

Difusión online del patrimonio en tiempos de cuarentena

Andrea Mejuto, y otros

RdM. Revista de Museología: Publicación científica al servicio de la comunidad museológica. ISSN 11-34-0576, n. 79, 2020, p. 29-37

El objetivo de este artículo es subrayar la importancia de la difusión de colecciones patrimoniales en línea, que ha pasado de ser una opción a una prioridad para los museos e instituciones, que ven, con sus puertas cerradas, como la única vía de entrada es a través de la web y las redes sociales. Se analizan los datos de fondo inventariado y en línea de los museos en España y Europa, evidenciando una clara necesidad de dar protagonismo a la difusión y no quedarse solo en la preservación. Se destacan las acciones que han llevado a cabo diversos museos para la visibilidad de su fondo en tiempos de cuarentena y la importancia de contar con herramientas tecnológicas para llegar lo más rápido posible a los ciudadanos y visitantes. El futuro de los museos está en la integración de sus datos. Conectar los diferentes departamentos con sus correspondientes materiales solo ayuda a enriquecer la propuesta de cada museo. Se prioriza la experiencia de usuario, que ya no solo se limita a la presencial, sino también a la virtual. Cada vez son más los museos que apuestan por implementar planes de transformación digital, integrando su conocimiento y sus distintos departamentos con un objetivo común: llegar a los usuarios y visitantes. Inspirados por el movimiento cultural que brotaba en las redes sociales con el objetivo de hacer visible la cultura en tiempos de confinamiento, Coeli impulsó el proyecto *#museobert* para difundir en línea las colecciones de los

museos que se sumen al proyecto durante 2020. La creciente relevancia de las redes sociales en la comunicación cultural es notoria para todas las instituciones. La situación de confinamiento ha obligado a cambiar todas las estrategias comunicativas. Se están desarrollando proyectos como *El Prado contigo*, el recorrido interactivo del Museu d'Història de Catalunya o la app del MNAC. Todavía hay muchos museos que no disponen de herramientas y conocimientos necesarios para ser accesibles en línea. Todavía hay instituciones que estigmatizan el uso de redes sociales, pero el contenido multimedia puede llegar a tener gran peso en la atracción de usuarios. En los últimos años, el modelo expositivo y las estrategias de captación de visitantes están cambiando considerablemente, convirtiendo los espacios museísticos en lugares de debate y colaboración, lo que da un papel relevante a los museos en la sociedad. La conservación, documentación y difusión del patrimonio cultural es parte integral de la misión de las instituciones culturales. Para difundir la colección en línea la primera opción es utilizar el portal web de la institución. Para integrar los diferentes silos de conocimiento se pueden sincronizar las aplicaciones aplicaciones, unificar las mismas e integrar datos en un sistema externo. Actualmente una gran parte de los fondos se encuentran todavía sin informatizar y solo una pequeña parte está disponible en catálogos en línea. Al abrir el patrimonio en línea, hay que analizar qué método nos resultará más útil para publicar las colecciones teniendo en cuenta la interoperabilidad y la integración del conocimiento. Un factor clave para atraer y consolidar nuevos públicos es disponer de herramientas flexibles que permitan la publicación y distribución eficiente de contenidos en entornos que evolucionan continuamente como internet, las redes sociales o los dispositivos móviles.

Resumen elaborado por Antonio Rodríguez Vela