

TEXTOS Y CONTEXTOS

*The Life of the Museum
Became Expanded.
Museological Responses
During Confinement*

■ **La vida del museo se
expandió. Respuestas
museológicas durante el
confinamiento**

RECIBIDO • 05 DE OCTUBRE DE 2020 ■ ACEPTADO • 25 DE NOVIEMBRE DE 2020

SEMINARIO DE CREACIÓN, DISEÑO Y GESTIÓN
DE EXPOSICIONES “PATRICIA REAL FIERROS”
gprieto@fad.unam.mx



PALABRAS CLAVE

museología ■
contingencia ■
estrategias ■
digitalidad ■

RESUMEN

La Ciudad de México se encuentra actualmente catalogada dentro de las ciudades con más museos en todo el mundo, durante el periodo de contingencia sanitaria a raíz del covid-19 el cierre de estos recintos fue inevitable. ¿Cómo seguir activo tras un acontecimiento de esta magnitud? ¿Qué sucede con los contenidos que ofrece un museo trasladado al área digital? ¿Cuál es la respuesta que tienen los usuarios?

KEYWORDS

museology ■
contingency ■
strategies ■
digitality ■

ABSTRACT

Mexico City is currently listed among the cities with the most museums in the world. During the COVID-19 sanitary contingency period, the closure of these was imminent. How can a museum remain active after an event of this magnitude? What happens with its contents as a museum transfers to the digital area? What is the users' response?

Introducción

A consecuencia de la actual contingencia sanitaria que se vive alrededor del mundo, los espacios recreativos y culturales se han visto forzados a cerrar sus puertas y mudar sus contenidos a las plataformas digitales para seguir manteniendo contacto con el público, y cumplir su compromiso de fomentar la cultura. Alumnos y docentes que conforman el Seminario de Creación, Diseño y Gestión de Exposiciones “Patricia Real Fierro” con intereses en la museología, llevan a cabo a través de múltiples entrevistas con expertos en el área educativa y gestión de museos a escala nacional una investigación en la que muestran las estrategias que se han implementado, la respuesta que han tenido de los cibernautas,¹ problemas a los que se enfrentan con la ausencia de un espacio físico y el papel de la digitalidad,² así como las áreas de oportunidad que visualizan en un futuro. Esto da paso a la reflexión del valor de las instituciones culturales en momentos de crisis como la que se vive actualmente.

Antecedentes

Hasta el día 21 de marzo de 2020 la vida en los museos solía transcurrir de manera normal, entre grandes filas para acceder a las exposiciones, interacciones con las obras sin ninguna restricción y actividades con una gran afluencia de personas. Nadie esperaba que el virus SARS-CoV-2 llegara a México tan abruptamente y cambiara el modo de vida de muchas personas, pero sobre todo nadie sabe cuándo habrá un retorno a la normalidad a la cual estábamos acostumbrados.

El 22 de marzo de 2020, a través de un comunicado, la jefa de gobierno de la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum, anunció que para evitar la propagación del covid-19 los bares, teatros, cines, museos, centros culturales y recreativos quedarían cerrados al público, en concordancia con el protocolo de la Jornada Nacional de Sana Distancia. En este contexto, estas entidades culturales buscaron estrategias para migrar sus contenidos a las plataformas digitales para acercarse al público que regularmente los visita, sumar actividades que generalmente se veían

¹ Cibernauta: persona que navega por el ciberespacio, <<https://dle.rae.es/cibernauta>>. Consulta: 23 de septiembre, 2020.

² Digitalidad: “ser digital es una de estas propiedades específicas, pero tan solo representa una posibilidad más entre otras muchas, y viene predeterminada por las reglas y características que definen a los dispositivos informáticos...”. José Alcalá *et al.*, “Museografía de las colecciones intangibles”, en Juan Carlos Rico (coord.), *¿Cómo se cuelga un cuadro virtual? Las exposiciones en la era digital*, Girón, Ediciones Trea, 2009, pp. 101-173.

sólo en exposiciones físicas, y adaptar cursos, charlas, conversatorios, etcétera. Es así como surge la estrategia “contigo en la distancia”.

Las actividades en línea iban desde consultar el acervo de un museo o tener acceso a charlas con curadores, hasta recorrer las salas de una exposición desde la computadora. Este tipo de estrategias resultaron de una planeación institucional que se dio conforme fue avanzando el periodo de contingencia. Con el fin de concentrar todos los contenidos y hacerlos de fácil acceso a los internautas, se creó una página web que alojó todos los contenidos, los catalogó y puso a disposición para cualquiera.

#EnCasa

La Secretaría de Cultura del Gobierno de México, a través de sus diferentes organismos, ofrece “Contigo en la distancia”, estrategia digital en la que se muestra una amplia selección de material cultural, que incluye archivos sonoros, entrevistas, galerías fotográficas, videos, libros, recorridos y otros recursos, con el objetivo de que las personas puedan ejercer su derecho a la cultura desde el hogar. Además, “Contigo en la distancia” es una invitación permanente a los artistas y a la comunidad para que sigan creando desde sus casas, usando su creatividad y talento para transitar la contingencia.³



Captura de pantalla del portal web de la campaña Contigo en la distancia, <<https://contigoenladistancia.cultura.gob.mx/>>.

³ Secretaría de Cultura, “Contigo en la distancia”, <<https://www.gob.mx/cultura/prensa/contigo-en-la-distancia-desde-la-secretaria-de-cultura?state=published>>. Consulta: 5 de julio, 2020.

Con el abanderamiento de esta estrategia varios museos vieron una ventana a través de la cual publicar sus contenidos; así surgió una extensión de sus páginas oficiales con el *hashtag* #EnCasa.

Para poder llevar a cabo esta investigación y tener un acercamiento de primera mano sobre la situación de los museos en el periodo de contingencia, se decidió organizar en tres fases dicho estudio. La primera es teórica, la segunda exploratoria en torno a la labor museológica, y la tercera consiste en el contraste de datos y reflexión sobre la situación que actualmente se vive.

Primera fase (análisis)

Se investigó sobre museos tanto nacionales como internacionales para identificar propuestas de actividades dirigidas a sus usuarios durante el confinamiento por covid-19, y se realizaron lecturas que nos permitieron comprender las problemáticas que enfrentan estas instituciones frente al cierre indefinido. La información se sistematizó para clasificar y visualizar a los museos que estaban trabajando en ello, luego se procedió a la acotación de nuestro universo, delimitando aquellos a escala nacional que contenían suficientes actividades para poder describir la realidad del momento.

La investigación se centró en conocer el contexto social por el que atravesaba el país con el particular énfasis en los espacios recreativos y culturales que cerraron sus puertas al público indefinidamente.

SELECCIÓN DE MUSEOS DE ARTE		
FEDERALES	PRIVADOS	UNIVERSITARIOS
Museo del Palacio de Bellas Artes (MBPA)	Museo Amparo	Galerías Antigua Academia de San Carlos
Museo del Estanquillo	Museo Jumex	Antiguo Colegio de San Ildefonso
Museo Ex-Teresa Arte Actual (XT)	Museo de Arte Contemporáneo de Monterrey (MARCO)	Museo Universitario Arte Contemporáneo (MUAC)
Museo Nacional de Arte (MUNAL)	*Museo Tamayo	Museo del Chopo

Tabla de selección de museos de arte de diferentes administraciones: federales, privados y universitarios.

Tabla de museos seleccionados para investigar.

Segunda fase (práctica)

A partir de la selección de museos se procedió a investigar qué actividades se habían llevado a cabo y hacia qué público iban dirigidas para tener un panorama amplio, porque al indagar en la misión y visión del recinto, algunas actividades no cumplían con lo que se denomina “público meta”. Al ir actualizando la lista de actividades que cada día iban surgiendo, se continuó con la fase indagatoria por medio de entrevistas al personal de los distintos museos seleccionados. Dichas entrevistas se realizaron de forma estructurada con una guía de tópicos para cumplir el objetivo de investigar cómo se llevaron a cabo las estrategias aplicadas para este periodo de contingencia y en qué consistían, además de saber la respuesta de los visitantes en las diferentes plataformas que fueron utilizadas como soporte con esta situación, qué áreas de oportunidad visualizaban para aplicar en un futuro cuando la reapertura pudiera existir, y además si la misión y visión de la institución seguía vigente ante esta virtualidad.⁴

Los museos que colaboraron con esta investigación fueron:

Museo de Arte Contemporáneo (Marco)

Está ubicado en Monterrey, Nuevo León. Presenta exposiciones temporales de arte contemporáneo y brinda herramientas a los espectadores por medio de actividades lúdicas-educativas para todo tipo público. Su acervo se conforma por piezas de arte moderno y contemporáneo.

Pensando en seguir teniendo un museo “activo” a pesar del confinamiento que se vivía, el Marco vio en las plataformas digitales un gran medio para compartir sus contenidos al tener como base su página web, donde se podía explorar las exposiciones que hasta ese momento se encontraban en las salas, con tours virtuales y de realidad aumentada; además de cursos y talleres que se adaptaron a la modalidad en línea. Algo que destacó

durante este periodo fueron las llamadas “charlas con expertos”, en las cuales curadores, museógrafos, historiadores y especialistas en el ambiente artístico y de los museos llevaban a cabo conferencias donde compartían las experiencias de diversos proyectos en los que habían participado. El uso de redes sociales no fue problema, ya que el museo estaba constantemente activo en dichas plataformas para acercarse a su público con dinámicas, compartiendo acervo del museo y también medidas de prevención que el Estado dictaba.

Museo del Palacio de Bellas Artes (MPBA)

Es uno de los recintos más famosos de la Ciudad de México, testigo de importantes acontecimientos artísticos, sociales y políticos; su construcción data del final de mandato de Porfirio Díaz. Desde 1987 fue declarado patrimonio cultural de la humanidad por la UNESCO. Este museo tiene acervo propio de disciplinas como artes plásticas (en los que encontramos 17 obras murales de siete artistas nacionales ejecutadas de 1928 a 1963), danza, teatro, ópera y música. En la actualidad abre sus puertas a exposiciones temporales de artistas renombrados, ofrece conciertos y puestas en escena nacionales e internacionales.

El Museo del Palacio de Bellas Artes se concentró en desarrollar un protocolo de apertura y atención de visitantes bajo las medidas sanitarias dictadas por la Secretaría de Salud para los espacios públicos, en conjunto con otros recintos de la Red de Museos del Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura (INBAL) y por la Coordinación Nacional de Artes Visuales. En palabras de Cecilia Reyes, subdirectora de Mediación y Programas Públicos del recinto, “la presencia física dentro del museo es una experiencia en sí misma, es por ello que esta reapertura se acompañó con una campaña de difusión a través de diferentes medios: redes sociales, televisión y radio”.

La virtualidad para el MPBA significó una oportunidad para fortalecer su acervo permanente y un ejercicio de reflexión sobre las narrativas actuales para transformarlas en nuevos diálogos que deben adaptarse al contexto actual.

Museo del Estanquillo

Fundado en el año 2006, su nombre proviene de pequeños locales comerciales que ofrecían gran variedad de baratijas a sus compradores. Este museo exhibe archivos

⁴ La virtualidad se puede entender desde un nivel analógico y se refiere a cómo el ser humano a partir de la visualización mental puede hacer una inmersión en un mundo no real, pero con referentes del existente. Así como sucede al momento de leer un libro mediante su narrativa, ocurre dentro de los entornos informáticos, donde se accede mediante dispositivos electrónicos. (Traducción: Estefannie Salgado.) Brian Nelson y Benjamin Erlandson, *Design for Learning in Virtual Worlds*, Nueva York, Routledge, 2012, pp. 3-17.

que formaron parte de la colección de Carlos Monsiváis, conformada por documentos, pinturas, fotos, dibujos, caricaturas, grabados y más. En conjunto suman alrededor de 20 mil piezas que registran distintas perspectivas del contexto político, cultural y social en México a lo largo de su historia.

Al estar ligado a un órgano gubernamental el control de los contenidos que se publican en la página web implica sortear muchos filtros; la capacidad de los servidores y el límite presupuestal fueron algunos de los problemas que se encontraron, y que limitaban el estar constantemente activos. Como alternativa, las redes sociales fueron una gran herramienta para brindarle al público los contenidos que se fueron creando durante este periodo, espacios alternativos que se crearon para hacer más ágil el subir contenidos. @comunidadestanzquillo tenía como misión (al principio) sólo subir evidencias del trabajo de los talleristas y de las líneas de acción que lleva el proyecto educativo, aunque en el camino hubo alianzas con plataformas como Google Arts & Culture.

Museo ex Teresa Arte Actual (XT)

Ubicado en la Ciudad de México, tiene un acervo formado por bibliografía y el registro de las piezas que se han realizado/presentado en el recinto en los últimos 26 años. Difunde exposiciones de arte contemporáneo nacional e internacional, que incluye performance, arte sonoro, instalación y demás exploraciones de medios actuales.

Ante la contingencia, el XT desarrolló una programación adecuada a las redes sociales, que ofreció contenidos digitales creados a partir de sus exposiciones, así como actividades cuyo objetivo fue la participación del público. Tal fue el caso de *Ecós Cotidianos: Escuchar en Pausa*, en donde identificaron a un nicho ávido por hacer y crear, y no únicamente para recibir contenido.

Las colaboraciones que el museo ha consolidado en esta etapa de confinamiento es otro aspecto importante de destacar, pues han sido con otros espacios institucionales, radios digitales como Radio Nopal, Resistencia Modulada y Grafofonía, un colectivo ligado a la música experimental y arte sonoro. Estas vinculaciones han permitido explorar la difusión del contenido de XT en diferentes formatos como la radio y acceder a otros espacios que han permitido poder llegar a nuevos públicos afines del arte contemporáneo no objetual.

Galerías de la Antigua Academia de San Carlos

La Academia de San Carlos al ser una sede del de la Facultad de Artes y Diseño (FAD) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Ha trabajado diferentes proyectos para poder ofrecer desde su página de Internet distintas opciones para dar a conocer sus exposiciones desde el 2014. Sin embargo fue hasta la exposición *El Grabador Mayor. Legado de Jerónimo Antonio Gil* en 2015 que fue posible tener un recorrido 360° de las Antiguas Galerías, donde se montó la exposición. A cinco años de su exhibición, esto permite recorrer el montaje y las piezas que formaron parte. Con las distintas exposiciones que se han realizado desde 2014, se ha procurado contar con un registro a manera de línea del tiempo que permite al usuario revisar las muestras generadas, y contar tanto con imágenes como con catálogos.

En el periodo de contingencia por el covid-19 se inauguró la exposición virtual *Tesoros Redescubiertos*, que se propuso sacar a la luz por primera vez conjuntos que ostentan valores estéticos de excelencia y aportan datos fundamentales para la historia y el coleccionismo académicos. Distintas muestras se han realizado con el fin de brindar a la comunidad un espacio de exhibición del trabajo de alumnos y académicos, así como el acervo que salvaguarda la FAD.

Con el cierre de las distintas sedes, el espacio virtual ha ofrecido una buena posibilidad para continuar con los ejes rectores de la universidad y apoyar a dar continuidad a los distintos proyectos de la comunidad. Sin embargo, aún se está en la búsqueda de mejores y nuevas posibilidades de creación museológica.

Museo Jumex

Este recinto es una de las plataformas de la Fundación Jumex. Sólo expone arte contemporáneo, y genera acercamientos con el usuario a través de programas públicos, que incluyen charlas con los curadores, recorridos y activaciones de piezas que así lo requieren. Como institución se interesa en la producción de arte actual con una perspectiva crítica.

El Museo Jumex desarrolló su estrategia museológica de manera integral con todas las áreas activas del museo: curaduría, educación, mediación y comunicación para desarrollar el proyecto “Museo en Casa”, su programación es lo más cercano posible a la que existía antes de la pandemia. El portal principal es su página web.

Esta estructuración desde la página de Internet permite al usuario encontrar las ofertas del museo en un solo lugar y de manera ordenada. Es importante mencionar que cada actividad posee su micrositio con contenidos transmedia; a su vez sostienen las redes sociales como canal de difusión inmediato y para desarrollar actividades participativas. Jumex utiliza la mayoría de las plataformas digitales: Facebook, Twitter, Instagram, Vimeo y Zoom, y cada una tiene asignada una actividad específica (talleres, conversatorios, exposiciones de artistas, etcétera) a partir del monitoreo de redes. Esto ha dado como resultado considerar realizar proyectos basados en plataformas digitales aun después de la pandemia.

Antiguo Colegio de San Ildefonso

Ubicado en un edificio que data del año 1583 de arquitectura barroca, cuenta con un acervo formado principalmente por murales de Diego Rivera, Jean Charlot, Fernando Leal, David Alfaro Siqueiros, Ramón Alva, Fermín Revueltas y José Clemente Orozco. Actualmente presenta exposiciones temporales de pintura, escultura, etcétera, de artistas nacionales e internacionales.

En su página web desarrolló el micrositio “San Ildefonso desde casa”, en el que publica diversos contenidos y actividades culturales, pedagógicas e históricas del edificio, además de utilizar las diversas redes sociales para realizar talleres. También están disponibles recorridos virtuales, el acervo arquitectónico y mural, algunas visitas virtuales de exposiciones temporales recientes y pasadas.

Actualmente se está enfocando en la reapertura, que busca estar apegado a las indicaciones establecidas por el Gobierno Federal, además de las instituciones que conforman su mandato tripartita: el Gobierno de la Ciudad, la Universidad Nacional Autónoma de México y la Secretaría de Cultura del Gobierno Federal, por lo que el protocolo sanitario se somete a la evaluación de estas instituciones.

Museo Tamayo Arte Contemporáneo

Está dedicado al artista mexicano Rufino Tamayo y se ubica en Chapultepec, Ciudad de México. Presenta exposiciones temporales de arte contemporáneo internacional, además se dedica a la investigación e invita a los espectadores a observar desde una perspectiva

crítica las piezas su acervo, que está conformado por piezas de arte moderno y contemporáneo.

#ElTamayoEnCasa fue el micrositio que sirvió como extensión de la página web oficial; ahí se hicieron revisiones a la colección del museo, publicación de exposiciones actuales e históricas, y actividades que forman parte del programa público. Al momento de crear el micrositio se tuvieron que revisar los contenidos, textos, y ver la línea editorial-curatorial que llevaba la institución. El uso de redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram no ha cambiado, pues actualmente se siguen usando como medio de difusión y no como un medio de interacción entre el museo y sus visitantes; aun así, abre la posibilidad de diseñar dinámicas y contenido específicas para redes sociales. En palabras del curador asociado Andrés Valtierra, “¿Cuál sería la relevancia y las implicaciones que tendría el museo para acercarse a su público por medio de las redes sociales? Y también, ¿qué tan necesario o relevante es estar posteando o activo en estas plataformas? Creo que se deben de cuidar los contenidos que se suben a las distintas plataformas digitales y ser exclusivos o pensados para existir en esos medios”.

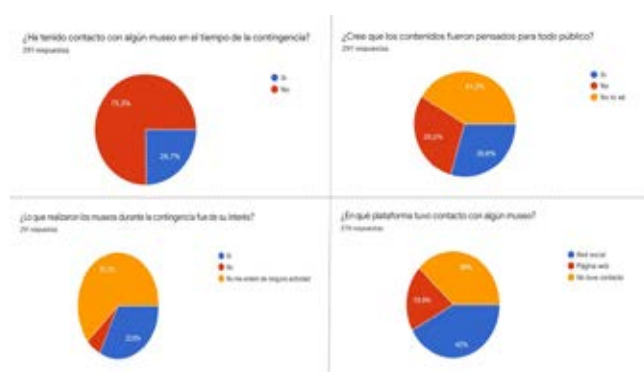
Tercera fase

Tras realizar estas entrevistas se consideró que era importante conocer también el punto de vista del potencial público y sus contenidos digitales. Esto se llevó a cabo por medio de una encuesta cerrada en la que se preguntaba si habían tenido algún acercamiento con un museo durante el periodo de contingencia, de ser afirmativa la respuesta, saber con cuál, además de indagar si las actividades en las que había participado habían sido de su interés y si percibía que hubieran sido planeadas para todo tipo de público. Asimismo, ver bajo qué plataformas los usuarios activos habían sido partícipes: redes sociales o la página web del museo.

Los resultados arrojaron que 75 por ciento de nuestros encuestados (de un universo de 290 participantes) no tuvo contacto con las actividades implementadas por los museos durante este periodo. Los que sí mantuvieron contacto demostraron que las actividades generadas no fueron pensadas para todo tipo de público, aunque algunas sí fueron de su interés. Por otra parte,

las redes sociales siguen siendo el medio de más fácil acceso para conocer lo que el museo brinda, mientras que las páginas web se limitan mucho a la promoción, además de que los medios tecnológicos para poder tener acceso a ellas debían ser óptimos y no todo público tiene la disponibilidad de ellos.

Es evidente dentro de la encuesta que muchos museos no tuvieron la preocupación por llegar a nuevos públicos, sino de mantener los que ya tenían. De igual manera se señala que a través de redes sociales fue mucho más fácil informar sobre las novedades que surgían durante este periodo.



Resultados de las encuestas realizadas al público en general.

Conclusiones

La presente investigación permitió reflexionar, a través de esta selección de museos de arte mexicanos, sobre los complejos procesos que implica desarrollar estrategias desde la virtualidad para mantener la vinculación con los visitantes, en un contexto de premura hacia el confinamiento que ocasionó la pandemia del covid-19. Con esto, queremos resaltar que los recintos cuyas exposiciones se planifican con detallada calendarización y años de antelación se vieron forzados a realizar modificaciones contundentes en sus gestiones y ejecutarlas sobre la marcha desde sus posibilidades dentro del espacio virtual. Puntualizamos las que categorizamos más relevantes.

Enfoque de público. Consideramos que las estrategias vinculatorias de los museos hacia los visitantes, talleres, conversatorios, cursos, recursos digitales, exposiciones virtuales, recorridos 3D, etcétera, se ejecutaron pensando principalmente en su público cautivo. Eso

nos lleva a considerar que el espacio cibernético no es un medio de difusión instantáneo y sin límites, sino que se requiere crear estrategias para alcanzar a esos nuevos visitantes que atiendan su comportamiento digital y virtual y, sobre todo, entrar en la competitividad informativa que existe.

Limitantes institucionales. Reconocemos como equipo de investigación que cada museo acciona de manera distinta, tanto en cuestiones administrativas como en los procedimientos de sus áreas directas al diseño de exposiciones: curaduría, museografía, comisarías, archivo, conservación, mediación, difusión, etcétera. Adicional a esto identificamos que existen otros procedimientos institucionales como protocolos aprobatorios a los que se somete a estas instituciones, en su mayoría las que son dependientes gubernamentales, para el contenido de sus portales web y redes sociales, lo que puede significar un entorpecimiento a la inmediatez comunicativa que exigen los usuarios de esta era digital. Según lo observado como investigadores-visitantes de sus ciberespacios, algunos de estos recintos se han concentrado en utilizar las redes sociales como plataforma principal para la difusión de sus contenidos, cuestión que complejiza la organización de la información, ya que no precisamente están diseñadas con ese objetivo. De igual manera, se muestra poca concordancia entre el tipo de información encontrada en sus plataformas, siendo las páginas web las menos actualizadas.

Uso conceptual de lo digital y lo virtual. En nuestro seguimiento de las diversas actividades y contenidos ofrecidos por la muestra de museos, verificamos el uso inadecuado de los conceptos "digital" y "virtual". Esto puede suponer inconvenientes dentro de la planificación de las futuras exposiciones en materia de experiencias de usuario, ya que cada modalidad tiene distintas características, implicaciones y alcances propios. No es lo mismo desarrollar una exposición digital que complementa a una exposición física dentro del museo, cuyo objetivo es la difusión, a una exposición virtual que contiene sus propias narrativas y discursos atendiendo a los usuarios dentro de una forma de cultura cibernética.⁵

⁵ EVE Museos e innovación, "Exposiciones virtuales para la difusión patrimonial", <<https://evemuseografia.com/2018/08/17/exposiciones-virtuales-para-la-difusion-patrimonial/>>. Consulta: 17 de septiembre, 2020.

Énfasis en sus colecciones. Como pudimos percibir en las entrevistas, muchos de los museos recurrieron a sus acervos para transformar su agenda de contenidos hacia las modalidades digital y virtual, lo que aseguramos es una oportunidad para crear nuevas narrativas y estrategias museológicas a partir de novedosos enfoques investigativos hacia una cultura virtual.

Fortalecimiento de las estrategias tecnológicas. Esto tiene una base fundamental en el conocimiento de la cultura virtual y en los estudios de los públicos en medios virtuales y digitales, ya que para ser un usuario de este tipo se requiere que la persona esté familiarizada con el uso de ese entorno,⁶ además del reconocimiento de los recursos que dispone cada museo. Con esto no sugerimos que a mayor uso de la vanguardia tecnológica sea más alta la respuesta del público, sino más bien la planificación en concordancia con la realidad. Es importante también acotar la necesidad de invertir para un nuevo rubro virtual, desde un sistema de datos hasta la paga de publicidad en redes sociales.

Por último, invitamos a la reflexión sobre la descentralización del espacio físico del museo, puesto que la realidad inmediata nos dicta que en este momento no podemos acudir a los espacios públicos si no es en un aforo menor al 30 % de su capacidad, tal como nos indican las autoridades de salud competentes en México, por tratarse de una medida importante para el control de la propagación del covid-19.

Algunos museos han logrado llevar a cabo su reapertura, pero no podemos asegurar que el usuario se sienta seguro para asistir a estos espacios por temor al contagio, no precisamente dentro del recinto sino también durante su traslado. Por este motivo, los museos como entidades de relevancia actual deben asumir este comportamiento híbrido, tanto físico como virtual y digital para asegurar la participación de sus visitantes dentro de sus actividades y justificar su compromiso educativo en la sociedad.⁷ Esto conlleva a generar nuevos procesos no menos complejos a los que antes enfrentaban, pero en esta ocasión problematizando desde un espacio intangible donde no necesariamente pueden ver a sus visitantes ▽

⁶José Alcalá et al., *op. cit.*, pp. 101-173.

⁷Eve Museos e Innovación, "COVID-19: museos y consecuencias de la pandemia", <<https://evemuseografia.com/2020/05/27/covid-10-museos-y-consecuencias-de-la-pandemia/>>. Consulta: 17 de septiembre, 2020.

BIBLIOGRAFIA Y HEMEROGRAFIA

- ALCALÁ, José *et al.*, "Museografía de las colecciones intangibles" en Juan Carlos Rico (coord.) *¿Cómo se cuelga un cuadro virtual? Las exposiciones en la era digital*, Girón, Ediciones Trea, 2009, pp 101-173.
- Antigua Academia de San Carlos, Facebook, <<https://www.facebook.com/AcademiaDeSanCarlos>>. Consulta: 15 de mayo, 2020.
- _____, "Antigua Academia de San Carlos", <<http://academiasancarlos.unam.mx/>>. Consulta: 13 de mayo, 2020.
- _____, "Instagram", <<https://www.instagram.com/academiasancarlos/>>. Consulta: 15 de mayo, 2020
- _____, "Twitter", <https://twitter.com/AASC_UNAM>. Consulta: 15 de mayo, 2020.
- Antiguo Colegio de San Ildefonso, "Facebook", <<https://www.facebook.com/ColegioSanIldefonso>>. Consulta: 12 de mayo, 2020.
- _____, "Instagram", <<https://www.instagram.com/sanildefonsomx/>>. Consulta: 14 de mayo, 2020.
- _____, "San Ildefonso en casa", <<http://www.sanildefonso.org.mx/>>. Consulta: 15 de mayo, 2020.
- _____, "Twitter", <<https://twitter.com/SanIldefonsoMx>>. Consulta: 13 de mayo, 2020.
- EVE Museos e Innovación, "covid-19: museos y consecuencias de la pandemia", <<https://evemuseografia.com/2020/05/27/covid-10-museos-y-consecuencias-de-la-pandemia/>>. Consulta: 17 de septiembre, 2020.
- _____, "Exposiciones virtuales para la difusión patrimonial", <<https://evemuseografia.com/2018/08/17/exposiciones-virtuales-para-la-difusion-patrimonial/>>. Consulta: 17 de septiembre, 2020.
- Fundación Jumex, "Facebook", <<https://www.facebook.com/fundacionjumexartecontemporaneo/>>. Consulta: 18 de abril, 2020.
- _____, "Instagram", <<https://www.instagram.com/museojumex/>>. Consulta: 20 de abril, 2020.
- _____, "Museo en Casa", <<https://www.fundacionjumex.org/es>>. Consulta: 23 de abril, 2020
- _____, "Twitter", <<https://twitter.com/FundacionJumex>>. Consulta: 14 de abril, 2020.
- Museo de Arte Contemporáneo de Monterrey, "Facebook", <<https://www.facebook.com/museomarcomty>>. Consulta: 19 de abril, 2020.
- _____, "Instagram", <<https://www.instagram.com/museomarco/>>. Consulta: 30 de abril, 2020.
- _____, "MARCO en Casa", <<http://www.marco.org.mx/index.pl?i=235>>. Consulta: 16 de abril, 2020.
- _____, "Twitter", <<https://twitter.com/MuseoMARCO>>. Consulta: 20 de abril, 2020.
- Museo del Estanquillo, "Facebook", <<https://www.facebook.com/museodelestanquillo.9>>. Consulta: 23 de marzo, 2020.
- _____, "Museo del Estanquillo", <<https://www.museodelestanquillo.cdmx.gob.mx/>>. Consulta: 16 de marzo, 2020.
- _____, "Instagram", <<https://www.instagram.com/museodelestanquillo/>>. Consulta: 17 de marzo, 2020.
- _____, "Twitter", <https://twitter.com/m_estanquillo>. Consulta: 18 de marzo, 2020.
- Museo del Palacio de Bellas Artes, "Facebook", <<https://www.facebook.com/museodelpalaciodebellasartes>>. Consulta: 12 de mayo, 2020.
- _____, "Museo del Palacio de Bellas Artes", <<http://museopalaciodebellasartes.gob.mx/>>. Consulta: 12 de mayo, 2020.
- _____, "Instagram", <<https://www.instagram.com/mbellasartes/>>. Consulta: 7 de mayo, 2020.
- _____, "Twitter", <<https://twitter.com/mbellasarates>>. Consulta: 28 de abril, 2020.
- Museo Ex Teresa Arte Actual, "Facebook", <<https://www.facebook.com/EXTAA>>. Consulta: 1 de mayo, 2020.
- _____, "Museo Ex Teresa Arte Actual", <<https://inba.gob.mx/recinto/55/ex-teresa-arte-actual>>. Consulta: 12 de abril, 2020.
- _____, "Instagram", <<https://www.instagram.com/exteresa.difusion/>>. Consulta: 3 de mayo, 2020.
- _____, "Twitter", <<https://twitter.com/exteresa>>. Consulta: 9 de mayo, 2020.
- Museo Tamayo, "El Tamayo en Casa", <<https://museotamayo.org/>>. Consulta: 30 de marzo, 2020.
- _____, "Facebook", <<https://www.facebook.com/museotamayo>>. Consulta: 29 de abril, 2020.
- _____, "Instagram", <<https://www.instagram.com/eneltamayo/>>. Consulta: 29 de marzo, 2020.
- _____, "Twitter", <<https://twitter.com/museotamayo>>. Consulta: 12 de abril, 2020.
- NELSON, Brian y Benjamin Erlandson, *Design for Learning in Virtual Worlds*, Nueva York, Routledge, 2012, pp. 3-17.
- Secretaría de Cultura Gobierno de México, "Contigo en la distancia", <<https://contigoenladistancia.cultura.gob.mx/>>. Consulta: 20 de marzo de 2020.

SEMBLANZA DE LOS AUTORES

SEMINARIO DE CREACIÓN, DISEÑO Y GESTIÓN DE EXPOSICIONES “PATRICIA REAL FIERROS” • Adscrito al Programa de Iniciación Temprana a la Investigación, de la División de Investigación en la Facultad de Artes y Diseño, UNAM, en la Licenciatura y Posgrado de Artes Visuales. En colaboración con los estudiantes Estefannie Salgado Ramírez, Amairani Denisse Juárez Galaviz, Cynthia Fuentes López, Jesús Ramírez Vargas. Coordinación académica: Manuel Gerardo Alonso Ulloa, Benjamín J. M. Martínez Castañeda y Gabriela Prieto Soriano.