noviembre de 2020. Mediante la exposición de prácticas desarrolladas por museos y expertos en el campo, se abordaron cuestiones como los protocolos de seguridad y la reapertura de instituciones, las estrategias de comunicación y vinculación comunitaria y la sostenibilidad en el contexto actual. Con cuatro horas y media de duración, cada minicurso fue programado sobre la base de tres sesiones de 90 minutos y con un cupo limitado a 70 profesionales de los 22 países iberoamericanos.

Realizado del 28 al 30 de julio, el curso “Recomendaciones para la reapertura de instituciones patrimoniales y museos durante la pandemia de covid-19”, fue diseñado para apoyar y facilitar a las instituciones en su preparación para la reapertura.

De México a España pasando por Costa Rica, Portugal o Perú, los profesionales implicados en la elaboración de estas recomendaciones analizaron los procesos y protocolos que se deberían tener en cuenta e hicieron un balance de su aplicación en sus museos. Se ofrecieron herramientas y referencias prácticas y teóricas sobre acciones que habían sido adoptadas por algunas instituciones en la vuelta a la actividad presencial

de sus museos, considerando la seguridad del público, de los/as trabajadores/as y también de las colecciones que albergan.

Tras haber recibido 1.274 inscripciones, el curso contó con la participación de 56 profesionales de 17 países de la región. Las sesiones fueron impartidas por siete conferencistas provenientes de cinco países.

Celebrado del 6 al 8 de octubre “Museos: estrategias de comunicación y vinculación. Cómo interactuar con la comunidad en el distanciamiento físico”, planteó una reflexión acerca de las estrategias que se podrían adoptar para fortalecer la comunicación y la vinculación del museo con su comunidad en el contexto de distanciamiento físico, además de promover el intercambio de recursos, prácticas e ideas para generar una mayor relación y garantizar el acceso a las instituciones museísticas por diferentes medios. Asimismo, buscó presentar una visión general y práctica de los desafíos de la comunicación, apoyándose para ello en las soluciones y prácticas diseñadas y adoptadas por algunas instituciones.

Tras haber recibido 686 inscripciones, el curso contó con la participación de 70 profesionales de museos provenientes de 18 países. Las sesiones fueron impartidas por nueve conferencistas provenientes de seis países.

El último minicurso de la serie, “Sostenibilidad de museos: innovando prácticas y aportando al futuro”, tuvo lugar entre

los días 17 y 19 de noviembre y estuvo destinado a profesionales de museos interesados en explorar cómo ‘potenciar’ la sostenibilidad como práctica institucional de los museos.

A partir de experiencias específicas de museos de la región iberoamericana, y de la publicación de Ibermuseos, *Marco conceptual común en sostenibilidad de los museos y procesos museísticos iberoamericanos* (Ibermuseos, 2019), los y las participantes reflexionaron sobre cómo movilizarse en la búsqueda de la sostenibilidad en las cuatro dimensiones adoptadas por Ibermuseos: ambiental, económica, cultural y social.

Tras haber recibido 502 inscripciones, el curso contó con la participación de 70 profesionales de museos provenientes de 18 países. Las sesiones fueron impartidas por ocho conferencistas provenientes de seis países.

Promover la protección del patrimonio museológico

Con el objetivo de reflexionar acerca de los desafíos y de la importancia de mantener en permanente funcionamiento iniciativas de salvaguarda y conservación preventiva y gestión de riesgos, como política fundamental para museos e instituciones museológicas, Ibermuseos desarrolló, el 24 de septiembre de 2020, la “Mesa redonda sobre políticas de preservación del patrimonio museológico iberoamericano”, con la participación de siete oradores provenientes de cuatro países y 95 asistentes.

Destinada a organismos e instituciones responsables por las políticas públicas sobre patrimonio y cooperación internacional, así como a trabajadores y trabajadoras de museos, el evento fue el espacio de presentación de la *Recomendación Ibermuseos para la protección del patrimonio museológico*. Esta fue elaborada por los integrantes de la mesa técnica de protección del patrimonio de Ibermuseos, en el marco de un diálogo sobre la trascendencia de las políticas de cuidado y salvaguarda del patrimonio iberoamericano y presentó caminos para planificar e implementar nuevos modelos de gestión, especialmente en el contexto de pandemia.

La sesión fue transmitida en vivo por medio del canal *YouTube* de Ibermuseos, con 797 visualizaciones.

Recomendaciones, protocolos y referencias para mitigar los efectos de la crisis

Los nuevos desafíos a los que debieron enfrentarse las instituciones museísticas durante 2020 hicieron palpable la necesidad de promover el uso colectivo de experiencias y de información. En respuesta a esta necesidad, se creó y se puso a

disposición por medio de la página web de Ibermuseos un repositorio virtual con una serie de documentos, recomendaciones, informes y otros instrumentos en el marco de la pandemia.

El *Repositorio covid-19 para los museos* incluye los informes de impacto elaborados por Ibermuseos, ICOM, Unesco, NEMO y por diferentes países de la región, además de recomendaciones y protocolos de reapertura de museos, medidas de protección de las colecciones patrimoniales y medidas de apoyo gubernamentales puestas en práctica para paliar el efecto de la crisis sanitaria en el sector de los museos y de la cultura en el contexto iberoamericano.

Complementando la serie de recursos digitales puestos a disposición, en 2020 Ibermuseos presentó su *Centro de documentación*, mediante el cual difunde y comparte publicaciones, revistas, artículos y documentos de referencia para apoyar la gestión de las instituciones en sus diferentes ámbitos.

Construidas de manera colaborativa entre los países miembros del Programa, las presentaciones del *Repositorio covid-19 para los museos* y del Centro de documentación Ibermuseos se llevaron a cabo en un momento muy sensible para las instituciones y sus profesionales. Ambos recursos pudieron servir de fuente de información en un momento de suspensión temporal del trabajo presencial, con lo cual se esperaba que los profesionales pudieran complementar sus conocimientos por medio de publicaciones de referencia en la región.

Fomento a la realización de proyectos educativos en medio virtual

Conforme identificado en la encuesta de Ibermuseos y en otros análisis implementados por la Unesco y el ICOM,³ una de las áreas más afectadas por el cierre de los museos fue la de educación. Varios programas, departamentos y equipos educativos fueron los primeros en sufrir recortes económicos y estructurales, al ser esta un área generalmente cubierta por profesionales y empresas tercerizadas. Con la expectativa de reconocer esta importante labor de los museos, Ibermuseos decidió reorientar la convocatoria del 11º Premio Ibermuseos de Educación a la implementación de proyectos exclusivamente en el entorno virtual.

Con una inversión total de USD 50.000 el 11º Premio fue otorgado a 20 proyectos de 20 instituciones de 16 países.⁴ Se convirtió, además, en la convocatoria de mayor acogida en toda su historia, con 210 proyectos postulados, provenientes de 206 instituciones.

61 profesionales, especializados en temas relacionados con educación y museos, provenientes de 14 países, participaron en

“Nos vemos forzados a retomar debates realizados en Santiago de Chile sobre la función social de los museos, a discutir [sobre] museos y solidaridad, y la posibilidad de una museología de la solidaridad [...] independiente del poder público, los museos sociales se hicieron cargo de una actividad muy especial, fortaleciendo sus redes que van desde la distribución de alimentos, de EPIs [equipos de protección individual], y orientando a sus comunidades”.

Mario de Souza Chagas, director del Museo de la República (Brasil), conferenciante en el webinar “Museos y territorio – reafirmación del rol social en tiempos de pandemia”.

130

las comisiones. La diversidad de profesionales que las integraron permitió que las propuestas fuesen consideradas desde diferentes perspectivas, lo cual enriqueció la pluralidad de la convocatoria, haciéndola más democrática y participativa.

Las 20 propuestas finalistas, de altísima calidad y gran relevancia educativa y comunitaria, abarcan una amplia diversidad de temas y enfoques, tales como el patrimonio histórico y cultural, infancia, género, culturas originarias, nuevas tecnologías, además de la propia pandemia y la disminución de sus impactos sociales. En su mayoría, proponían desarrollar plataformas virtuales, tales como páginas web y blogs dedicados a divulgar contenidos educativos y exposiciones y con el objetivo de alcanzar a hombres y mujeres, niños y niñas, adolescentes, jóvenes, adultos y adultas mayores.

ANOTACIONES PARA EL FUTURO

[...] la aparición de nuevas tecnologías digitales está transformando las formas de producir y consumir servicios y bienes culturales. [...] Los consumidores de hoy en día pueden acceder a muchos bienes culturales en cualquier momento y desde cualquier lugar, y casi sin intermediarios. La aparición de nuevos distribuidores de medios (p. ej., Spotify, Netflix), así como de otras plataformas abiertas (p. ej., plataformas colaborativas, [como] Wikipedia, comunidades de contenido, [como] YouTube e Instagram, y redes sociales) ha permitido la producción masiva de contenido y la difusión y circulación de manera instantánea. El concepto “Cultura 3.0” desarrollado por Pier Luigi Sacco pone de manifiesto que, debido a estos cambios, la separación entre productores y público está desapareciendo gradualmente, lo que da lugar a una continuidad difusa de la participación activa y pasiva. Desde una perspectiva de desarrollo local, esto significa que la producción de valor pasa al dominio social y conecta con muchas dimensiones del funcionamiento ciudadano: innovación, bienestar, cohesión social, aprendizaje durante toda la vida, emprendimiento social y poderes blandos.⁵

En 2020 Ibermuseos se vio obligado a adaptarse a las circunstancias y plantear nuevas actividades, invirtiendo fundamentalmente en las herramientas digitales para apoyar a los museos, ampliar la capacidad de alcance de sus proyectos y seguir aportando al fortalecimiento del sector, especialmente en un contexto donde más que nunca el trabajo colaborativo, la cooperación y la correalización han sido tan requeridos y necesarios.

En la medida del avance de la pandemia, Ibermuseos buscó actuar diligentemente para entender cuáles serían las demandas del sector museístico iberoamericano derivadas de la crisis sanitaria, destacándose un gran interés por contar con información sobre cómo los museos deberían actuar ante esta nueva realidad, para velar por su sostenibilidad

“Los museos hoy en día se convierten en una herramienta primordial para el encuentro [...] se abre un mundo nuevo, que cambiará la forma de interacción y participación del público con los museos”.

Ernesto Ottone, director general de Cultura, Unesco, conferenciante en el webinar “Museos en tiempos de pandemia – innovación y perspectivas”.

“El minicurso estuvo excelente, la conectividad, la organización, los contenidos, las ponencias y desde la virtualidad creo que se ha conseguido un mayor impacto, siendo esta una forma de optimizar los recursos y de continuar haciendo sostenibles estos espacios de formación”.

Testimonio anónimo de una de las personas participantes en el minicurso "Museos: estrategias de comunicación y vinculación".

“Las intervenciones fueron todas muy bien estructuradas y conectadas, creando una síntesis muy eficiente para pensar pragmáticamente las actividades de comunicación de los museos ante la pandemia”.

Testimonio anónimo de una de las personas participantes en el minicurso "Sostenibilidad de museos: innovando prácticas y aportando al futuro".

y la conservación de sus colecciones, pero también de la oferta de actividades con las que mantener la vinculación con sus públicos y comunidad.

Si bien el año acarreó muchas dificultades, especialmente en términos económicos, lo cual sin duda se prolongará en los próximos años, se ha detectado un importante incremento en el interés de los museos por las actividades propuestas por el Programa y un destacado fortalecimiento de las redes de colaboración de profesionales e instituciones museísticas, organismos de la administración pública y órganos de cooperación con las que Ibermuseos cuenta para el desarrollo de sus proyectos.

La reorganización de las acciones requirió de un intenso esfuerzo de comunicación para atender la demanda de producción (recogida de datos e información sobre el sector, creación de material gráfico, publicaciones, contacto con otras redes y con la prensa, etc.) y a la vez garantizar una buena difusión de nuevos proyectos como los Conversatorios Ibermuseos o los Minicursos Ibermuseos de capacitación, además de iniciativas ya tradicionales como el Premio Ibermuseos de Educación o el Fondo Ibermuseos para el Patrimonio Museológico, adaptados a las circunstancias.

La experiencia de Ibermuseos en 2020 fue revolucionaria en términos de capacidad de alcance y potencialidad de su trabajo. A pesar de los enormes desafíos enfrentados a lo largo del año, las actividades propuestas tuvieron un impacto muy positivo y relevante, demostrando la trascendencia de la correcta gestión de la crisis para aminorar sus consecuencias e incluso como oportunidad para fortalecer lazos de cooperación.

La situación generada por el covid-19 demostró que cada vez, en mayor medida, es necesario potenciar el trabajo por medio de redes de colaboración solidaria, de distribuir las acciones, pero también que el contacto humano es necesario, la interacción física es fundamental para un mayor acercamiento, para el conocimiento mutuo, para la construcción de alianzas y para la evolución por medio del contacto con la diferencia y la diversidad.

Al finalizar el año el Programa decidió implementar un nuevo estudio para medir el impacto de la crisis en los profesionales de museos. La encuesta ¿Cómo se encuentran los trabajadores y trabajadoras de museos de Iberoamérica? tuvo el objetivo de profundizar en el conocimiento del impacto de las medidas de contención y ampliar el conocimiento sobre las inquietudes y perspectivas de futuro de los/as trabajadores/as del sector. Para ello, Ibermuseos trató de involucrar a todos/as los/as profesionales que configuran el ecosistema museo, no únicamente a aquellos/as que integran las plantillas de estas instituciones, conscientes de que el personal *freelance*/autónomo o que forma parte de empresas

“Museos muy diferentes y de países de contextos muy distintos nos hemos apoyado unos a los otros en esta situación de crisis. Cuando ha llegado el momento del cierre de los museos, lo que ha sido bastante traumático, en diferentes países y a través de diferentes grupos de trabajo, se ha generado un material, unos documentos y una serie de recomendaciones [...]. De la misma manera, ahora algunos museos volvemos a reabrir puertas y también nos hemos inspirado unos en los otros para ver cuáles eran las medidas que podríamos tomar y de qué forma podríamos implementarlas, [...] nos hemos visto ante una situación crítica que era nueva para todos y ningún museo ha decidido solo cómo hacer las cosas, ha habido redes de colaboración y comunicación interna dentro del sector, incluso entre países distintos, para tener una idea más adecuada de cómo actuar ante una situación tan difícil”.

Olga Ovejero, jefa del área de Difusión y Desarrollo de la Subdirección General de Museos Estatales (España), conferenciante en el webinar “El museo y sus públicos en tiempos de crisis – difusión, comunicación, accesibilidad”.

subcontratadas por instituciones museográficas, son la parte más damnificada por la crisis.

El futuro se presenta cargado de retos para el ámbito de los museos. La incertidumbre sobre la evolución de la pandemia, unida a las dificultades que enfrentan los museos y sus profesionales, trazan un panorama no ausente de complejidad. En este sentido, el estudio buscó contar con las opiniones del sector, de cara a conformar una batería de propuestas para inspirar la labor de gobiernos, organizaciones internacionales y de las propias instituciones museológicas.

Los y las 455 participantes en la encuesta fueron invitados a compartir sus expectativas con relación a la actividad de Ibero-museos, siendo las necesidades más recurrentes las siguientes:

- Capacitación (accesible a grupos amplios de público) en habilidades tecnológicas digitales, creación de contenidos digitales, relación virtual con los públicos, métrica de públicos digitales, conservación de colecciones, regulación laboral, etc.
- Becas, fondos concursables y convocatorias abiertas para propuestas de profesionales de museos.

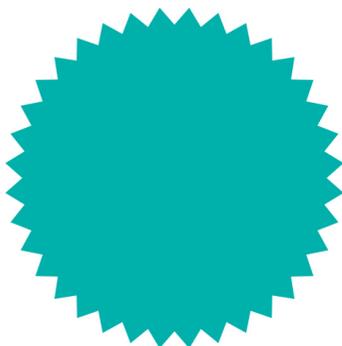
- Fomento de redes y nodos de museos mediante los cuales compartir experiencias, capacitaciones y recursos.
- Organización de charlas, webinarios y mesas en las que intercambiar experiencias y reflexiones en torno a temas de interés sobre el sector: brecha digital, creación de públicos digitales y estudio de sus necesidades, nuevas prácticas de gestión de museos en tiempo de covid, conservación de colecciones durante la pandemia, etc. Fomentar espacios de diálogo y encuentro (virtual) entre profesionales de museos.
- Dar visibilidad a la actual situación laboral de los profesionales de los museos entre los gobiernos de la región.

Todo este panorama servirá de base para que el Programa siga actuando en consecuencia, ofreciendo soporte a las instituciones y sus profesionales y, sobre todo, promoviendo espacios de encuentro, intercambio y reunión para que las grandes estructuras apoyen a las pequeñas y que el sector de los museos se vea fortalecido de forma más igualitaria. Pues, conforme ya determinaba la *Declaración de la Ciudad*

11º Premio IberoMuseos de Educación

¡Últimos días para inscribirse!

Hasta el 31 de julio de 2020
convocatorias.ibermuseos.org/es



iber museos
museus

Secretaría General
Iberoamericana
Secretaría General
Ibero-Americana



Foto: Diego Duro
Museo de Arte Religioso
del Arzobispado, Cusco

11º Prêmio IberoMuseus de Educação

Últimos días para inscrever-se!

Até 31 de julho de 2020
convocatorias.ibermuseos.org/pt

↗ Una de las piezas gráficas elaborada para difundir la convocatoria al 11º Premio IberoMuseos de Educación, 2020. Programa IberoMuseos.

de Salvador (2007), documento que sentó las bases de la creación de IberoMuseos y que sigue siendo un referente para su acción:

[...] esta iniciativa gubernamental tiene por objeto crear mecanismos multilaterales de cooperación y desarrollo de acciones conjuntas en el ámbito de los museos y de la museología en los países iberoamericanos, así como reforzar la relación entre las instituciones públicas y privadas y los profesionales del sector museológico iberoamericano, promoviendo la protección y la gestión del patrimonio y favoreciendo el intercambio de experiencias y conocimiento producido.

De cara a los próximos años, IberoMuseos seguirá midiendo la temperatura a la situación, identificando las necesidades del sector y defendiendo su posicionamiento en las políticas culturales. 

NOTAS

¹ Consejo Internacional de Museos (ICOM), 2020. *Museos, profesionales de los museos y COVID-19: resultados de la encuesta*. [En línea] ><https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Informe-museos-y-COVID-19.pdf>< [Consultado: 21 de octubre de 2021].

² La encuesta “Qué necesitan los museos en tiempos de distanciamiento físico” (Programa IberoMuseos, 2020), estuvo abierta a museos de los 22 países de la comunidad iberoamericana: Andorra, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Ecuador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

³ ICOM, 2020, *óp. cit.*

⁴ 13 miembros del Programa IberoMuseos: Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, España, México, Perú, Portugal y Uruguay y otros tres de países no miembros: Bolivia, Panamá y Guatemala.

⁵ OCDE/ICOM, 2019. *Cultura y Desarrollo Local: Maximizar el Impacto. Una guía para gobiernos locales, comunidades y museos*. [En línea] ><https://www.oecd.org/cfe/leed/OECD-ICOM-GUIDE-MUSEUMS-ES.pdf>< [Consultado: 21 de octubre de 2021]. La cita es de las páginas 43-44.

Museos en cuarentena: Prácticas de conexión con los públicos

**María Paz Undurraga, Elizabeth Mejías
y Candela Arellano**

Área de Estudios
Subdirección Nacional de Museos

134

Los períodos de cuarentena vividos en 2020, a raíz de la pandemia de covid-19, mostraron que los museos eran capaces de seguir conectados con sus públicos, adaptando las formas de cumplir su rol social. Este estudio, desarrollado por el área de Estudios de la SNM, recoge esta experiencia y plantea preguntas sobre el impacto de la crisis sanitaria en estos espacios culturales.

En marzo de 2020 se registraron los primeros casos de covid-19 en Chile. Junto con los cambios que esto trajo en los diferentes ámbitos de la vida social, los museos debieron adaptarse y modificar las formas de conectarse con sus públicos. Con el interés de identificar y visibilizar el trabajo de los museos en este nuevo escenario, el área de Estudios de la Subdirección Nacional de Museos (SNM) llevó a cabo la investigación *Museos en cuarentena: Prácticas de conexión con los públicos* (2020). En este artículo compartimos algunos de los principales resultados y perspectivas de este estudio.

¿Quiénes participaron?

Se envió una encuesta en línea a los/as administradores/as de cada museo inscrito en el Registro de Museos de Chile (RMC), preguntando por las acciones digitales que efectuaron entre el 19 de marzo y el 4 de septiembre de 2020. El cuestionario se aplicó entre el 28 de julio y el 4 de septiembre de 2020, y participaron 103 museos de un universo de 312 inscritos en el RMC a julio de 2020.

¿Cómo se realizó?

El estudio indagó en el impacto del trabajo en línea en la labor museal. Para ello, se sistematizaron y categorizaron las principales acciones digitales realizadas por museos entre marzo y septiembre de 2020. Además, se analizaron las reflexiones de

los/as trabajadores/as museales sobre el trabajo a distancia, ahondando en sus aprendizajes y desafíos.

¿Cuáles fueron los aportes de esta investigación?

Este ejercicio dio cuenta de los retos que han enfrentado los museos durante este período –sobre todo en sus prácticas de conexión con los públicos–, aportando a la conversación sobre la relevancia de su labor comunicacional, y las implicancias y requerimientos que esto conlleva.

ANTECEDENTES

UNESCO publicó en mayo de 2020 el reporte *Museums around the world in the face of COVID-19*, el cual sirvió de base para la investigación. En él se identificaron acciones digitales en museos del mundo, con las que se generaron tipologías de respuestas digitales. Sobre la base de la categorización de UNESCO, se distinguieron dos tipos de acciones digitales en los museos chilenos: productos y actividades.

Luego, las acciones fueron clasificadas en cuatro categorías, dependiendo del momento en que fueron creadas o planificadas, antes o durante la cuarentena. Estas categorías permitieron mostrar la existencia de un trabajo digital y comunicacional de los museos previo a la pandemia; rescatar su intención de conectar con los públicos en el nuevo contexto de

cuarentena; mostrar cómo los museos adaptaron sus contenidos a un contexto de interacción puramente digital, y visibilizar su capacidad de reflexión y respuesta al nuevo contexto, dimensionando su capacidad de reinención y resiliencia.

PRINCIPALES RESULTADOS

1. Cierre físico del museo

Si bien no existió una orden central de cierre de museos, a mediados de marzo de 2020 se registró un cierre masivo de estos espacios culturales. La mayoría de los museos inició su repliegue el día lunes 16 de marzo de 2020, cuando la cuarentena ya parecía inminente. Con el anuncio de la declaración de Estado de Excepción Constitucional (miércoles 18 de marzo), se sumaron la mayoría de las instituciones que permanecían abiertas.

2. Uso de plataformas digitales

La gran mayoría de los museos siguieron conectados con sus públicos por medio de plataformas digitales como sitios web y redes sociales, demostrando su capacidad para adaptarse y mantener su rol de agentes culturales, a pesar del cierre de puertas. La información levantada permitió registrar los tipos de plataformas digitales utilizadas, la frecuencia de uso y los cambios vividos a partir de la cuarentena.

↳ Diagrama n.º 1
Tipos de acciones digitales



▾ Tabla n.º 1

Tipos de acciones digitales según su momento de creación

Tipos de acciones digitales	Productos digitales	Actividades digitales
Planificada antes de la cuarentena	Productos digitales previos: difusión de contenidos en formato digital que existían antes de la cuarentena, en línea, como colecciones, publicaciones o exhibiciones, entre otros. Incluye tanto audioguías, catálogos, estudios, material de apoyo educativo, fotografías y recorridos en 360°, como producciones digitales, aplicaciones y juegos de exhibiciones anteriores, difundidas por los museos en este período.	Actividades en vivo adaptadas del formato presencial: actividades presenciales que estaban planificadas antes de la cuarentena y que fueron adaptadas a un formato digital en vivo, como seminarios, talleres o conferencias en formato virtual, vía plataformas de transmisión en directo.
Durante la cuarentena	Productos digitales nuevos: generación de nuevos contenidos digitales para la cuarentena, como material didáctico, acciones participativas y campañas en redes sociales. No existían ni estaban planificados con anterioridad y se generaron para este momento. Esta categoría incluye experiencias con curadores/as, difusión del trabajo invisibilizado de los museos y nuevos productos digitales, como campañas en redes sociales para conectar con los públicos (acciones participativas, como tomarse una foto reproduciendo obras famosas, juegos que involucran a padres e hijos, y el covid-19 en relación con las colecciones, entre otros).	Actividades en vivo nuevas: actividades en vivo que surgieron durante la cuarentena como seminarios, talleres o conferencias, en formato virtual, vía plataformas de transmisión en directo, entre otras. Incluye actividades en vivo como webinarios, visitas guiadas virtuales, talleres, cuentacuentos, presentaciones artísticas y programas de audio, entre otras.

136

Un 92% de los museos encuestados generó productos o actividades digitales propias durante el período consultado. Aquellos que no generaron contenidos propios (8%), lo atribuyeron a la falta de recursos y disponibilidad de trabajadores/as.

La cuarentena incrementó el uso de plataformas digitales, aumentando la periodicidad de las publicaciones. Si antes de la pandemia los museos chilenos solían publicar con una frecuencia de entre una vez al mes y dos veces a la semana, con la cuarentena pasaron a publicar contenidos entre dos veces a la semana y dos veces al día.

Con el cierre de los museos también aumentó la diversificación de plataformas digitales. Muchos museos abrieron cuentas nuevas en redes sociales (39%), como YouTube (12%), Zoom (otra, 12%) o similares, e Instagram (9%).

3. Acciones digitales efectuadas en cuarentena

¿Cómo se comunicaron los museos con sus públicos en estas plataformas digitales? La gran mayoría de los museos generó productos digitales nuevos, como material didáctico, acciones participativas y campañas en redes sociales (89%), y difundió

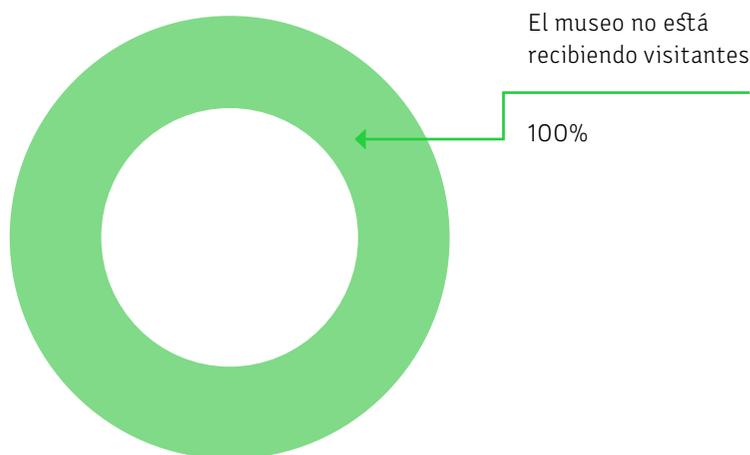
contenidos digitales que existían previamente a la cuarentena, como colecciones, publicaciones o exhibiciones en línea (81%). Si bien no fueron tan comunes como la difusión de productos digitales, las actividades en vivo fueron efectuadas por la mayoría de los museos. Un 56% de los museos adaptó actividades presenciales a un formato digital y un 54% organizó actividades en vivo durante el período analizado.

Un aspecto importante que se logró visibilizar es la cadena de trabajo que existe tras la generación y difusión de

contenidos digitales. Se hizo patente la complejidad de orientar el trabajo museal a las personas, más aún en un contexto de confinamiento y ejercicio de funciones a puertas cerradas. Áreas históricamente menos desarrolladas al interior de los museos, como las comunicaciones, adoptaron un rol crítico en la visibilización y nuevo funcionamiento de estas instituciones. Debieron profundizar su trabajo, coordinándose con otras áreas del museo, como la dirección, los departamentos educacionales y curatoriales. Esto se evidenció en las respuestas a la pregunta

➤ Gráfico n.º 1

A la fecha, ¿el edificio de su museo se encuentra abierto al público?

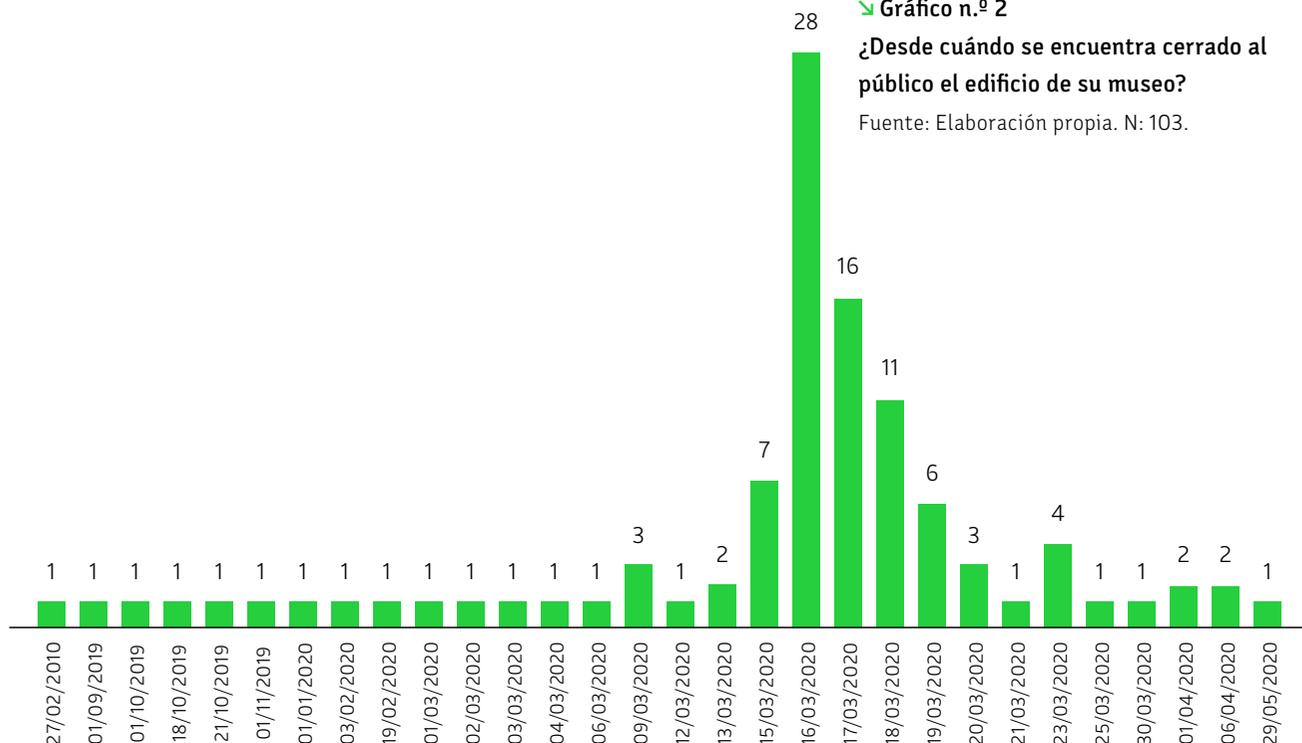


Fuente: Elaboración propia. N: 103.

➤ Gráfico n.º 2

¿Desde cuándo se encuentra cerrado al público el edificio de su museo?

Fuente: Elaboración propia. N: 103.



➤ Gráfico n.º 3

Durante esta cuarentena, ¿su museo ha generado productos o actividades digitales propios?



Fuente: Elaboración propia. N: 92.

por las áreas del museo que se hicieron cargo de las acciones digitales descritas, predominando las áreas de comunicación, seguidas por las áreas de educación, mediación y/o públicos y la dirección de estas instituciones.

4. Experiencia en cuarentena

La cuarentena, así como el aumento y la diversificación de acciones digitales, afectó el quehacer de los museos, tanto en su funcionamiento presencial como digital, cambiando las condiciones de trabajo y las perspectivas de la labor museal. Se hizo evidente la importancia de manejar herramientas digitales y desarrollar programación digital para distintos públicos, revelando la urgencia de que los equipos de museos cuenten con un mayor entrenamiento en estos ámbitos.

→ Lo digital como un gran desafío

Entre los desafíos más mencionados se encuentra la falta de conocimiento de herramientas digitales adecuadas para generar productos y actividades de calidad; la falta de personal y de especialización de los/as trabajadores/as en materias digitales; la falta de herramientas tecnológicas adecuadas para las nuevas dinámicas de creación de contenidos, y la

diversificación de los contenidos digitales para mantener la interacción con los públicos.

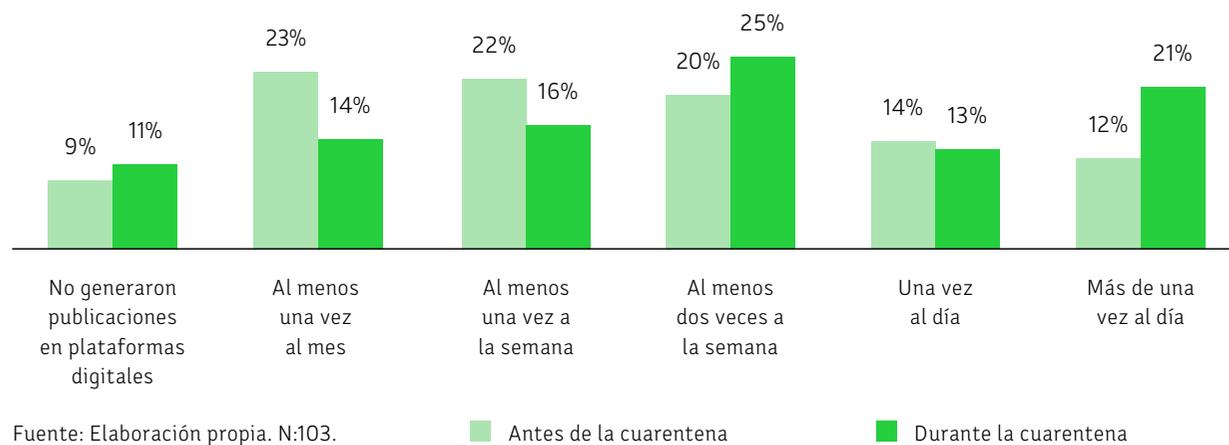
“Nos hubiera encantado realizar actividades en vivo, pero no contamos con personal capacitado para ello y nuestra página web no lo permite en la actualidad”.
—Parque Museo Ferroviario. Santiago, Metropolitana de Santiago.

“Además de la falta de personal, la conexión a internet es totalmente insuficiente en el museo”.
—Museo Antropológico Martín Gusinde. Cabo de Hornos, Magallanes y la Antártica Chilena.

“El mayor desafío ha sido mantener diariamente el contacto con la comunidad sin que este decaiga, buscando para ello nuevas posibilidades digitales y aprendiendo sobre la marcha, como por ejemplo el aprendizaje para realizar videos o transmisiones *online*”.
—Museo Benjamín Vicuña Mackenna. Providencia, Metropolitana de Santiago.

➤ Gráfico n.º 4

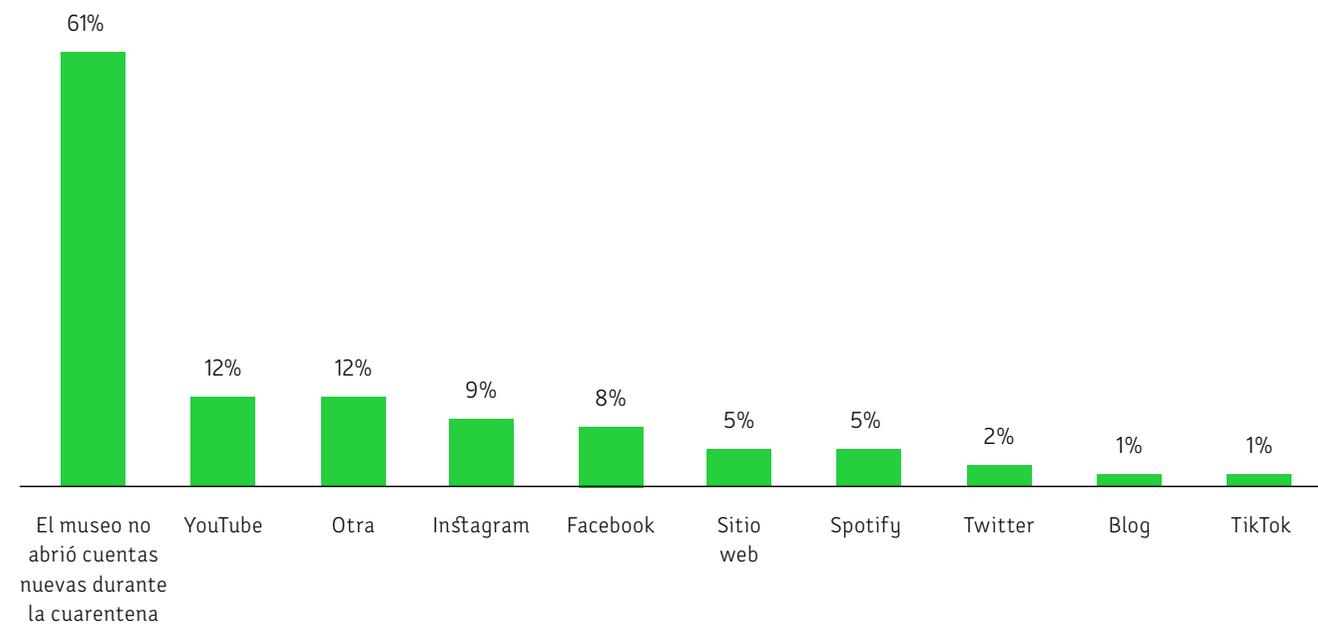
Antes de la cuarentena y pensando en un mes de funcionamiento normal del museo, ¿con qué frecuencia su museo generaba publicaciones en plataformas digitales? / Durante la cuarentena, ¿con qué frecuencia su museo generó publicaciones en plataformas digitales?



139

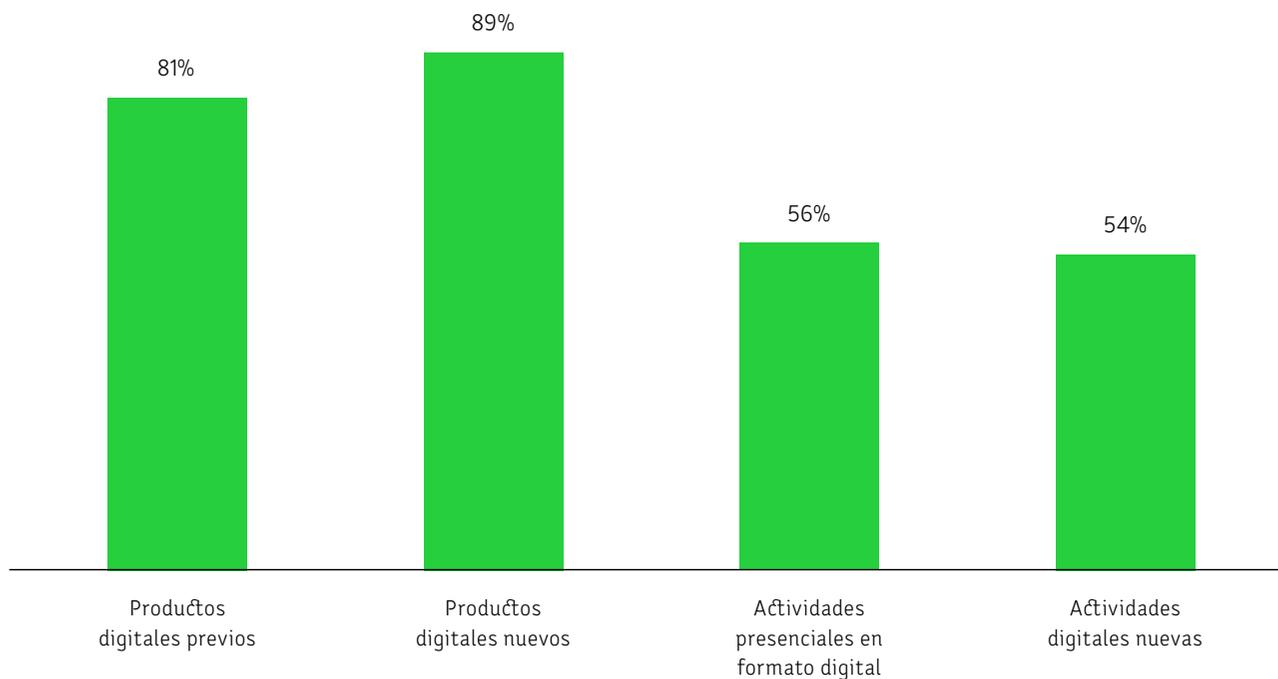
➤ Gráfico n.º 5

Durante la cuarentena, ¿su museo abrió una cuenta nueva en alguna de las siguientes plataformas? (Puede marcar más de una alternativa)



↳ Gráfico n.º 6

Porcentaje de museos según tipo de acción digital generada durante la cuarentena



140

Fuente: Elaboración propia. Respuesta múltiple, los porcentajes no suman 100%. El valor indicado corresponde a los museos que afirmaron haber generado este tipo de contenidos.

→ **El logro de alcanzar públicos más amplios**

Entre los logros de los museos, destaca la diversificación de plataformas y contenidos, que les permitió ofrecer una programación atractiva al público para seguir conectados. A su vez, el ámbito virtual llevó a los museos hacia nuevos públicos, expandiendo el horizonte de personas que conocen el museo y, con ello, el número y el alcance territorial de los visitantes digitales. Por último, en el caso de muchos museos, esto facilitó generar un espacio de interacción e intercambio con otros museos e instituciones.

“A través de las plataformas digitales se llega a un público mayor y que no necesariamente puede llegar presencialmente, que ha dinamizado el área de educación

que estaba sin actividad y nos ha propuesto nuevos desafíos de poner recorridos virtuales de las salas de exhibición y permitirá que las colecciones se difundan en mayor escala”.

—Museo Universidad de Tarapacá San Miguel de Azapa. Arica, Arica y Parinacota.

→ **La importancia y urgencia de manejar plataformas digitales**

Los museos destacaron como un aprendizaje la comprensión de la importancia de las herramientas y plataformas digitales, lo fundamental del trabajo en equipo para abordar los nuevos desafíos y el impacto de la programación en línea para acercarse

a distintos públicos, constituyéndose en espacios de vinculación, intercambio y conexión. Enfatizaron que esta nueva forma de crear y difundir contenidos llegó para quedarse y que es relevante hacerse cargo de esta materia con miras al futuro.

“Los museos ya se subieron al carro de lo digital y aunque volvamos a una ‘normalidad’ no podremos bajarnos. Los museos del siglo XXI debemos estar y desarrollarnos en el mundo digital, tanto como presencial”.

—Museo del Sonido. Santiago, Metropolitana de Santiago.

“El principal aprendizaje para el museo es la necesidad del trabajo colaborativo de todas las personas que trabajan en el MAVI. La buena disposición a colaborar de quienes realizan distintas actividades en el museo ha sido clave para poder realizar acciones digitales durante la cuarentena”.

—Museo de Artes Visuales. Santiago, Metropolitana de Santiago.

ADAPTACIÓN Y NUEVOS DESAFÍOS

La relevancia de la presencia digital de los museos y el cambio en las condiciones del trabajo plantean nuevas preguntas sobre el alcance, el enfoque y el impacto de estas instituciones. Estas preguntas surgen como resultado de la investigación, invitando a explorar nuevas formas de vinculación entre los museos y sus públicos.

En una primera capa, cabe preguntarse: ¿Cómo será la vinculación de los museos con sus públicos una vez reestablecida la presencialidad? ¿Seguirá siendo la programación digital una extensión de las acciones presenciales de los museos o adquirirá autonomía?

También se vislumbran desafíos vinculados a las aperturas paulatinas: ¿Cambiará la experiencia de visita con los nuevos protocolos de distanciamiento y reserva previa? ¿Asistirán a los museos los mismos segmentos de la población o cambiará el tipo de visitantes? ¿Se traducirán a la presencialidad los nuevos públicos digitales? ¿Cómo convocarán los museos a sus visitantes en contextos de aperturas intermitentes (abrir y tener que cerrar al poco tiempo)?

Por otra parte, con la digitalización de la programación, nuevos segmentos de la sociedad quedan excluidos de acceder a los museos: ¿Cómo evolucionarán las dinámicas de inclusión y accesibilidad en circunstancias de desigualdad en el acceso digital? ¿Cómo incorporarán los museos el enfoque de territorios

y el enfoque de derechos en su quehacer digital? ¿Cómo lo harán para acercarse a comunidades de sus territorios que no pueden acceder a sus espacios? ¿Cómo garantizarán el acceso al museo de poblaciones vulnerables en términos digitales y presenciales? Por último, ¿cómo se configurará el trabajo en red en un espacio mayoritariamente digital?

Estas preguntas muestran la mayor complejidad que está adquiriendo el rol de los museos como fortalecedores de la esfera pública de la sociedad. Si bien el instrumento elaborado para este estudio cumplió con el objetivo propuesto de identificar y clasificar las acciones digitales de los museos chilenos, así como describir los desafíos, logros y aprendizajes que este proceso ha conllevado, este primer panorama abre nuevas preguntas para el período que se avecina. Se advierten nuevos temas que vale la pena profundizar en próximos estudios sobre la vinculación de los museos con sus públicos. 



✓ Museos en cuarentena: Prácticas de conexión con los públicos

Área de Estudios
Subdirección Nacional
de Museos

Formato digital, 110 páginas.
Disponible para descarga en
el sitio web de la Subdirección
Nacional de Museos ([https://
www.museoschile.gob.cl/](https://www.museoschile.gob.cl/)).

Reseñas

Museums around the world in the face of COVID-19

UNESCO

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) publicó este informe en mayo de 2020. Su objetivo fue presentar una primera estimación de los museos afectados por las medidas de cierre que los países tomaron para frenar el avance de la pandemia, así como de las acciones que los museos impulsaron para continuar su actividad utilizando las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). A partir de las contribuciones de los Estados y los profesionales de los museos, el estudio apunta a comprender cómo se ha adaptado el sector a las limitaciones impuestas por la crisis sanitaria y explorar formas de apoyar a las instituciones más afectadas. Este reporte está en consonancia con el documento *Recomendación relativa a la protección y promoción de los museos y colecciones, su diversidad y su función en la sociedad* (2015), que subraya la importancia del rol social de los museos y de las TIC para su promoción en el mundo.

Formato digital, 31 páginas.

Disponible para descarga en Unesdoc.

Biblioteca digital (unesdoc.unesco.org/inicio)



Informe. Museos, profesionales de los museos y COVID-19

ICOM

Para reunir información sobre la forma en que la pandemia de covid-19 afectó y afectará al sector cultural a corto y largo plazo, el Consejo Internacional de Museos (ICOM) puso en marcha una encuesta mundial para analizar el impacto del confinamiento en torno a cinco temas: la situación de los museos y de su personal, el impacto económico previsto, la tecnología digital y la comunicación, la seguridad y la conservación de las colecciones, los profesionales independientes de los museos. El informe –en el que se analizaron alrededor de 1.600 respuestas entregadas por museos y profesionales de los museos desde 107 países y cinco continentes–, se publicó en mayo y ofrece una visión de las consecuencias percibidas y los retos a los que se enfrentan los museos, así como de sus esfuerzos por superarlos y servir a sus comunidades durante una pandemia.

Formato digital, 22 páginas.

Disponible para descarga en el sitio web de ICOM, pestaña covid-19 (icom.museum/es/covid-19/)



Informe. Museos, profesionales de los museos y COVID-19: encuesta de seguimiento

ICOM

Con el fin de reunir datos adicionales sobre la forma en que el avance de la covid-19 en el mundo afectó y afectará al sector de los museos a corto y largo plazo, el ICOM impulsó un segundo estudio mundial cuyos resultados se publicaron en octubre. Aunque la mayoría de las secciones y preguntas se referían a la encuesta anterior –lo que permitió evaluar el curso de la crisis y su percepción por parte de los profesionales de los museos–, algunas preguntas tenían en cuenta la evolución de la situación en los meses siguientes, especialmente en vista de la reapertura progresiva de los museos en algunas regiones del mundo. En este informe se analizaron casi 900 respuestas de museos y profesionales de museos de los cinco continentes.

Formato digital, 34 páginas.

Disponible para descarga en el sitio web de ICOM, pestaña covid-19 (icom.museum/es/covid-19/)



Museo e inclusión. Memorias del IX Encuentro de equipos educativos de museos

Varios autores

Ediciones Subdirección Nacional de Museos

Con la presencia de museos regionales y especializados, los tres museos nacionales y, por primera vez, museos privados invitados, en agosto de 2019 se desarrolló el IX Encuentro de equipos educativos de museos del Servicio Nacional del Patrimonio Cultural, organizado por la Subdirección Nacional de Museos. Durante dos días, bajo el lema "museo e inclusión", se compartieron experiencias y buenas prácticas en torno al desafío de abordar las diferencias y generar instancias de verdadera integración en los museos. Esta publicación digital, tercera de la serie, recoge tanto las ponencias presentadas, como lo realizado en terreno, en las visitas y los talleres.

Formato digital, 120 páginas.

Disponible para descarga en el sitio web de la Subdirección Nacional de Museos (<https://www.museoschile.gob.cl/>).



Cuando yo era niña, cuando yo era libre. Memorias e imaginarios de mujeres en el Museo del Limarí

Francisca Contreras Carvajal

Museo del Limarí y Subdirección Nacional de Museos

"Tercera de la serie Imaginarios, esta publicación es el corolario de un extenso trabajo llevado adelante por su autora con mujeres de la zona del Limarí. Como profesional del área de desarrollo y educación del Museo del Limarí, Francisca Contreras no solo ha innovado desde el punto de vista didáctico y metodológico, sino que ha sabido situar al Museo en el lugar de lo afectivo, acogiendo con sensibilidad, respeto y capacidad de escucha, los objetos queridos y las narrativas que dan vida a una nueva forma de entender el significado profundo del patrimonio y la memoria. Este libro es una invitación a transitar por la memoria de mujeres cuyas vidas, aun cuando han recorrido caminos distintos, se entrelazan a partir de los recuerdos de una infancia y de una historia que se resiste al olvido" (Irene De la Jara).

Formato impreso y digital, 111 páginas.

Disponible para descarga en sitio web del Museo del Limarí (museolimari.gob.cl/)



Los museos y sus públicos en tiempos de transformaciones sociales

Varios autores

Museo de la Memoria y los Derechos Humanos

Esta publicación es la sexta y última edición impresa de la colección de estudios de públicos que el Museo de la Memoria y los Derechos Humanos dedica a la investigación de sus visitantes y que comenzó a publicar en 2015. Estos estudios, desarrollados año a año, permiten tanto caracterizar audiencias como evaluar los servicios del Museo. En esta ocasión, y con motivo del décimo aniversario del MMDH, se exponen las experiencias de la institución durante 2019 y 2020, junto con las prácticas y reflexiones de cuatro museos chilenos y un prólogo por parte del área de Estudios de la Subdirección Nacional de Museos. En total, seis capítulos dan a conocer diversas estrategias para sistematizar la información y así diseñar actividades para y con los públicos.

Formato impreso y digital, 43 páginas.

Disponible para descarga en sitio web del MMDH (web.museodelamemoria.cl/)



Visitantes de museos chilenos: Oportunidades y desafíos para el sector de museos. Estudio 2018-2019

Área de Estudios SNM

Ediciones Subdirección Nacional de Museos

Se exponen los resultados del primer estudio transversal de públicos efectuado en museos estatales y no estatales del país, de distinta dependencia y con diversas colecciones. La investigación, que tuvo un cariz exploratorio respecto de la realidad de los museos en Chile, buscó conocer a los visitantes y su forma de visita a estos espacios, con el propósito de desarrollar herramientas para mejorar el impacto de los museos en su entorno. Para ello, se optó por aplicar el “Cuestionario para visitantes de museos” del Observatorio Iberoamericano de Museos (OIM). El estudio fue implementado por el área de Estudios de la Subdirección Nacional de Museos (SNM) con la participación de 17 museos de 10 regiones del país, los que aplicaron el cuestionario de visitantes durante un año completo, todos los días que estuvieron abiertos al público.

Formato digital, 111 páginas.

Disponible para descarga en el sitio web de la Subdirección Nacional de Museos (<https://www.museoschile.gob.cl/>).

145



Cifras

Presupuesto

\$921.000.000

El presupuesto de la Subdirección Nacional de Museos (SNM) para el año 2020 fue de **\$921.000.000** para funcionamiento y proyectos de desarrollo, sin considerar recursos humanos. No obstante, a raíz de los efectos de la pandemia de covid-19 se debieron ajustar los presupuestos, rebajando el monto en un 39,4% en el primer trimestre, quedando **\$558.000.000** para operaciones.

Usuarios

438.108

Los museos SNM recibieron **438.108** usuarios en 2020. Los museos tuvieron un comportamiento habitual de ingreso de usuarios durante los tres primeros meses del año, pero, por efectos de las medidas sanitarias tomadas para enfrentar la pandemia, la mayoría de los museos debió cerrar a público. Con el correr de los meses y de acuerdo a lo que permitía el Plan Paso a Paso del Ministerio de Salud, los museos pudieron abrir con aforos muy reducidos, con visitas previa inscripción.

Usuarios en delegación

5.571

Los museos SNM recibieron un total de **177** delegaciones durante 2020, que reunieron a **5.571** usuarios. Entre enero y mediados de marzo, los visitantes fueron turistas o grupos en gira de estudios. El resto fueron grupos ocasionales, que visitaron el museo con inscripción previa.

146

Actividades

415

Las actividades de extensión de los museos SNM alcanzaron a 415 durante 2020, beneficiando a 22.781 personas, un promedio de 54,8 usuarios por cada actividad. Entre estas actividades destaca la presentación de 31 exposiciones, tanto temporales como itinerantes, en los 23 museos abiertos al público¹ en el año 2020.

La dotación de funcionarios en los 24 museos fue de 254, entre personal titular, contratados y contrato bajo modalidad de Código del Trabajo.

113.700 registros de objetos pertenecientes a las colecciones de nuestros museos han sido identificados en el Sistema Único de Registro (SURDOC), y, de ellos, **97.220** son registros con imágenes. Una muestra significativa puede ser consultada en la plataforma www.surdoc.cl.

Usuarios museos regionales y especializados, según meses año 2020

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
144.080	249.247	43.839	4	0	143	80

Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
203	264	367	569	190	438.986

Usuarios museos regionales y especializados año 2020, según tipo de usuarios

Usuarios exposiciones		Biblioteca	Actividades de extensión	Servicios profesionales	Total
Individuales	Colectivos				
404.105	5.571	6.082	22.781	447	438.986
92,0%	1,3%	1,4%	5,2%	0,1%	

147

Nota

¹ El Museo O'Higiniano y de Bellas Artes de Talca se encuentra en proceso de habilitación museográfica.

SUBDIRECCIÓN NACIONAL DE MUSEOS

Alan Trampe Torrejón
Subdirector Nacional de Museos

Liliana Nahuelfil Matus
Asistente del Subdirector

Ruth Saez Moreno
Asistente administrativa

Nuccia Astorga Maturana
Asistente de apoyo

ÁREA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

M.ª Irene González Pérez
Encargada área de Administración
y Finanzas

Leonardo Marchant Cornejo
Profesional de apoyo

Daniela Torres Salinas
Profesional de apoyo

Paulina Contreras Cheuquehuala
Profesional de apoyo

ÁREA DE COMUNICACIONES Y PUBLICACIONES

Andrea Torres Vergara
Encargada de Comunicaciones
y Publicaciones

ÁREA EDUCATIVA

Irene De la Jara Morales
Encargada área Educativa

ÁREA DE ESTUDIOS

María Paz Undurraga Riesco
Encargada área de Estudios

Elizabeth Mejías Navarrete
Registro de Museos de Chile

Candela Arellano Gallardo
Profesional de apoyo

ÁREA DE EXHIBICIONES

Andrea Müller Benoit
Encargada área de Exhibiciones

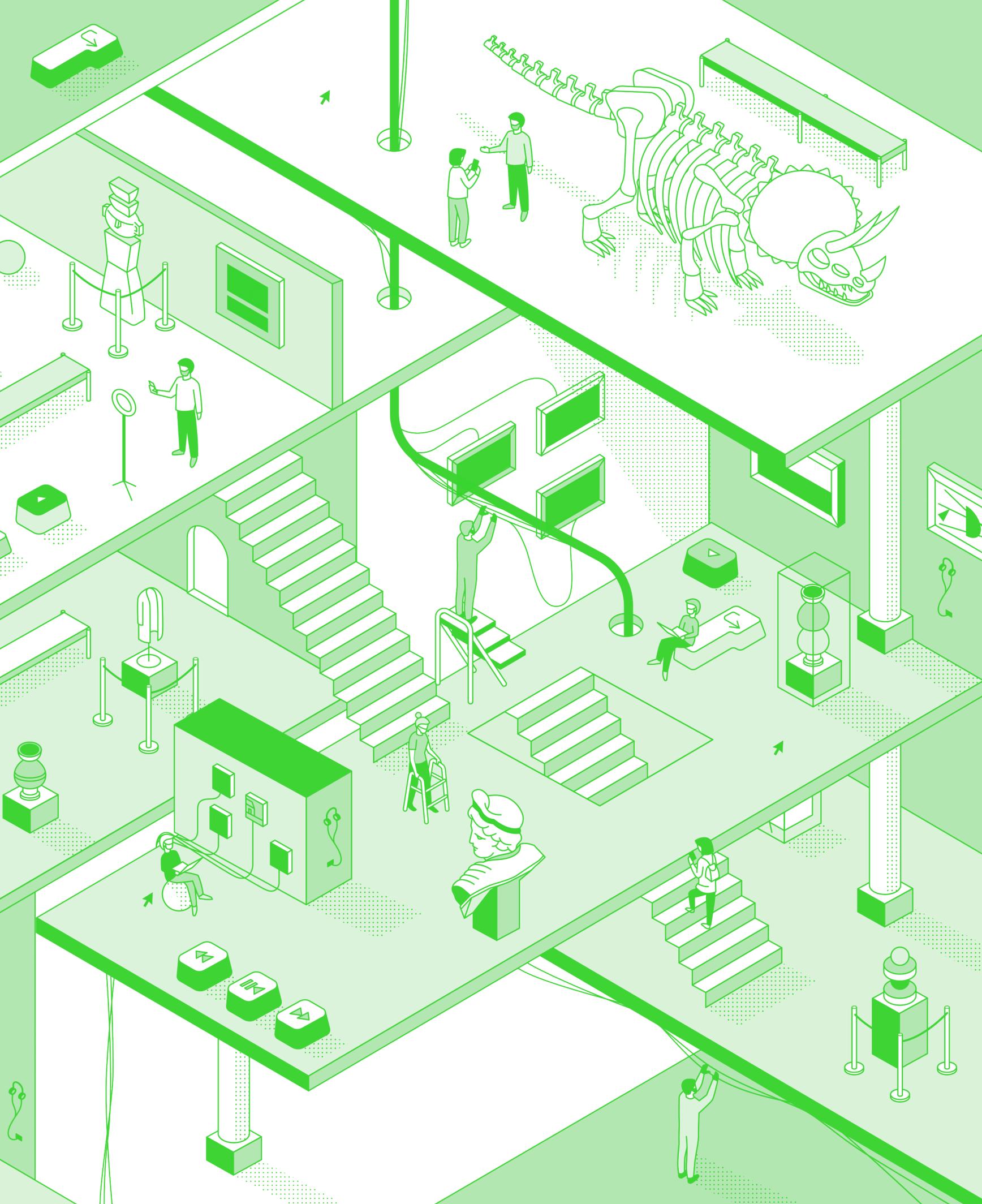
Natalia Hamilton Silva
Profesional de apoyo

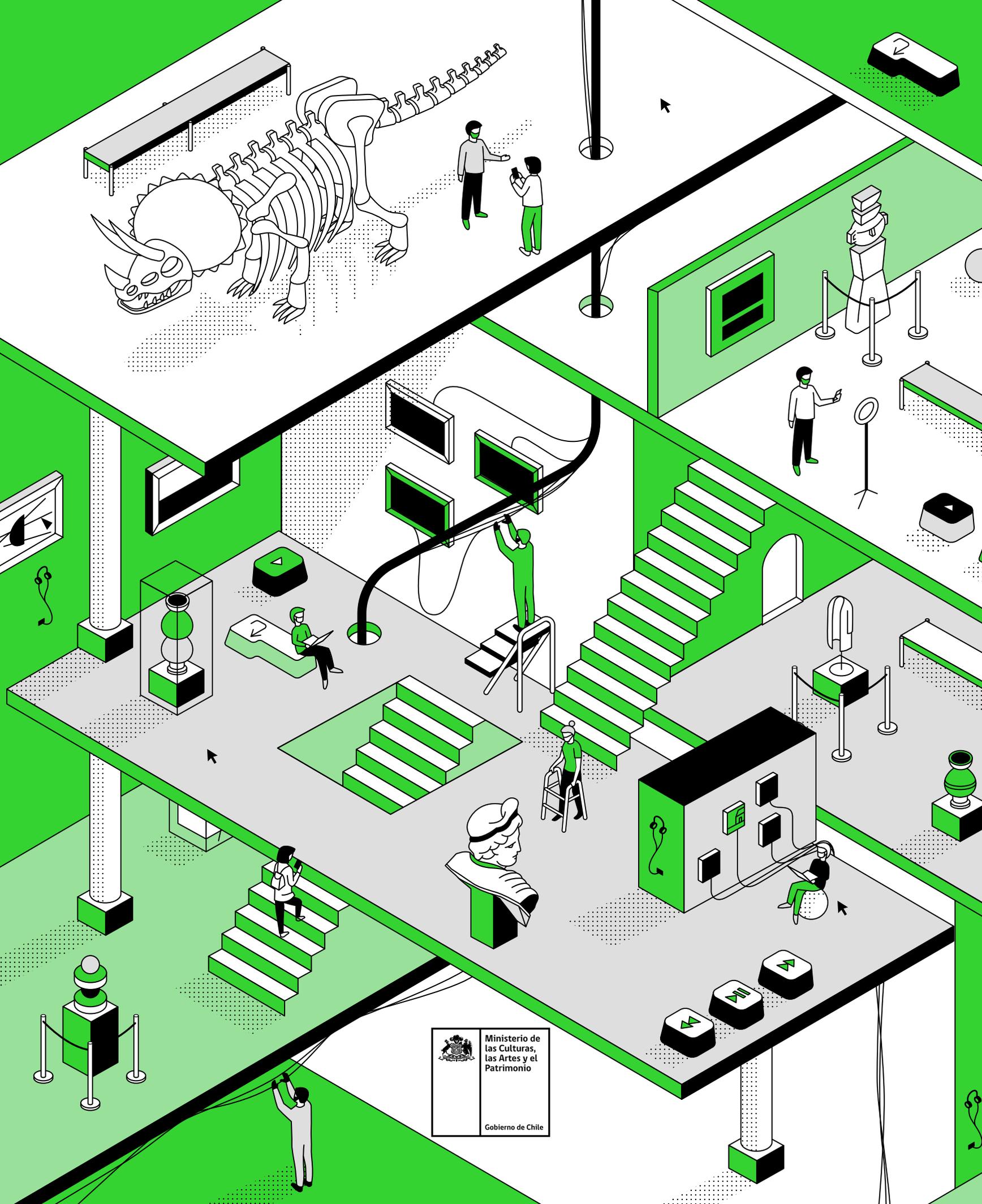
Javiera Maino González
Profesional de apoyo

Manuela Riveros Camus
Profesional de apoyo

ÁREA DE GESTIÓN Y PROYECTOS

Mario Castro Domínguez
Encargado de Gestión y Proyectos






Ministerio de
las Culturas,
las Artes y el
Patrimonio

Gobierno de Chile