REVISTA INVECOM



VOLÚMEN 2 NÚMERO 2

2022

ISSN 2739-0063

Museos, redes sociales y pandemia

Museums, social media and the pandemic

Alejandro Terenzani

https://orcid.org/0000-0002-5204-430X

Resumen

En el siguiente trabajo de investigación se analiza el uso que de los medios digitales y las redes sociales hacen algunos grandes museos para mantener el interés y las actividades durante el período de cuarentena mundial surgido a raíz de la pandemia del Coronavirus COVID-19 a finales del año 2019. Para el estudio se han tomado siete grandes museos del mundo, seleccionados por la relevancia de sus colecciones y trascendencia histórica global, así como el ejemplo de Venezuela y sus instituciones museísticas. Se busca hacer una reseña de las redes sociales y sitios de internet que usan, sus alcances y estilos. Si bien no es posible cuantificar de forma precisa estos cambiantes datos, sí es posible tener una visión de la relevancia que esta alternativa comunicacional ofrece a los museos para no perder vigencia y hacer accesible sus obras a todo el público de hoy.

Palabras clave: museos, redes sociales, internet, Covid-19, pandemia 2020

Recibido: 10-10-21 - Aceptado: 07-01-22

Abstract

The following research work analyzes the use of digital media and social networks by some major museums to maintain interest and activities during the global quarantine arising from the COVID-19 Coronavirus pandemic at the end of 2019. Seven major museums of the world, selected for the relevance of their collections and global historical significance, as well as the example of Venezuela and its museum institutions, have been taken for the study. The aim is to provide an overview of the social networks and websites they use, their scope, and their styles. Although it is not possible to quantify precisely these changing data, it is possible to have a vision of the relevance that this communicational alternative offers to museums in order not to lose relevance and make their works accessible to the public today.

Keywords: museums, social networks, internet, Covid-19, pandemic 2020.

Introducción

En la primera quincena de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) dictaminó que el coronavirus aparecido en Wuhan, China, en octubre de 2019, que se estaba regando por el mundo, era una amenaza real para toda la humanidad. Por eso declaró como pandemia a la propagación y amplitud del alcance del COVID-19 (1). Desde hace un año, esa condición de pandemia no ha cambiado. El COVID-19 ha cobrado millones de vidas y ha trastocado la forma en que llevamos nuestro día a día.

Entre las actividades que más se ven afectadas están las relacionadas con el entretenimiento. El confinamiento ha limitado la frecuencia a los restaurantes, las idas al cine o al teatro, las visitas a los museos. Esto último con todo y los intentos que se hacen para mantener activas esas instituciones. Los museos del mundo llevan ya tiempo buscando nuevas formas de atraer público, de hacer más interesantes las exhibiciones, y han incorporado las redes sociales a sus elementos. Pero ahora con esta pandemia han debido intensificar estas estrategias.

En primer término, los sitios y portales Web de los grandes y famosos museos se han convertido en lugares de entretenimiento virtual. Todos se preocupan ya no solo en mostrar sus obras capitales, sino también en generar paseos, visitas o exposiciones en 3D para mantener el flujo de visitas digitales y paliar, entre otras cosas, la crsis económica (2). Es en esa dirección en la que también se han enfocado las redes sociales que se les relacionan. Páginas en Facebook, publicaciones en Twitter, videos en YouTube, imágenes en Instagram se combinan para tratar de atraer y mantener a un público que por ahora está apartado de estos espacios.

Este trabajo se enfocará, entonces, en estudiar el uso que algunos de los grandes museos

del mundo hace de las redes sociales como medio de comunicación y difusión de sus actividades en línea, así como exposiciones virtuales y muestras específicas. La crisis económica que los cierres implican es grave, y se están intentando nuevas maneras de buscar recursos para mantener esas instituciones. Pero sin duda, es el ciberespacio el medio que hoy está activo con mayor posibilidad de éxito, y renovar esa opción es fundamental. Por lo tanto, es interesante ver qué se está haciendo en esa dirección (3).

La ponencia se enmarca en la línea de investigación desarrollada bajo el concepto de ciberestética (4), que tiene que ver con la estética digital en la comunicación multimedia, que abarca, entre otros aspectos, el uso del ciberespacio y las redes sociales para servir de canal de comunicación y difusión a esta forma de expresión contemporánea. En este caso se combina la aplicación de la tecnología en internet con las redes sociales y las manifestaciones estéticas, tanto museísticas como digitales en la Web. Para ello se tomarán siete grandes museos (el Louvre de París, el British Museum de Londres, la Natonal Gallery de Washington, el Museo del Prado de Madrid, la Galleria degli Uffizi de Florencia, el Hermitage de San Petersburgo y el Metropolitan Museum of Art de Nueva York), y sus portales Web, para revisar sus redes sociales. Estos se eligen por su relevancia y porque tienen destacados portales Web. El número de siete, muy significativo siempre, se toma para no ampliar demasiado la muestra. Asímismo se hará una revisión general de los museos latinoamericanos importantes y sus aportes en este campo. Todo ello enfocado en el tema mediático y de la estética digital, y el uso específico de las redes sociales dentro de la pandemia y confinamiento que el COVID-19 ha traído al mundo.

Redes sociales

Aunque hoy se habla muy fluidamente de "redes sociales" (como antes de medios de comunicación de masas), y pareciera que no hay que definirlas mucho, siempre es bueno tener claro un concepto que tiene tanta importancia hoy en día. Es curioso, pero este no es un concepto surgido en el siglo XXI. La idea original es más antigua; ya en la

sociología, por ejemplo, el concepto de red social se utilizaba para analizar interacciones entre individuos, grupos, organizaciones o hasta sociedades enteras desde el final del siglo XIX (5). En principio, una red social es una estructura formada por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes.

Con la aparición de internet en las últimas décadas, esas relaciones han pasado al mundo virtual. Así, las redes sociales son sitios y aplicaciones que operan en niveles diversos,

como el profesional, el de relación, el de intereses comunes, pero siempre permitiendo el intercambio interactivo de información entre personas y/o empresas. O instituciones, como es el caso de los museos.

Por su parte, en la actualidad se entiende como redes sociales a aquellas comunidades formadas por diferentes usuarios y organizaciones que se relacionan entre sí en plataformas de Internet. Esas redes incluyen espacios como Facebook, Twitter, Google, Linkedin, Instagram o TikTok, en los que se pueden formar grupos y compartir información y elementos multimedia como imágenes o vídeos. Esto, según los intereses de los usuarios (6).

En Internet, las redes sociales han suscitado discusiones como la de falta de privacidad, pero también han servido como medio de convocatoria para manifestaciones públicas en protestas. Estas plataformas crearon, también, una nueva forma de relación entre empresas y clientes, abriendo caminos tanto para la interacción, como para el anuncio de productos o servicios.

Pero durante el perído de cuarentena que empezó en el año 2020, las redes sociales cumplieron nuevos roles. No solo los muy evdidentes de difundir noticias en informaciones sobre la pandemia y todo lo que implica e incluye, sino uno más ligado al entretenimiento: dar a conocer actividades artísticas y culturales que se pueden disfrutar a

distancia. Tal es el caso de los grandes museos.

En este texto se toman siete de los más importantes museos del mundo, por su relevancia, historia, colecciones y número de visitantes, y se estudia cómo han utilizado las redes sociales en este año de confinamiento y pandemia. Se incluye también un análisis de esta misma línea de acción tomada por los museos de Venezuela. El orden en que se describen no responde a nunguna necesaria razón.

Museos, redes sociales y pandemia

Se eligieron siete museos (además de cabalístico, es un número manejable y representativo) para estudiar cómo se han manejado las instituciones museísticas durante este período d confinamiento y pandemia que empezó en marzo de 2020 y para mayo de 2021 lleva ya (con ciertos altibajos en algunos países) 14 meses. El estudio consiste en revisar los sitios Web de cada uno de esos museos, sus redes sociales, el uso que hacen de ellas y las actividades virtuales que conducen.

El Louvre

El Museo de El Louvre, de París, considerado uno de los más importantes y reconocidos del mundo, es vanguardia en el uso de internet para difundir sus actividades. Es el museo nacional más importante de Francia, consagrado tanto a las bellas artes como a la arqueología y las artes decorativas anteriores al período del Impresionismo europeo. Se ubica en el antiguo palacio real del Louvre y se remodeló ampliamente en la década de 1980, y en 1989 se inauguraron sus nuevos espacios, incluyendo la hoy famosa pirámide de cristal, acceso a todos sus espacios. Durante décadas ha sido visitado masivamente (más de 10 millones de personas en 2018, por ejemplo), y promueve actividades y exposiciones de todo tipo (7). Pero desde que la pandemia y el confinamiento se oficializaron en marzo de 2020, ha permanecido casi todo el tiempo cerrado, salvo en verano, que permitió un acceso restringido a sus obras más notables.

Según el portal informativo france24.com, "las visitas al Louvre se desplomaron un 72% en 2020 respecto al año anterior, lo que se tradujo en pérdidas de más de 110 millones de dólares para el museo más visitado del mundo, golpeado por la pandemia y la caída del turismo internacional en París. Cerrado durante seis meses en 2020, el Louvre acogió el año pasado 2,7 millones de visitantes, frente a 9,6 millones en 2019 y 10,2 millones en 2018, cuando marcó un récord absoluto, según cifras publicadas el viernes. Privado de sus turistas extranjeros, especialmente estadounidenses, chinos, japoneses y brasileños, que representan habitualmente el 75% de las entradas, el museo recibió a 84% de franceses durante los periodos de apertura entre confinamientos" (8). Para tratar de contrapesar esta situación sus directivos se las han ingeniado para revitalizar sus espacios en la Web y en las redes sociales.

En el sitio https://www.louvre.fr/es, hay cantidad de opciones de navegación y de educación. Está en varios idiomas y es muy interactivo. En la sección de "visita", por ejemplo, explican el funcionamiento del museo, aun estando este cerrado. En la sección "explora", que es la más interesante, se pueden hacer recorridos virtuales por distintas salas, ver las obras más destacadas, pasear por los jardines y ver videos educativos. Pero además de este portal en la Web, el Louvre tiene seis redes sociales: Facebook (9), Instagram (10), Twitter (11), YouTube (12), Pinterest (13) y LinkedIn (14). En todas ellas promociona e informa de sus actividades. Mantiene al tanto a sus seguidores de lo que sucede y lo que se planifica, y de aquellas acciones en paralelo que hacen que la institución siga funcionando.

El Louvre abrió una extensión en la ciudad de Lens, cerca de la frontera con Bélgica, para exhibir parte de la gran colección que no está visible en el edificio de París. Su sitio Web, https://www.louvrelens.fr/, es menos atractivo, pero trata también de mantener el interés durante esta confinamiento. Sin duda, nuevas visiones han sido incorporadas para adaptarse a esta condición nueva que el mundo enfrenta sin haberlo previsto.

El Museo Británico

No hay duda de que el Museo Británico (The British Museum) es uno de los museos más importantes y visitados del mundo. Ubicado en la ciudad de Londres, Reino Unido, sus colecciones abarcan campos diversos del saber humano, como la historia, la arqueología, la etnografía y el arte. Es decir, no está dedicado solo a las artes, como el Louvre. Fundado en 1753, sobre la base de la colección personal de sir Hans Sloane, importante médico y naturalista, que contaba con unos 80.000 artículos de todo tipo y que este dejó en testamento al estado británico, es considerado como el primer museo nacional fundado como tal en el mundo. Actualmente cuenta con más de 8 millones de objetos de interés, de los cuales hay más de 50.000 en exposición permanente (15).

Desde ese momento en el siglo XVIII no ha dejado de crecer, de remodelarse, cambiar de ubicación y adaptarse a los nuevos tiempos. En el año 2000 se inauguró un nuevo hall de entrada, en su tradicional sede del centro londinense y se rediseñaron algunos espacios para hacer más eficientes las exhibiciones. Contrariamente a lo que se pudiera pensar, no es una institución conservadora o estática, sino que ha sabido adaptarse y lo está haciendo ahora también en este año de cuarentena extensa al que nos ha obligado la pandemia del coronavirus COVID-19. Esto se puede ver muy bien en su portal Web https://www.britishmuseum.org/ muy bien presentado.

Dentro de la línea que están adoptando casi todos los museos del mundo, el British Museum ha activado a su vez sus redes sociales, para mantenerse a tono con lo que esta condición de confinamiento en la que está el mundo obliga. En el sitio Web podemos recorrer salas de manera virtual, ver objetos de las diferentes colecciones y enterarnos de las actividades en línea que están haciendo. También hay una colección de videos de

pasadas exposiciones y un gran archivo referido a los libros que forman parte de su patrimonio.

Para conectarse con su público manejan básicamente seis redes sociales: Facebook (16), Twitter (17), Instagram (18), YouTube (19), Weibo, una red china (en chino), dado que el museo tiene una colección sinóloga importante (20) y un acceso a WeChat, la aplicación china multipropósito que ofrece servicios de mensajería a través de un código QR. Hay mucha más información disponible en el website y sus redes, lo cual constituye un muy interesante ecosistema de comunicación alrededor de todo lo que ofrece el museo. Solo hay que tener en cuenta que está todo en inglés, salvo una red en chino.

El Hermitage

Otra caso notable de uso de la Web es el museo ruso L´Hermitage, ubicado en la ciudad de San Petersburgo. Elegir un museo en Francia y uno en particular, como en el caso de El Louvre, significa dejar sin analizar media docena de otros grandes museos (entre ellos, el Museo D'Orsay y el Centro Pompidou), o en el Reino Unido, con el British Museum, es

dejar por fuera otros tantos (entre los cuales están el Museo Nacional de Arte y Diseño Victoria y Alberto, o la National Gallery, en Londres); pero en Rusia, la elección de El Hermitage parece presentar ninguna duda. No hay otro que se le compare.

El nombre proviene del francés, ermitage, "ermita", el refugio del ermitaño, que era el nombre del Palacio de Invierno de los zares en el siglo XVIII. Hoy es una de las mayores pinacotecas y museos de antigüedades del mundo. La colección del museo ocupa un complejo formado por seis edificios situados a la orilla del río Neva, de una gran belleza, entre los que se encuentran el Palacio Menshikov, el Edificio del Estado Mayor y un recinto para almacenamiento abierto. Su colección, formada por más de tres millones de

piezas, abarca desde antigüedades romanas y griegas, a cuadros y esculturas de la Europea Occidental, arte oriental, piezas arqueológicas, arte ruso, joyas y armas. No hay duda que es de los más notables museos del mundo (21).

Por supuesto, como todos los grandes, este museo tiene un portal Web dinámico y completo, con opciones en inglés y ruso, y visitas virtuales, noticias, espacios de información y búsqueda, publicaciones y otros servicios. Hay más de 1200 tours panorámicos a las distintas salas, espacios, exposiciones y galerías. Se visita en https://www.hermitagemuseum.org/. Por supuesto, en este momento está casi totalmente cerrado por la pandemia del COVID-19, y se mantiene activo gracias a las redes sociales. Por supuesto, están en VK, la red social rusa creada por Pável Dúrov (22): https://vk.com/hermitage_museum. En OK.RU, otra red rusa, en ruso: https://ok.ru/hermitagemuseum/. También en Facebook (23); en Twitter (24); Instagram (25). Igualmente tiene una cuenta en YouTube que está en ruso (26) y en Telegram (27) Como consecuencia de los tiempos, se las han ingeniado para seguir en contacto con el público gracias a la tecnología.

La Galería Nacional de Arte en Washington

La Galería Nacional de Arte (en inglés, National Gallery of Art; abreviado, NGA) es uno de los museos de arte más importantes de los Estados Unidos y que se encuentra en el National Mall de Washington D. C., la capital de ese país. Fundado en 1937, está hoy dividido en tres partes: el Ala Oeste, construida en 1941 de estilo Neoclásico, expone una gran colección de pinturas y esculturas de maestros europeos, la cual abarca obras desde la época medieval hasta el siglo XIX; el Ala Este, inaugurada en 1978, dedicada al arte moderno del siglo XX y el Jardín de esculturas (28).

A pesar de su relativa juventud, ha logrado sumar una gran cantidad de obras y artistas, que incluye el único cuadro de Leonardo Da Vinci que se exhibe en América, y gran cantidad de trabajos de artistas estadounidenses. Del siglo XX muestra obras de Picasso,

Miró, Matisse y otros reconocidos modernistas, además de muestras de Pollock, Warhol, Liechtenstein y estadounidenses contemporáneos. El Ala este, que fue diseñada por el arquitecto Ieoh Ming Pei, incluye un móvil de Alexander Calder, que es el más grande que él haya realizado.

Como todos los grandes museos, durante esta pandemia de COVID-19 se ha visto grandemente afectado en su funcionamiento. Ha permanecido muchos meses cerrado, o parcialmente abierto (el único espacio que ha tenido pocas restricciones es el Jardín de esculturas, por ser abierto y al aire libre), y las visitas han bajado como consecuencia de la cuarentena. Y como en los demás casos, las redes sociales y la Web son las estrategias que están usado para mantener el interés y difundir sus colecciones.

El portal oficial es https://www.nga.gov/, y está pensado más como sitio de referencia y búsqueda que de visita, aunque tiene algunos videos con recorridos y referencias. Las redes sociales asociadas son: Twitter (29), Instagram (30), Facebook (31), Pinterest (32) y YouTube (33), todas con miles de seguidores. Se espera que en el verano puedan abrir de nuevo algunas salas, pero mientras tanto, queda la Web para ver sus piezas.

El Prado

El Museo Nacional del Prado, en Madrid, España, es sin duda uno de los más relevantes del mundo, así como uno de los más visitados. Está considerada la institución cultural más importante de España, siendo su colección de arte europeo de entre los siglos XV y XIX de las más notables del globo. Tiene alrededor de 35.000 piezas artísticas, entre cuadros, pinturas, cerámicas, telas esculturas, grabados, fotografías y otros objetos, como armas, medallas, monedas, libros y mapas (34).

Como en el caso de otros países, en España también hay grandes museos en otras ciudades importantes, incluyendo Madrid (El Reina Sofía, El Guggenheim de Bilbao, El

Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona), pero es innegable que El Prado descolla por su tradición, sus piezas y su ubicación, además de por sus colecciones, obviamente. Se inauguró en 1819, por lo que ya tiene más de 200 años, y lo curioso es que no es un museo "enciclopédico" al estilo del Museo del Louvre, el Hermitage, el Metropolitan, la National Gallery de Londres, que muestran obras de prácticamente todas las escuelas y épocas, sino que su colección está con formada esencialmente por donaciones de unos pocos reyes y nobles aficionados al arte, donde muchas obras fueron creadas por encargo y luego entregadas para su resguardo y exhibición. En el último año de visitas a tiempo completo, antes de la pandemia (en 2019) se calculó que más de 3 millones de personas pasearon por sus salas. Por supuesto que en 2020 con la cuarentena el museo estuvo cerrado durante varios períodos, y este año aún sigue funcionando a medias.

Para mantener el interés, El Prado, como todos los grandes museos, tiene activo su portal en la Web, muy bien presentado, completo y dinámico, con contenidos atractivos y buena información. La dirección es: https://www.museodelprado.es/. Las redes sociales cumplen un muy buen papel de difusión y conexión con la gente que sigue interesada en conocer sobre todo su catálogo. Son estas: Facebook (35); Twitter (36); Instagram (37); Pinterest (38); YouTube (39); además de Spotify y de i-tunes, para las que hay que tener una cuenta. Inclusive hay aplicaciones (apps) para teléfonos, que están en https://www.museodelprado.es/apps/apps-oficiales-del-museo-del-prado. Todo también en el entramado a tono con estos tiempos de encierro producido por el coronavirus COVID-19.

Galería Uffizi

La "galería de las oficinas" (o de los oficios), Galleria degli Uffizi, en italiano, ubicada en Florencia, Italia, es tal vez el más notable museo de Italia. Al igual que sucede en otros países, donde hay gran cantidad de muesos, también en Roma, Milán, Nápoles, Turín o Venecia, hay galerías y sitios de exposición muy relevantes, pero es difícil pensar en otro lugar más notable como acopio del arte en la península que la Galería Uffizi.

Contiene una de las más antiguas y famosas colecciones de arte del mundo, que abarca desde la antigüedad hasta la modernidad. Recibe anualmente más de dos millones y medio de visitantes, pero en 2020 tuvo que permanecer cerrada en algunos períodos, por el problema con la pandemia de COVID-19. De hecho, aun en este lapso de 2021, permanece clausurada al público (40).

La construcción del palacio fue comenzada en 1560 por Giorgio Vasari, por mandato de Cosme I de Médici. Su finalidad inicial era albergar las oficinas de las magistraturas florentinas, porque quedó pequeño el Palazzo Vecchio; de esta función deriva su nombre de "Galería de las Oficinas". Las obras terminaron en 1581. Durante años sirvió también de espacio para que colocaran las obras de arte que los Médici y otras familias importantes de Florencia compraban o encargaban, mismas que se mostraban a quienes solicitaban mirarlas. En 1765 se abrió oficialmente al público, siendo uno de los primeros museos con la concepción moderna de su exhibición. Hoy la colección de arte de los Uffizi es muy amplia, con decenas de obras no expuestas por falta de espacio. La exposición se distribuye a lo largo de dos pisos del palacio, ordenada cronológicamente, comenzando su recorrido por el segundo piso. Tiene esculturas, pinturas, objetos decorativos, piezas arqueológicas y materiales gráficos de todo tipo (41).

Se destacan es su colección obras maestras de Giotto, Botticelli, Cimabué, Uccello, Leonardo, Veronese, Rafael, Tiziano, Michelangelo, Rembrandt, Rubens, Caravaggio, entre tantos otros. Para mantener activo al público y accesibles sus obras, tienen un

completo sitio Web oficial, https://www.uffizi.it/ en varios idiomas, y uno no oficial muy bueno también, https://www.virtualuffizi.com/es/, en español en este caso. Naturalmente, tiene a disposición varias redes sociales, que hacen de esta galería un centro activo en internet.

Están en Instagram (42); en Facebook (43); en Twitter (44); en TikTok (45); y en YouTube (46) con material siempre muy interesante. Esta galería ha logrado un enfoque muy educativo en sus redes sociales.

El MET

El Museo Metropolitano de Arte (en inglés: Metropolitan Museum of Art o simplemente Met) es uno de los museos de arte más destacados del mundo. Está situado en el distrito de Manhattan, en la ciudad de Nueva York, y abrió sus puertas en 1872. Es una institución de tipo generalista, porque su colección, de más de dos millones de obras de arte de todo el mundo, abarca desde tesoros de la antigüedad clásica (representada en sus galerías de Grecia y Chipre, por ejemplo), hasta pinturas y esculturas de casi todos los maestros de Europa, además de una gran colección de obras estadounidenses. Se exponen obras maestras de Rafael, Tiziano, el Greco, Rembrandt, Velázquez, Picasso, Pollock, Braque y muchos otros, además de piezas de arte egipcio, africano, asiático, de Oceanía, Oriente Medio, bizantino e islámico.

En 1937, el Museum of Costume Art se unió al Met y se convirtió en el Costume Institute (Instituto del vestido), como parte del mismo. Hoy en día, su colección posee más de 8000 trajes y accesorios. No se mantiene una exhibición permanente, porque son objetos frágiles, por lo que cada año se llevan a cabo dos muestras diferentes utilizando la colección y cada muestra se centra en un diseñador o tema determinado. También tiene un departamento con gran cantidad de dibujos y pinturas, que se centra específicamente en obras norteamericanas y de Europa occidental producidas después de la Edad Media (47).

Adicionalmente el MET cuenta con una biblioteca que tiene varias secciones, que incluyen no solo libros sobre arte, sino catálogos, cartas, documentos, revistas e impresos valiosos.

También atesora instrumentos musicales provenientes de todo el mundo, de diferentes épocas. Estos han sido incluidos en la colección no solo por motivos estéticos, sino también porque reflejan aspectos técnicos y sociales de sus culturas de origen. Finalmente está la colección de fotografías, con más de 20 000 fotos en total, centrada en otras cinco colecciones principales (48).

Para el año 2017 se estimó que recibían anualmente más de 7 millones de visitantes, de todas partes del mundo. Pero naturalmente, esta cantidad bajó drásticamente en 2020 por la pandemia declarada mundialmente por el coronavirus COVID-19. Ciertamente el museo no cerró permanentemente, pero sus muestras bajaron al mínimo. No obstante, su actividad se ha mantenido en el ciberespacio. Su sitio Web https://www.metmuseum.org/ está muy bien diseñado, con diferentes opciones y acceso a mucha información. Por supuesto siguen promocionando sus colecciones. De todas formas, estiman que abrirán salas a lo largo de este 2021, con limitaciones.

Naturalmente tienen varias redes sociales entre sus opciones: en Facebook (49); en Twitter (50); en Pinterest (51); en Instagram, (52); y el canal de YouTube (53). Todos estos espacios muy consistentes y a tono con las exigencias de esta época.

Los museos venezolanos

Como último análisis en este trabajo se hace una muy breve investigación sobre el uso de las redes sociales por parte de los museos públicos que operan en Venezuela, donde existe una institución, la Fundación Museos Nacionales, que es el órgano nacional especializado en materia museológica y museística, responsable de la gestión y conceptualización del diseño de la Política Nacional de Museos del país. Si bien cada museo tiene su propia gestión, este ente sirve de regulador para dar coherencia al trabajo de cada uno de ellos, bajo una misma línea política e ideológica. La Fundación Museos Nacionales (FMN), forma parte del Viceministerio de Identidad y Diversidad Cultural del Ministerio del Poder Popular para la Cultura. Tiene por objetivo crear los

instrumentos idóneos para el desarrollo del sector museístico venezolano (54). Si bien el concepto unitario es

interesante, su puesta en práctica no siempre es eficiente ni conveniente. En este momento en que la situación del país es muy complicada, la actividad de los museos y su mantenimiento se ha visto muy comprometida. Sin embargo, se mantiene activo el portal Web que aglutina todos los sitios en internet de cada institución museística.

Como parte del trabajo de difusión, la FMN tiene enlaces con las redes sociales que ayudan a establecer contacto con los usuarios. Aunque no haya muchas respuestas y las acciones sean limitadas, la intención es válida. Según el mismo sitio, www.fmn.gob.ve, la colección total de todos los museos tiene un registro de más de 25.000 obras de arte, dividida por ejes temáticos, en los que se incluyen piezas interesantes del arte universal. Maestros latinoamericanos, norteamericanos y europeos, pertenecientes a diversos movimientos artísticos, están allí presentes. Varias de estas piezas pueden apreciarse en los 15 museos ahí ubicados en el sitio Web. Las redes sociales que usan son: Facebook (55), Twitter (56), la cuenta en YouTube está inactiva, así como la de Instagram, pero pueden verse otros enlaces en https://www.fmn.gob.ve/enlaces. Dentro de todo, es una forma de mantenerse en el ciberespacio, dentro de esta cuarentena mundial.

Conclusiones

No hay duda de que la vida en el mundo cambió desde que a finales de 2019 se descubrió la presencia y difusión de virus Sars 2 Covid-19, y que en todas partes se sintieron sus efectos no más empezado el año 2020. La pandemia obligó a confinamientos cada vez más fuertes y aunque no en todo el mundo fueron radicales, una gran parte del globo se vio obligada a cambiar sus costumbres y usos. Uno de ellos fue salir y visitar museos.

Por su parte, los museos del mundo se vieron obligados, en su mayoría, a mantenerse

cerrado. Esto, por supuesto, nada bueno significó para sus actividades, recursos e ingresos. Por lo tanto se las tuvieron que ingeniar y reinventarse. Es aquí donde surgen los nuevos medios y las redes sociales. Si bien ya casi todas las instituciones museísticas tenían portales, sitios Web y redes sociales, desde principios de 2020 éstas se hicieron fundamentales. Gracias al uso inteligente y novedoso de estos recursos, hoy, aún a pesar

del confinamiento y la pandemia, podemos tener accesos las grandes colecciones de todo tipo de arte que estos museos albergan.

En este trabajo se ha estudiado el uso de estas redes sociales y de los sitios Web por internet de siete de los más grandes y notables museos del mundo (una muestra que por reducida no deja de ser significativa, considerando la relevancia de estos y de sus colecciones), y adicionalmente se revisó el caso venezolano. Sin duda, estos meses de cambio han afectado nuestra vida. Pero de alguna manera el arte y sus accesos siguen estando a nuestro alcance, como se puede revisar en esta investigación.

Referencias

(1) https://www.paho.org/es/noticias/11-3-2020-oms-caracteriza-covid-19-como-pandemia

(2) https://www.latercera.com/culto/2021/03/30/el-devastador-efecto-covid-en-los-museos-las-visitas-cayeron-un-77-en-2020/

(3) https://www.thisistherealspain.com/es/actualidad/los-museos-conquistan-las-redes-sociales

(4) https://ciberestetica.blogspot.com/search/label/Ciberest%C3%A9tica

(5) https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/

(6) https://economipedia.com/definiciones/redes-sociales.html

(7) https://es.wikipedia.org/wiki/Museo_del_Louvre

(8) https://www.france24.com/es/tag/museo-del-louvre/

(9) https://www.facebook.com/museedulouvre

(10) https://www.instagram.com/museelouvre/

(11) https://twitter.com/museelouvre

(12) https://www.youtube.com/channel/UCafm6w_rPndqAtokQy04Jdw

(13) https://www.pinterest.fr/museedulouvre/

(14) https://www.linkedin.com/company/musee-du-louvre/?originalSubdomain=fr

(15) https://es.wikipedia.org/wiki/Museo_Brit%C3%A1nico

(16) https://www.facebook.com/britishmuseum

(17) https://twitter.com/britishmuseum

(18) https://www.instagram.com/britishmuseum/

(19) https://www.youtube.com/user/britishmuseum

(20) https://weibo.com/britishmuseumlondon

(21) https://es.wikipedia.org/wiki/Museo_del_Hermitage

(22) https://vk.com/?lang=es

(23) https://www.facebook.com/state.hermitage

(24) https://twitter.com/hermitage_eng

(25) https://www.instagram.com/hermitage_museum/

(26) https://www.youtube.com/channel/UCQkXs-5n3awzvGOSvxRsOzw

(27) https://t.me/hermitage_museum

(28) https://es.wikipedia.org/wiki/Galer%C3%ADa_Nacional_de_Arte

(29) https://twitter.com/ngadc

(30) https://www.instagram.com/ngadc/

(31) https://www.facebook.com/nationalgalleryofart

(32) https://www.pinterest.com/ngadc/_created/

(33) https://www.youtube.com/channel/

(34) https://es.wikipedia.org/wiki/Museo_del_Prado

(35) https://www.facebook.com/museonacionaldelprado?ref=mf

(36) https://twitter.com/Museodelprado

(37) https://www.instagram.com/museoprado/

(38) https://www.pinterest.com/museodelprado/_created/

(39) https://www.youtube.com/channel/UC3jXKn8og2bSmbqLG3B32ow

(40) https://www.virtualuffizi.com/es/visita-virtual.html

(41) https://es.wikipedia.org/wiki/Galer%C3%ADa_Uffizi

(42) https://www.instagram.com/uffizigalleries/

(43) https://www.facebook.com/uffizigalleries/

(44) https://twitter.com/uffizigalleries

(45) https://www.tiktok.com/@uffizigalleries?

(46) https://www.youtube.com/channel/UC9iTjM1LI5k60EhfTwNPO5w/videos

(47) https://es.wikipedia.org/wiki/Museo_Metropolitano_de_Arte

(48) https://www.metmuseum.org/visit/plan-your-visit/met-fifth-avenue/spanish

(49) https://www.facebook.com/metmuseum

(50) https://twitter.com/metmuseum

(51) https://www.pinterest.com/metmuseum/

(52) https://www.instagram.com/metmuseum/

(53) https://www.youtube.com/channel/UCDlz9C2bhSW6dcVn_PO5mYw

(54) www.fmn.gob.ve

(55) https://www.facebook.com/fundacionmuseos/

(56) https://twitter.com/fundacionmuseos/