

COORDINA

Dr. Luis Palma Martos

ORGANIZAN

Cátedra de Política de Competencia, Universidad de Sevilla.

Grupo de Investigación Análisis Económico y Economía

Política (SEJ-359). Universidad de Sevilla

INFORMACIÓN E INSCRIPCIÓN:

Tel. 954557525 – lpalma@us.es

ACCESO VIRTUAL:

<https://eu.bbcollab.com/guest/78114651f3eb45ab92a830e458db41ba>



SEMINARIOS DE LA CÁTEDRA DE POLÍTICA DE COMPETENCIA Y EL GRUPO DE INVESTIGACIÓN DE ANÁLISIS ECONÓMICO Y ECONOMÍA POLÍTICA (SEJ-359)

Sevilla, 5, 12 y 19 de mayo de 2021

*Aula 44
Facultad de Ciencias Económicas y
Empresariales*

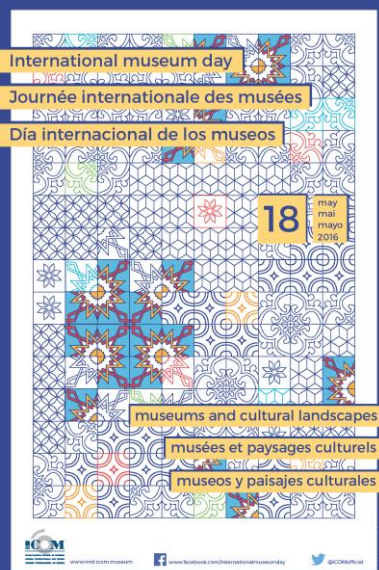
Repensando el museo: crear, imaginar y compartir

Elena López Gil

2021



DIM





Se invita a museos y profesionales a crear, imaginar y compartir nuevas prácticas de (co)creación de valor, nuevos modelos de negocio para las instituciones culturales y soluciones innovadoras para los retos sociales, económicos y medioambientales del presente

2019: NECESIDAD DE UNA NUEVA DEFINICIÓN DEL MUSEO

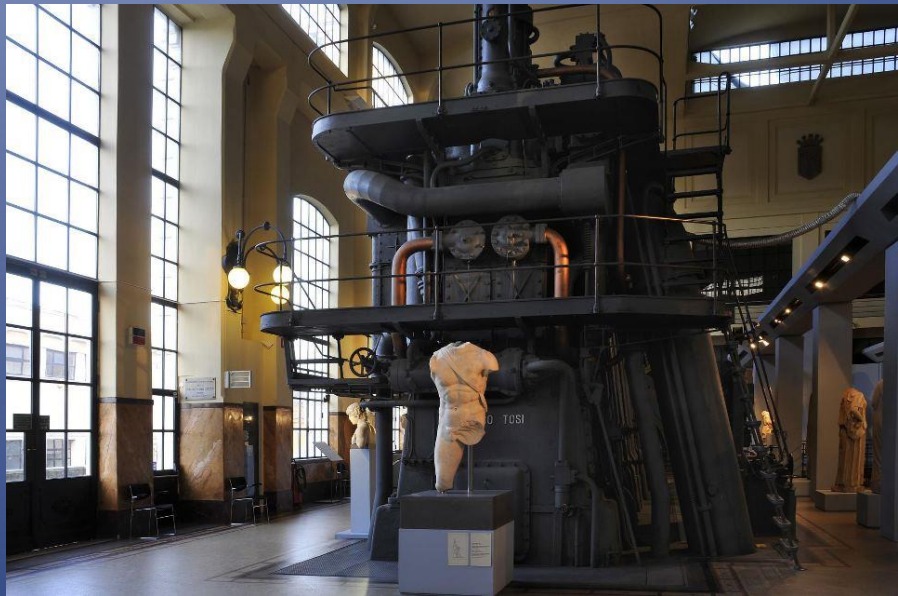


El museo es una institución sin fines
lucrativos, permanente, al servicio de la
sociedad y de su desarrollo, abierta al
público, que adquiere, conserva, investiga,
comunica y expone el patrimonio material e
inmaterial de la humanidad y su medio
ambiente con fines de educación, estudio y
recreo

22ª Conferencia General Viena (Austria) 2007







De almacén de obras a generadores de cultura



**COMIENZA 2020 SIN TENER
ELEGIDA UNA DEFINICIÓN**

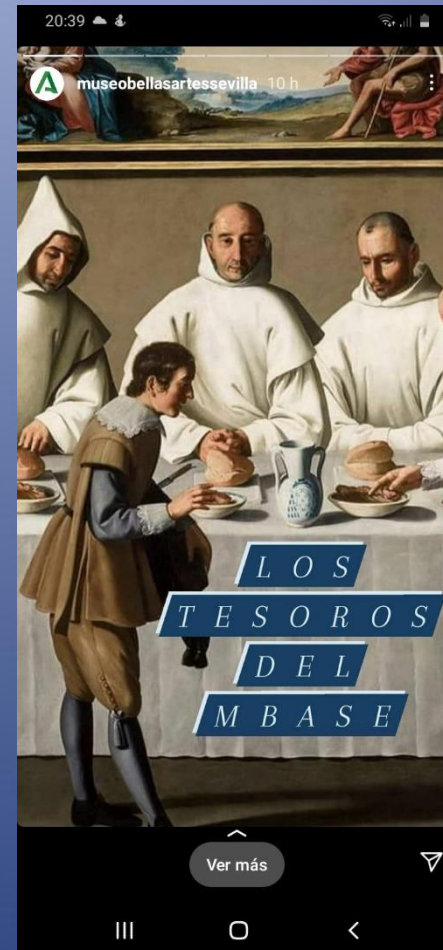
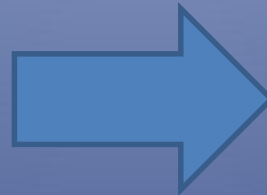
**Y SE CIERRA LA CULTURA Y
SE CIERRAN LOS MUSEOS.**



Y LA
TECNOLOGÍA
LLEGA EN
NUESTRA AYUDA



De actividades presenciales a actividades on line



El papel de museólogos, conservadores y técnicos seguirá siendo el mismo:

dotar de contenidos de calidad a cada una de las herramientas digitales.





REDES SOCIALES



The image shows a LinkedIn post from Ana Álvarez Lacambra, who is the responsible for the website and new media at the Thyssen-Bornemisza Museum in Madrid. The post is titled "Tu empresa te pide Cabify - Estrenamos tarifas bajas ¡para que visites más a tus clientes!" and contains a link to a manual on accessibility in museums. The manual is titled "Accesibilidad en Museos, Manual de Buenas Prácticas para Profesionales e Instituciones" and is available at asoc-amma.org. The post includes a photograph of a museum exhibit with the text "ORIGEN E DESTINO" and a small image of a person in a wheelchair.

in Buscar

Inicio Mi red Empleos Mensajes Notificaciones

Tu empresa te pide Cabify - Estrenamos tarifas bajas ¡para que visites más a tus clientes!

Ana ÁLVAREZ LACAMBRA • 1er
Responsable de la Web y Nuevos Medios del Museo Thyssen-Bornemisza (Madrid)
2 días • 🌐

Un manual muy útil para recordar que la accesibilidad en #museos debe de tenerse en cuenta antes de planificar proyectos. En el caso de #accesibilidad_web, desde el Museo Thyssen-Bornemisza estamos trabajando en ello para cumplir con nuestros compromisos de Accesibilidad Universal.

ORIGEN E DESTINO

Accesibilidad en Museos, Manual de Buenas Prácticas para Profesionales e Instituciones
asoc-amma.org • 2 min de lectura



The image shows a Zoom meeting interface on a mobile device. The meeting is titled "REC" and is being recorded. There are four participants visible in a grid view. The top-left participant is Guillermo Kurtz, the top-right is Maloles Cebrían, the bottom-left is Fernando Javier Alvarez Fr..., and the bottom-right is Marta. The meeting is taking place on a Telepalma device, with a battery level of 40% and a time of 9:51.

Telepalma 40% 9:51

REC

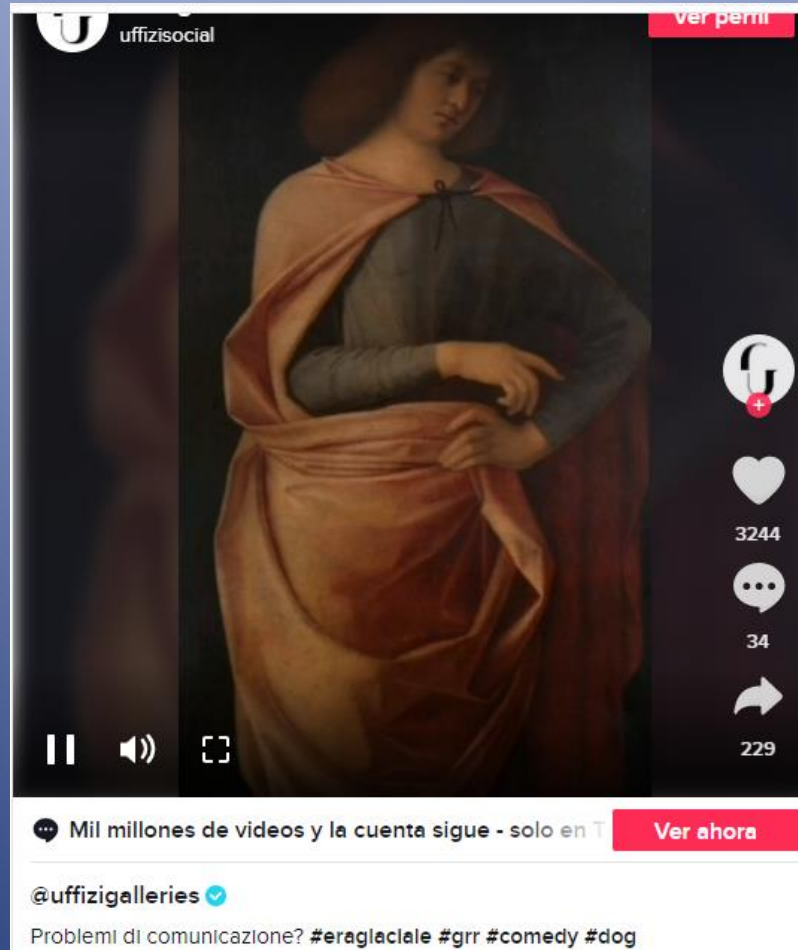
Guillermo Kurtz

Maloles Cebrían

Fernando Javier Alvarez Fr...

Marta

TIK TOK



A screenshot of a TikTok video. The video content is a classical painting of a woman, likely a saint or noblewoman, wearing a blue dress and a red cloak. The video player interface includes a pause button, a volume icon, and a full-screen icon at the bottom left. On the right side, there are icons for the creator's profile, a heart icon with the number 3244, a comment icon with the number 34, and a share icon with the number 229. At the top left, the username 'uffizisocial' is visible. At the top right, there is a red button that says 'ver perfil'. Below the video, there is a text overlay: 'Mil millones de videos y la cuenta sigue - solo en T' followed by a red button 'Ver ahora'. Below that, the username '@uffizigalleries' is shown with a verified account icon. At the bottom, there is a caption: 'Problemi di comunicazione? #eraglaclale #grr #comedy #dog'.

uffizisocial

ver perfil

3244

34

229

Mil millones de videos y la cuenta sigue - solo en T [Ver ahora](#)

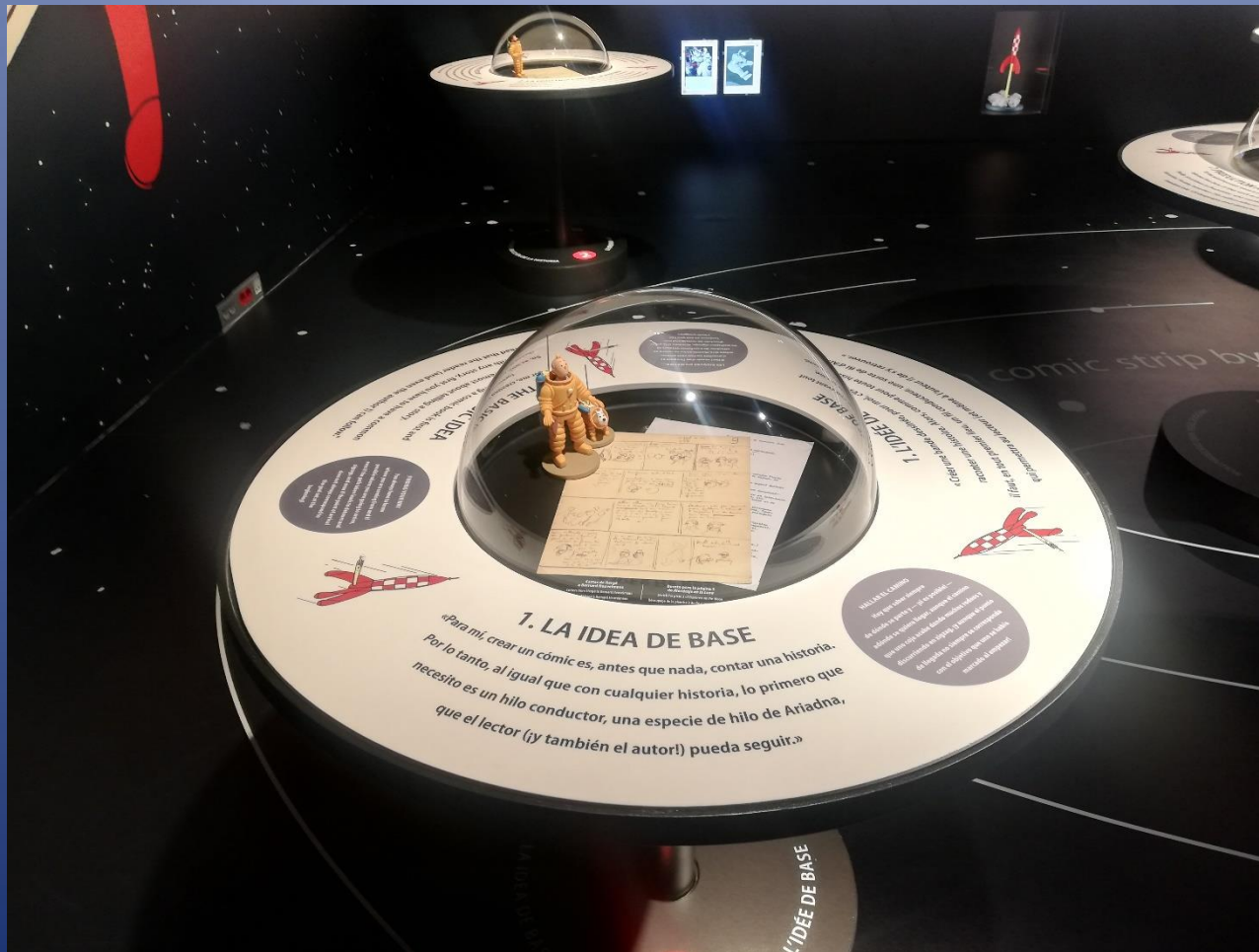
@uffizigalleries ✓

Problemi di comunicazione? #eraglaclale #grr #comedy #dog

REALIDAD AUMENTADA



NECESITAMOS UNA ESTRATEGIA DIGITAL



La tecnología ha llegado para quedarse



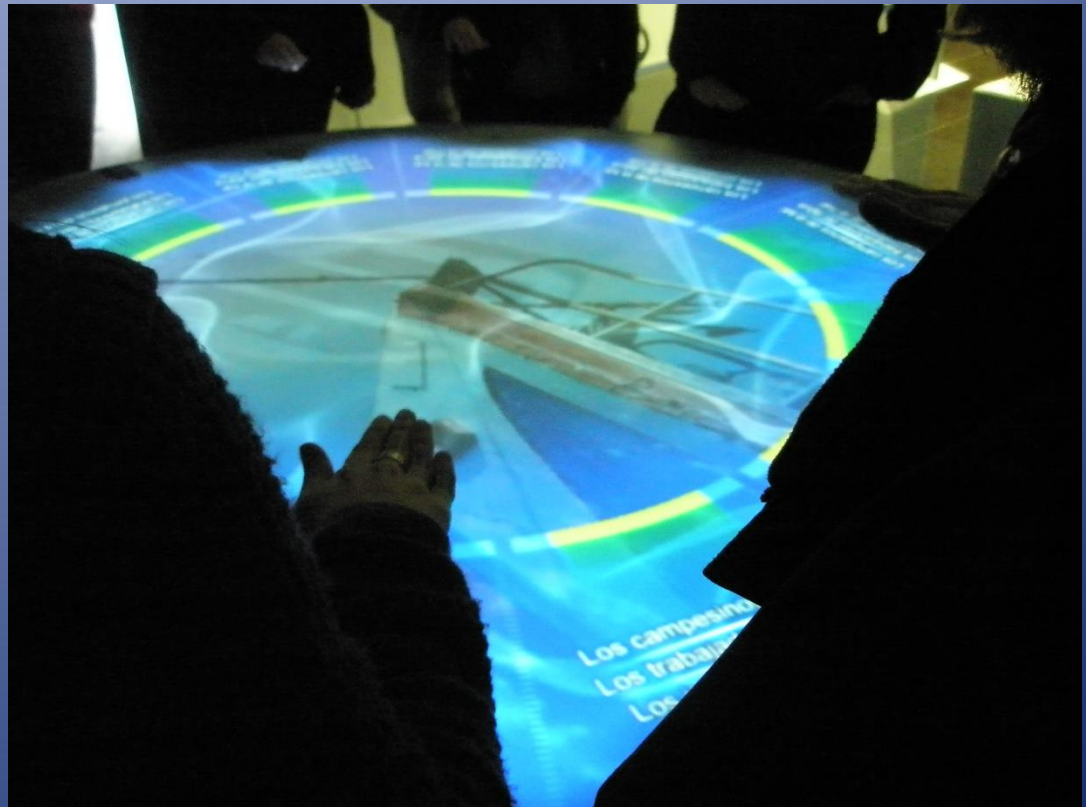
Como herramienta de trabajo de la museología



Obras contemporáneas



Programación de actividades



Una estrategia para:

Establecer políticas y marcar prioridades

Usar la tecnología al servicio del público y aportar valor

Conectar con el público por vía digital multicanal



Crecer en audiencia más
implicada

Ordenar la creación de
contenidos en línea de calidad

Direccionar las iniciativas
digitales hacia la misión y
objetivos globales del museo



¿HAY ALGUIEN AHÍ? EL FUTURO ES EL PÚBLICO



Tipos de público - 2018

Visitas virtuales a museos
(30%)

Búsqueda de opiniones sobre
el museo (más de un 60%)

Utilización de pantallas táctiles
(un 70%)

Información a través de redes
habitualmente (más de 50%).



Vuelta a la normalidad

Público presencial y digital (la mayoría)

Público solo presencial, decreciendo poco a poco

Un público solo digital que irá creciendo enormemente



Hay tantos públicos como
museos, o tantos museos como
públicos



**¿ LA ACCESIBILIDAD?
PARECE QUE NOS
HEMOS OLVIDADO DE
ELLA**



Cada público tendrá necesidades distintas; habrá que pensar en contenidos diferenciados, segmentando en función de los objetivos.

Necesidad de introducir la evaluación en todos los procesos de producción.



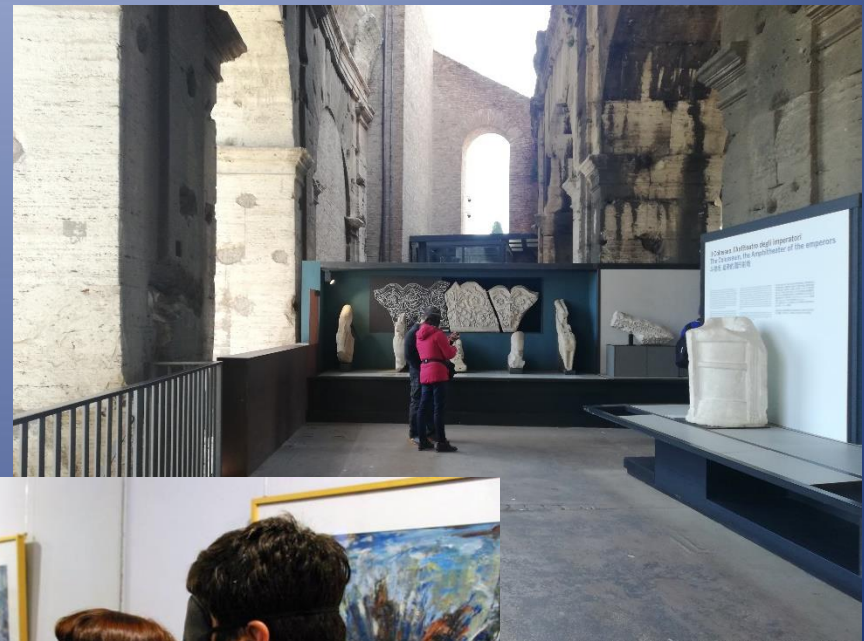
Tener en cuenta las experiencias integrales que va a proporcionar la inclusión del público presencial de lo digital, analizando en cada viaje del visitante los factores digitales y presenciales que afectarán a la experiencia.



Oportunidad para evaluar y trabajar la accesibilidad universal cuyo potencial digital es enorme, así como el desarrollo de procesos participativos, entendiendo por tales no el hecho de dar voz sino de ofrecer contenidos con significado para la comunidad, incluso para el museo



Contenidos,
conceptos e ideas
que queremos
trasmitir a través
de la exposición y
las actividades
programadas
deben ser
accesibles a todos
los grupos sociales



HACIA DÓNDE VAMOS: PERSPECTIVAS DE FUTURO



Nueva normalidad



POR FAVOR, CONTEMPLA LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD



ES OBLIGATORIO USAR EL GEL DESINFECTANTE



ES OBLIGATORIO EL USO DE MASCARILLAS



MANTENER DISTANCIA 2 METROS



AFORO LIMITADO



Cambio de hábitos



Nuevas fórmulas de exposición



Oportunidad para los museos

Lo digital y lo presencial se presentan como oportunidad única de educar, comunicar y difundir



Cómo reponerse de la pandemia



Museo Nacional del Prado



Presupuesto anual: 50 millones



15 proceden de subvenciones +
68% autofinanciación



82,7% menos de visitantes en los
meses de verano



8 millones de pérdidas durante el
cierre + 12 más por el bajón en las
visitas = 20 millones de euros

<https://www.lavanguardia.com/cultura/20201006/5999439/machismo-museo-del-prado-miguel-falomir.html>



Visita libre

Tour de
bienvenida

TIZIANO · VERONESE · ALLORI · RUBENS
RIBEKA · POUSSIN · VAN DYCK · VELAZQUEZ

PASIONES MITOLÓGICAS

23/2021 - 4/2021



Institución viva, permanente, sin ánimo de lucro y con decidida orientación social

A las funciones tradicionales y, aplicando soluciones sostenibles, se incorporan otras nuevas que permiten definirlo como un centro generador de cultura, de comunicación y disfrute del patrimonio

Promueve la colaboración y el trabajo en red, consolida y amplía lazos de cooperación y divulgación del conocimiento de manera participativa, dialogante, accesible e inclusiva





Utiliza las herramientas a su alcance, con especial atención a las nuevas tecnologías.

Comparte con todos la responsabilidad con respecto al patrimonio.



Los museos como instituciones públicas y abiertas a la sociedad exigen unos canales de difusión fluidos que garanticen el diálogo continuo con el ciudadano

Debemos asegurar los canales necesarios para trasladar a la sociedad la oferta de forma ágil y dinámica

Que llegue con facilidad y sin esfuerzo a sus destinatarios, y sea identificada con claridad con el perfil de la institución que la genera



GRACIAS



elena@asoc-amma.org



ANÁLISIS ECONÓMICO
Y ECONOMÍA POLÍTICA
GRUPO DE INVESTIGACIÓN 527-339



CÁTEDRA DE POLÍTICA
DE COMPETENCIA