



La cultura  
es de todos

Mincultura



# MUSEOS

Emprendimiento Cultural  
y Desarrollo Sostenible



Proyecto ganador de la Convocatoria 2020  
“**Diagnóstico de Dinámicas de Sostenibilidad en  
Bienes y Servicios con Contenido Patrimonial**”  
del Programa Nacional de Estímulos

# RESULTADOS DIAGNÓSTICO



Convocatoria 2020 - Economía Naranja:  
“Diagnóstico de dinámicas de sostenibilidad en bienes y servicios con contenido patrimonial”  
Programa Nacional de Estímulos - Ministerio de Cultura

## Museos, emprendimiento cultural y desarrollo sostenible

# RESULTADOS DIAGNÓSTICO

Presentado por:

**Daniela Saldarriaga Roldán**

C.C. 1037604181

Resolución 1240 - Radicado 1855





La cultura  
es de todos

Mincultura

**museos** Emprendimiento Cultural  
y Desarrollo Sostenible



Este documento hace parte de los resultados del proyecto  
**"Museos, emprendimiento cultural y desarrollo sostenible"**  
ganador de la Convocatoria 2020  
*"Diagnóstico de Dinámicas de Sostenibilidad en  
Bienes y Servicios con Contenido Patrimonial"*  
del Capítulo Naranja del Programa Nacional de Estímulos del  
Ministerio de Cultura - Colombia

**Ministra de Cultura**

Carmen Inés Vásquez Camacho

**Viceministro de Creatividad y Economía Naranja**

Pedro Felipe Buitrago Restrepo

**Viceministro de Fomento Regional y Patrimonio**

José Ignacio Argote López

**Interventora Ministerio de Cultura**

Viviana Andrea Suárez Salinas

**Coordinación del proyecto**

Daniela Saldarriaga Roldán

**Investigación**

Daniela Saldarriaga Roldán

Luz Daniela Ortiz Arévalo

Juan Fernando Giraldo

**Realización de fotografías y vídeo**

Daniela Saldarriaga Roldán

Juan Fernando Giraldo

Wilmar Adolfo García Giraldo

Museos pertenecientes a la Red de  
Museos de Antioquia.

**Edición de vídeo**

Juan Fernando Giraldo

**Diseño Gráfico**

Luz Daniela Ortiz Arévalo

**Revisora Fiscal**

Diana Cristina Londoño



# CONTENIDOS

PÁGINA

<b>1</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>		
<b>2</b>	<b>METODOLOGÍA</b>		
<b>3</b>	<b>HERRAMIENTAS DE DIAGNÓSTICO</b>		
<b>4</b>	<b>RESULTADOS</b>		
<b>5</b>	<b>RESULTADOS POR MUSEO</b>		
<b>6</b>	<b>ENCUESTA NIVELES POR ÁREAS</b>		
<b>7</b>	<b>CONCLUSIONES</b>		
<b>8</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>		



# INTRODUCCIÓN

## LOS MUSEOS DE PUEBLO

Hay un problema con el término.

¿Cómo nos referimos a esos pequeños museos cuya lógica fundacional no responde a la lógica de “grandes museos” de ciudad capital?. Lo hemos intentado todo: Museos de Territorio, pero todos los museos responden a un territorio; Museos de Comunidad, pero todos los museos se deben a sus comunidades; Museos de Región, pero las regiones del país son cinco, conformadas por departamentos y éstos a su vez por subregiones; Museos de Subregión, muy estratificado.

Museos Pequeños y establecemos esa unidad de medida y jerarquización como si todos los museos tuviesen que responder a las mismas lógicas, reforzando además la existencia de los “Grandes Museos” que en ocasiones, en el quehacer museológico acaparan gran parte de la atención, enfocando la mirada de la periferia al centro y viceversa, invisibilizado en el camino bidireccional, la génesis y necesidad estos museos de pueblo, que aún no sabemos ni cómo definir.



El museo ha sido en términos muy generales tradicionales y quizás superficiales:

*Una institución: Organismo*

*Sin fines de lucro: pero sin ánimo de pérdida.*

*(¿)Permanente (?)*

*Al servicio de la sociedad y su desarrollo: Idealmente.*

Que:

*Adquiere*

*Conserva*

*Investiga*

*Comunica y expone*

[Si puede y tiene los recursos humanos, materiales y de gestión suficientes].

*El patrimonio material e inmaterial de la Humanidad y su medio ambiente*

*Con fines de educación: si cree y quiere.*

*Estudio: si puede*

*y recreo: si se lo permite.*

Esta ha sido desde hace trece años, la definición propuesta y aprobada por el International Council Of Museums, ICOM, por sus siglas en inglés, durante la 22ª Asamblea General en Viena - Austria, el 24 de agosto de 2007.

Y en 2019 lo intentaron de nuevo (1).

Es cierto que necesitamos redefinir y construir constantemente nuestros procesos, hay funciones básicas que estos museos (que llamaré locales, siendo la única definición que no responde a un centralismo de capital, y que toma al municipio, pueblo, barrio o vereda como centro) que aún necesitan y deben de resolver antes de intentar “responsabilizarlos” o atribuirles las “comprensiones del mundo, con el propósito de contribuir a la dignidad humana y a la justicia social, a la igualdad mundial y al bienestar planetario.”

/1) En enero de 2019, ICOM invitó a miembros de la organización y a otras partes interesadas a participar en la creación de una definición nueva y más actualizada. La junta directiva del ICOM, durante su 139ª sesión celebrada los días 21 y 22 de julio de 2019 en París, escogió una propuesta de definición de museo construida colectivamente, que se sometió a votación para decidir su inclusión o no en los Estatutos del ICOM en sustitución de la definición actual.

La propuesta decía que: “Los museos son espacios democratizadores, inclusivos y polifónicos para el diálogo crítico sobre los pasados y los futuros. Reconociendo y abordando los conflictos y desafíos del presente, custodian artefactos y especímenes para la sociedad, salvaguardan memorias diversas para las generaciones futuras, y garantizan la igualdad de derechos y la igualdad de acceso al patrimonio para todos los pueblos. Los museos no tienen ánimo de lucro. Son participativos y transparentes, y trabajan en colaboración activa con y para diversas comunidades a fin de coleccionar, preservar, investigar, interpretar, exponer, y ampliar las comprensiones del mundo, con el propósito de contribuir a la dignidad humana y a la justicia social, a la igualdad mundial y al bienestar planetario.”

La asamblea general extraordinaria que se reunió el 7 de septiembre de 2019, en Kioto, Japón, decidió posponer la votación sobre la nueva definición de museo. Hay aún mucha discusión por delante. En consecuencia, la definición vigente sigue siendo la de 2007.

<https://icom.museum/es/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>

Si bien es importante apuntar a ello de manera global y colectiva, lo que tiene esta definición de bello, lo tiene de ambicioso, como la frase de E. Galeano:

*"La utopía está en el horizonte... y el horizonte se corre diez pasos más allá. Entonces, ¿para qué sirve la utopía? Para eso, sirve para caminar".*

Quizá el problema de definición es lo que nos ha conducido a esta coyuntura que deseo discutir con ustedes. La vara de medida para estos museos a los que intento referirme siempre estará muy alta, tan alta que apunta comparativa y desafiante, a los procesos de los museos de la ciudad de Medellín, Antioquia, por ejemplo, y estos a su vez aspirando siempre al referente del qué hacer y cómo hacer de la ciudad capital: el Museo Nacional de Colombia. Desde allí se establecen las directrices políticas de la gestión de museos en el ámbito nacional, siempre proyectará la imagen de quién nos da su cobijo, su referente y a la vez, su sombra. Como si todos los museos tuvieran que responder al mismo proceso autopoietico, es decir, a la misma forma de reproducirse y mantenerse a sí mismos.

Un museo responde a un proceso autopoietico cuando es una unidad organizada (institución), con una red de procesos de producción:



transformación y construcción de componentes (bienes culturales, recursos) que a través de sus interacciones continuamente regeneran y realizan una red de procesos y relaciones que los han producido y los constituyen a sí mismos (valores y discursos), como una unidad concreta en el espacio en el que ellos existen (territorio), especificando el dominio de proximidad y conectividad de su realización con la otredad, en una red (función social y servicio público). El espacio definido por un museo autopoietico es autocontenido (singularidad) y no se puede definir mediante el uso de dimensiones que pertenecen a otros espacios.

El problema es que cuando nos referimos a nuestras interacciones con un museo autopoietico específico, proyectamos sobre éste nuestras manipulaciones y descripciones de su génesis. Porque aunque hay factores comunes, son ellos, todos, tan diversos como los colores.

## Museos locales:

La génesis de los museos en el departamento de Antioquia, se relaciona en uno que otro caso, con la génesis de los museos en el mundo:

- Colecciones privadas que fueron objeto de estudio, que pasaron a grandes instituciones de gestión del conocimiento.

- Colecciones de curiosidades, o lujos ostentosos de privilegiados sociales. Obras de maestros que por alguna u otra razón de orgullo, decidimos perpetuar.

- Acumulaciones de elementos, herramientas, hallazgos y usos o nostalgias de otras épocas.

- Estrategias de reconocimiento del pasado como reparación por la historia colonial que siempre nos estuvieron contando.

- Formas de dinamización económica y turística.

- Apropiación de conceptos culturales en torno al patrimonio material e inmaterial.



- Autonomías del territorio.

- Proyectos federales, o de nación.

- Espacios de memoria.

- Iniciativas o instrumentos políticos de afirmación de la identidad, (en singular, no en plural)

- Un vínculo o proyecto de desarrollo social, una creación de élites locales, de autoridades, o de expertos.

Desde la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio, de la Universidad Nacional de Colombia, en algún momento de discusión en clase, con una que otra lectura, visita técnica o experiencia, revoloteaba la frase de que el museo no está acabado: aún quedan opciones para reinventarse día a día y su accionar es infinito. El museo inacabado es la oportunidad de proponer análisis de formas (no modelos de gestión museal y patrimonial) a partir de la idea de movimiento. Por esta idea de vivo, autopoiético, inacabado, de constante transformación, surge este proyecto de “Museos, Emprendimiento Cultural y Desarrollo Sostenible” en la línea “Diagnóstico de Dinámicas de Sostenibilidad en Bienes y Servicios con Contenido Patrimonial” Proyecto ganador de la Convocatoria de Estímulos 2020 del Ministerio de Cultura de Colombia, desde donde analizamos las formas de gestión de once museos pertenecientes a la Red de Museos de Antioquia, de cara a los desafíos de sostenibilidad hacia el futuro.

Daniela Saldarriaga Roldán  
Coordinadora.





La cultura  
es de todos

Mincultura

# Museos





# METODOLOGÍA

- 1. Convocatoria de los museos a diagnosticar:** Durante la fase de diseño del proyecto, se generó una lista tentativa de 15 museos pre seleccionados, bajo criterios de tipología y distribución en el territorio, pertenecientes a la Red de Museos de Antioquia (RMA). Una vez aprobado el proyecto por la convocatoria de Estímulos 2020 del Ministerio de Cultura, se comenzó la ejecución del mismo, con la redacción de una carta de invitación dirigida a los museos, explicando los pormenores y objeto del diagnóstico, anunciando el estímulo de \$400.000 asignado a cada institución participante, acompañado de un formulario de google forms para la aceptación de uso de datos y compromiso de disponibilidad para la realización del estudio.
- 2. Difusión de la convocatoria:** Para seleccionar los museos a diagnosticar, se difundió públicamente la convocatoria, a través del grupo de whatsapp de la Red de Museos de Antioquia y a través del correo electrónico [diagnosticomuseos2020@gmail.com](mailto:diagnosticomuseos2020@gmail.com) utilizando la base de datos de museos de Antioquia registrados en el Sistema de Información de Museos Colombianos (SIMCO). Para ello fue necesario la realización de una imagen tipo logo para caracterizar el proyecto y lograr una identidad gráfica que pudiese ser utilizada en las publicaciones de avance en las redes sociales de Facebook e Instagram, y en los productos finales de la presente investigación.

### **3. Selección de los museos:**

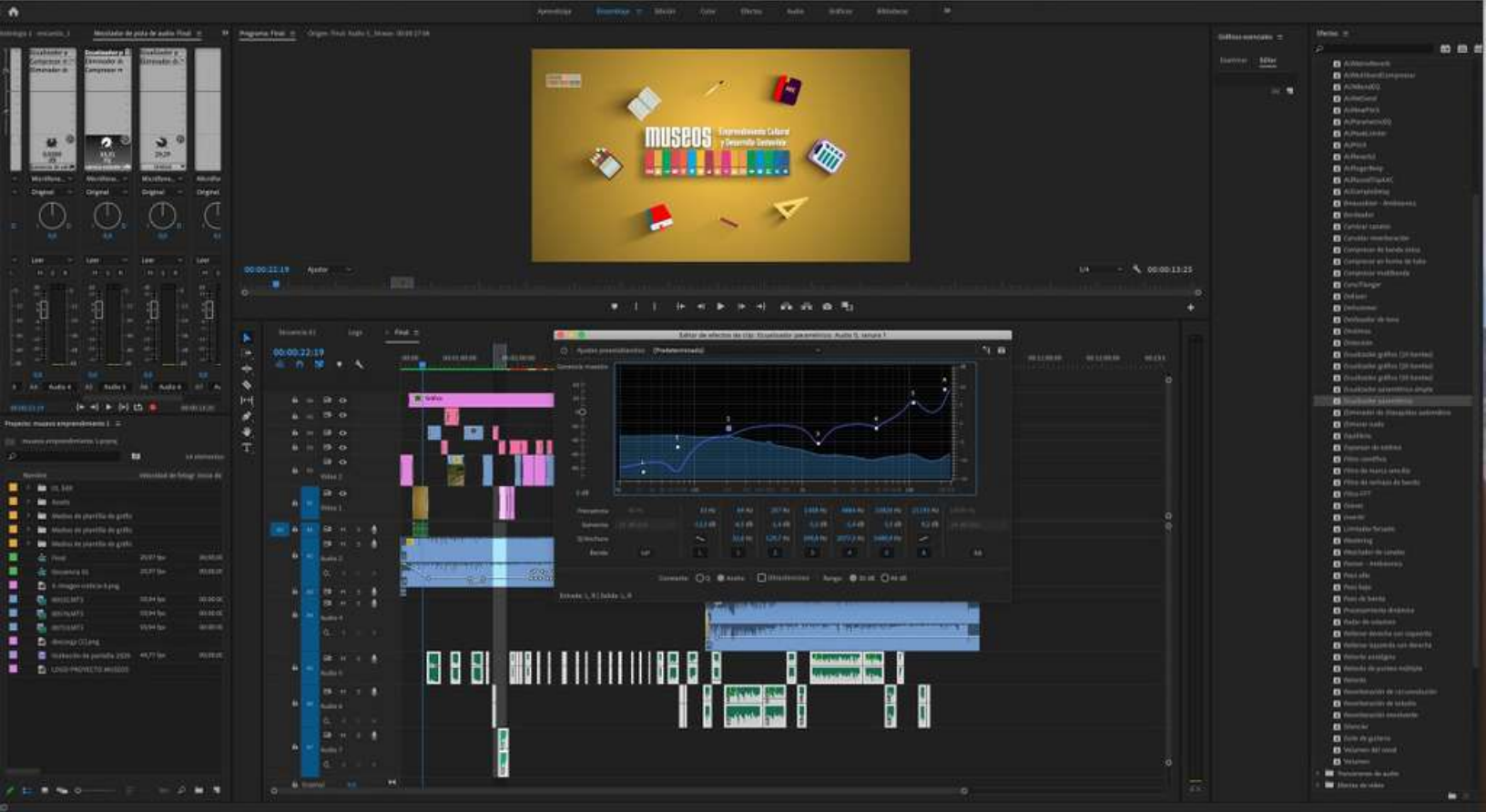
Se inscribieron 11 instituciones de carácter museal del departamento de Antioquia. El proyecto fue diseñado y viabilizado para hacerlo en este margen territorial, exceptuando la ciudad de Medellín, por tener fuentes de acceso a recurso público diferentes al resto del departamento, por estar organizados bajo el modelo de Mesa de Museos de Medellín y porque recientemente (2018) se realizó un diagnóstico de estas instituciones a través de dicha Mesa. Esta Mesa concentra los intereses y necesidades generales de los museos en su propio contexto de ciudad. Si bien ha traído múltiples beneficios para la agremiación y visibilización de los museos de Medellín, la gestión en red de los museos por fuera de la capital del departamento, se había visto deteriorada por la implementación de esta mesa, y agravada por el cese de actividades de la Red de Museos de Antioquia bajo su modelo de padrinazgo desde 2015, hasta la iniciativa para su reactivación en el Encuentro de Museos realizado en diciembre de 2019 en el Hotel Estelar de Medellín, con apoyo del Ministerio de Cultura y el Programa de Fortalecimiento de Museos.

### **4. Diseño de encuesta y herramientas:**

Debido al estado de emergencia y los protocolos de seguridad implementados por los Gobiernos Nacional, departamental, locales, e institucionales, ante la pandemia del Covid, se opta inicialmente por implementar mecanismos de encuesta tele asistidos. Se diseñan los formatos de encuesta para diagnosticar la situación actual y las oportunidades del contexto y territorio, con el fin de comprender las características específicas de cada institución.

### **5. Aplicación de las encuestas:**

Metodológica y estratégicamente hablando, se pensó en realizar las encuestas tele asistidas a través de videollamada, pero el contenido de las encuestas era largo y dispendioso y en la mayoría de casos requería que la respuesta a ciertos cuestionamientos fuesen constatados a través de la experiencia, el reconocimiento del territorio y el museo en su contexto. Con base en esta necesidad de vivenciar las diversas experiencias de carácter museal, fue que se decidió, una vez finalizadas las cuarentenas ordenadas por los gobiernos, realizar visitas técnicas de verificación, para la aplicación de las herramientas diagnósticas, con los protocolos de bioseguridad establecidos, previo acuerdo con la persona que autorizaba el estudio, en cada una de las instituciones participantes.



## 6. Material Audiovisual:

El material audiovisual fue generado parcialmente por el equipo investigador durante las visitas técnicas a cada museo y también fue proporcionado de manera complementaria, por la institución, por lo que se procedió con el desembolso del estímulo a cada museo participante, por valor de \$450.000. COP. que fue invertido en diversas necesidades de los museos, como compra de material para el desarrollo de actividades, para la compra de insumos para la implementación de protocolos covid, la adquisición de herramientas necesarias para la realización de montajes, o la mejora de equipos y bienes de trabajo para la gestión del museo por parte del personal encargado.



## 7. Visitas técnicas:

Se realizan entonces las encuestas de forma presencial, en el orden de visita y fecha, de las siguientes instituciones de carácter museal:

Sala Arqueológica, Tarazá, Antioquia.

16 de Septiembre de 2020.

Casa Museo Luis López de Mesa, Donmatías, Antioquia. 17 de Septiembre de 2020.

Museo Histórico y Comunitario, Guatapé, Antioquia. 22 de Septiembre de 2020.

Museo Comunitario Graciliano Arcila Vélez, Itagüí, Antioquia. 25 de Septiembre de 2020.

Museo Histórico de El Peñol, El Peñol, Antioquia. 29 de Septiembre de 2020.

Museo Histórico José María Córdova, El Santuario, Antioquia. 30 de septiembre de 2020.

Museo Juan del Corral, Santa Fe de Antioquia, Antioquia. 9 de Octubre de 2020.

Museo Monseñor Toro, Santa Fe de Antioquia, Antioquia. 14 de Octubre de 2020.

Casa Museo Otraparte, Envigado, Antioquia. 15 de Octubre de 2020.

Museo Fiesta del Maíz, Sonsón, Antioquia. 20 de octubre de 2020.

Museo Pablo Jaramillo, Sonsón, Antioquia. 21 de octubre de 2020.

## 8. Análisis de información:







Se procede con la fase de análisis de información y socialización previa de los resultados en dos escenarios diferentes: A través de un conversatorio con la Alianza Colombiana de Museos realizado con apoyo y participación de la Maestría en Museología y Gestión del Patrimonio de la Universidad Nacional de Colombia (MMGP UNAL), realizado a través de la plataforma Meet en el Mes de Octubre. Desde el Colectivo gente de Museos, como actividad de socialización de proyectos investigativos en museos dirigido a los museos pertenecientes a la Red de Museos de Antioquia y a público general, realizado a través de la plataforma Meet en el Mes de Diciembre.

## 9. Resultados

Se construyen los documentos del resultado de la investigación, los video resultados de investigación y verificación, y las cartillas de Museos y Desarrollo sostenible.

Luz Daniela Ortíz Arévalo  
Juan Fernando Giraldo  
Daniela Saldarriaga Roldán


Equipo de diagnóstico.

 <p><b>Recursos Inmateriales</b></p>	 <p><b>Visión</b></p>	<p><b>Necesidades o Problemas</b></p> 
 <p><b>Recursos materiales</b></p>	<p><b>Misión</b></p> 	<p><b>Bienes o Servicios</b></p> 

# HERRAMIENTAS DE DIAGNÓSTICO

Para la elaboración del diagnóstico fue necesario desarrollar diferentes herramientas, una de ellas como formulario de inscripción para la participación en el proyecto de investigación, y las demás, que permitieran la generación de una información clave para la gestión museal y su posterior verificación. Implementando un completo diagnóstico desde una percepción interna y externa sobre la gestión de cada uno de los museos.

Describiremos las herramientas aplicadas a continuación:

 **Formulario de participación:** Se diseña con google forms, la creación de un formulario de participación donde se solicita la aceptación de un Habeas data, como acuerdo de voluntades para la participación en el proyecto. Se recolectan los datos de contacto de las personas que autorizan la investigación, la naturaleza jurídica del museo y la tipología de sus colecciones.

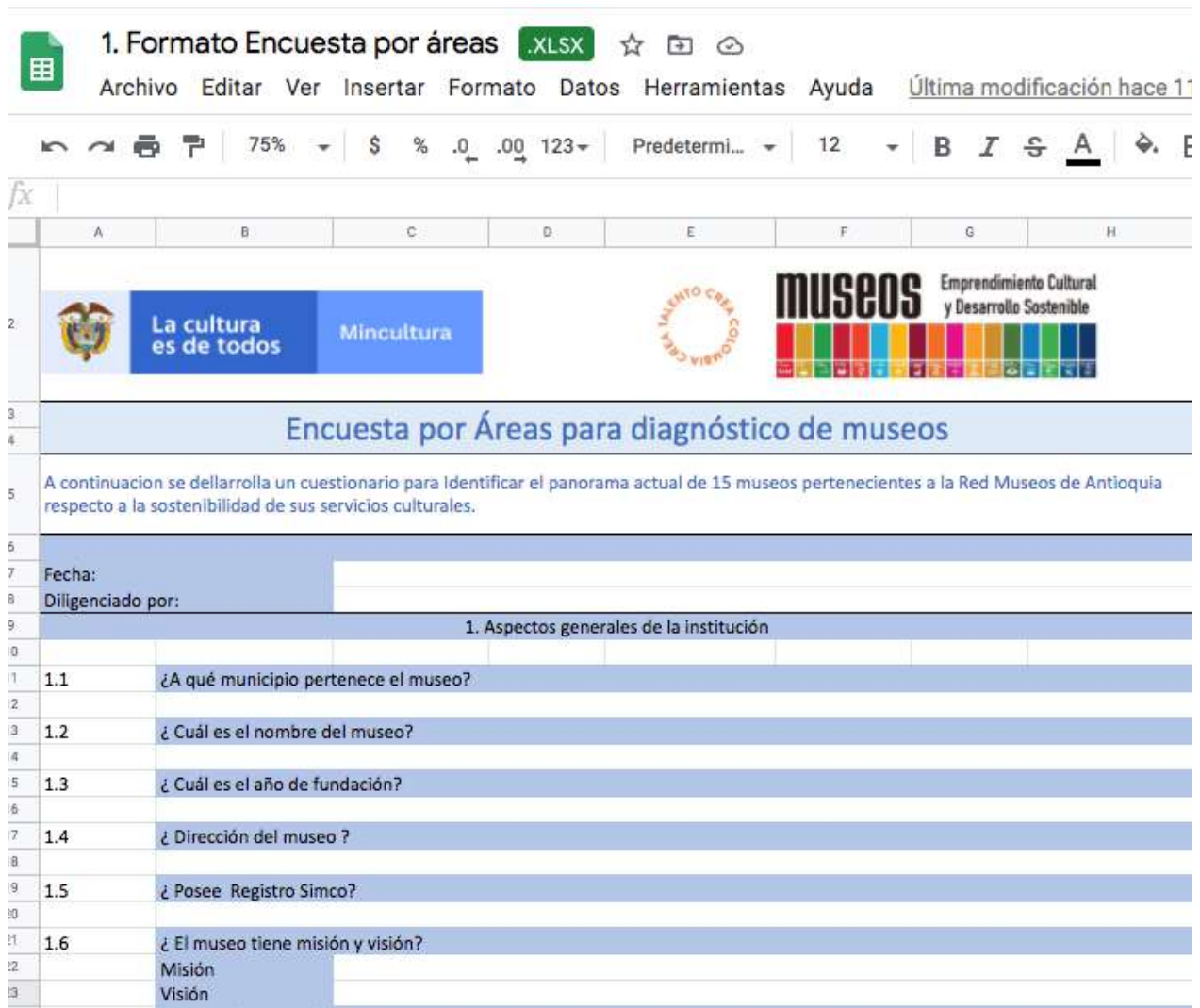




### Encuesta 1:

Formato Encuesta por Áreas. Responde a la necesidad de un conocimiento general de la institución, similar a un facility report, extendido a los servicios culturales que ofrece el museo. Consta de diez aspectos clave relacionados con el inmueble, las colecciones, las actividades y programas educativos, la comunicación y una breve aproximación a una matriz DOFA, diagnosticando 3 Debilidades, 3 Oportunidades, 3 Fortalezas y 3 Amenazas

identificadas en cada institución y consignadas en el orden priorizado por el funcionario del museo que diligencia la encuesta. La implementación de este formulario de excel, de 80 preguntas aproximadamente, se realizó debido a la imposibilidad de acceder a la información consignada en las bases de datos de los museos registrados en SIMCO y a la necesidad de conocer la distribución por áreas de gestión de cada uno de los museos participantes.

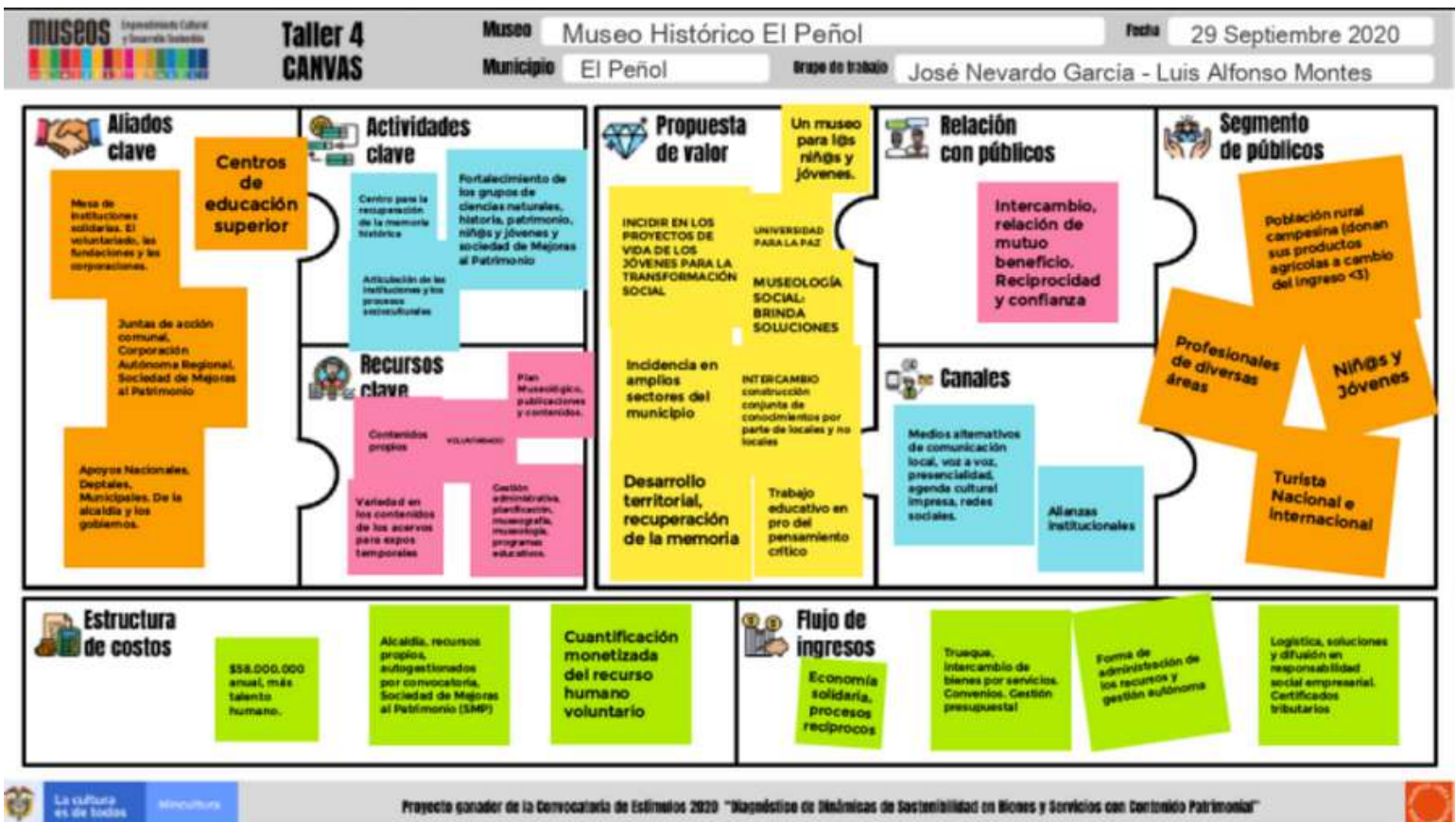


## Encuesta 2:

### Mapas diagnóstico.

Con base en el design thinking, y con las herramientas de la cátedra de Gestión y Marketing en Instituciones Museales de la MMGP UNAL, de forma complementaria al Formato de Encuesta por Áreas, diseñamos una encuesta dividida en cinco grandes núcleos, con el fin de identificar aspectos misionales, impacto en su territorio, percepción interna y externa y propuesta de valor.

1. Autoreconocimiento.
2. Mapa de Empatía interno.
3. Mapa de Empatía Externo.
4. Mapa de Valor.
5. Canvas propuesta de valor.







### Encuesta 3:

Indicadores de Niveles por Áreas.

Con base en los diagnósticos anteriores, se decide implementar una encuesta complementaria para analizar las posibilidades de implementación de un sistema integral de gestión de museos, identificando el nivel de aplicación de las actividades propias de cada institución, a partir de la propuesta de 94 preguntas tipo indicador, distribuidas en cuatro niveles de crecimiento: Nivel Básico, Nivel 1, Nivel 2 y Nivel 3, en tres áreas concretas de desarrollo:

1.Gestión y Gobernanza

2.Salvaguada de Acervos y Colecciones

3.Comunicación y servicios al público.

Para tal fin, se realizó la adaptación del modelo de diagnóstico del Sistema Estadual de Museus de São Paulo (SISEM - SP), con el que se establecen las capacidades de los museos con base en el cumplimiento de estos indicadores, sobre el que se establece la asignación presupuestal para cada nivel, a través de convocatorias públicas.

#	Nombre del Museo	Municipio	TODAS LAS ÁREAS				Nombre del Museo	Municipio				
			Nivel 3 (5)	SUB	TOTAL	Nivel Básico (20)			Nivel 1 (26)	Nivel 2 (25)	Nivel 3 (17)	
6		Sonsón	0,00%			Cumplimiento	75,00%	34,62%	32,00%	35,29%		Sonsón
			0	6	13	SI	7	5	1	0		
	Museo Histórico Comunitario Guatapé		5	24	71	NO	11	19	24	17		Museo Histórico Comunitario Guatapé
			0	0	4	P	2	2	0	0		
7		Guatapé	0,00%			Cumplimiento	35,00%	19,23%	4,00%	0,00%		Guatapé
			1	13	39	SI	15	8	11	5		
	Museo Fiesta del Maíz*		4	17	48	NO	5	17	14	12		Museo Fiesta del Maíz*
			0	0	1	P	0	1	0	0		
8		Sonsón	20,00%			Cumplimiento	75,00%	30,77%	44,00%	29,41%		Sonsón
			3	22	56	SI	16	14	16	10		
	Museo Religioso Monseñor Francisco Cristóbal Toro		2	8	28	NO	2	10	9	7		Museo Religioso Monseñor Francisco Cristóbal Toro
			0	0	4	P	2	2	0	0		
9		Santa Fe de Antioquia	60,00%			Cumplimiento	80,00%	53,85%	64,00%	58,82%		Santa Fe de Antioquia
			3	22	66	SI	18	21	17	10		
	Museo Juan del Corral		2	8	22	NO	2	5	8	7		Museo Juan del Corral
			0	0	0	P	0	0	0	0		
10		Santa Fe de Antioquia	60,00%			Cumplimiento	90,00%	80,77%	68,00%	58,82%		Santa Fe de Antioquia
			2	21	62	SI	20	18	17	7		
	Museo Histórico y Comunitario de El Peñol		3	9	25	NO	0	7	8	10		Museo Histórico y Comunitario de El Peñol
			0	0	1	P	0	1	0	0		
		El Peñol	40,00%			Cumplimiento	100,00%	69,23%	68,00%	41,18%		El Peñol



### Encuesta 4:

Acciones para el desarrollo sostenible. Se diseñó una breve encuesta que consiste en cruzar cuatro áreas estratégicas de los museos: Gestión y Gobernanza, Salvaguarda de Acervos, Comunicación y Servicios al Público e Infraestructura; con cuatro dimensiones del desarrollo sostenible: Ambiental, Cultural, Económica y Social con base en el documento “Marco Conceptual Común en Sostenibilidad de las Instituciones y Procesos Museísticos Iberoamericanos” generado por Ibermuseos en 2019.

Las tres primeras encuestas fueron realizadas de forma presencial en cada museo, con la persona encargada o designada para la participación en el diagnóstico. La cuarta encuesta relacionada a la Política mundial de Desarrollo Sostenible, se presenta en la cartilla “Museos y ODS”, producto de este proyecto, como una herramienta de autodiagnóstico para identificar las acciones que cada museo puede comprometerse a realizar, para el cumplimiento de la Agenda 2030, de la Organización de las Naciones Unidas.





# RESULTADOS



Lo primero que hay que decir, es que esto es una mediación desde la academia, buscando comprender las particularidades de cada institución de carácter museal. No es una traducción de contenidos, formas o dinámicas, ni mucho menos un juicio de valor sobre los procesos locales y comunitarios.

## ENCUESTA 1

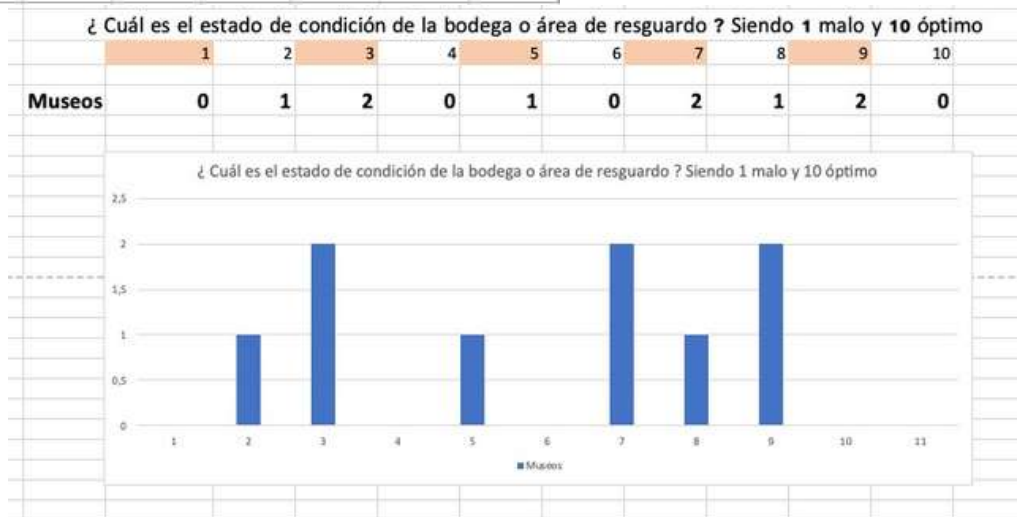
Como mencionamos anteriormente en la descripción metodológica, la encuesta número 1 Encuesta por Áreas, nos permite tener un panorama general de aspectos relevantes en el funcionamiento de cada una de las instituciones en las áreas previamente señaladas.

- 1.Aspectos Generales:
2. Inmueble
3. Gestión de Colecciones
4. Área de exposiciones
5. Imágen y comunicación del Museo.
6. Actividades, programas, servicios y enlaces educativos.
7. Públicos del Museo.
8. Recursos Humanos.
9. Financiamiento.
10. Gestión administrativa DOFA.



La información obtenida, es similar a los formatos de Reporte de Condiciones del museo, haciendo énfasis en los servicios que presta a su comunidad. Las preguntas permitían esclarecer un panorama en torno a las funciones y prioridades de cada museo, como la manera más eficiente de abordar la información respecto a los aspectos generales de su funcionamiento y la capacidad institucional de conocer y reconocer sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. Cada variable permitió construir el mapa de valor que se desarrolló a partir de la encuesta número 2 que tenía como finalidad, el diagnóstico de la propuesta de valor de cada museo.

identificadas en cada institución y consignadas en el orden priorizado por el funcionario del museo que diligencia la encuesta. La implementación de este formulario de excel, de 80 preguntas aproximadamente, se realizó debido a la imposibilidad de acceder a la información consignada en las bases de datos de los museos registrados en SIMCO y a la necesidad de conocer la distribución por áreas de gestión de cada uno de los museos participantes.



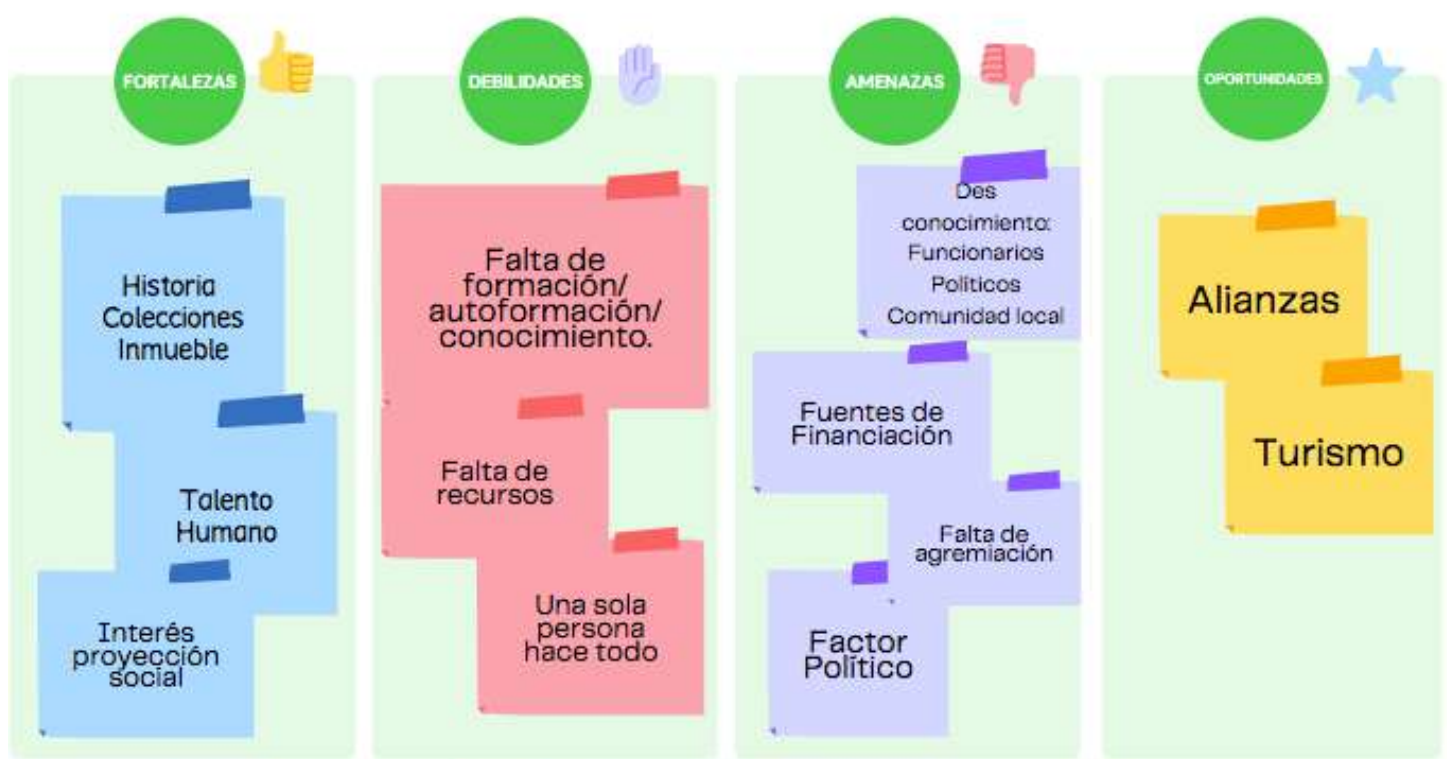
Otras características resaltadas en el análisis, que se abordarán con más detalle en cada caso particular en las siguientes páginas, son aspectos que se reconocían previamente a la elaboración de este diagnóstico, pero que aún no encuentran una solución: Entre las amenazas, la falta de interés político o desconocimiento de la función social de los museos. Entre las debilidades, la falta de recursos materiales e inmateriales como capacitación, formación e idoneidad del personal. Entre las fortalezas, el interés de proyectar el museo a su comunidad, a través de la programación cultural, entre las oportunidades, el vínculo con el sector privado o alianzas con entidades sin ánimo de lucro de la sociedad civil.

## Encuesta 2:

Mapas diagnósticos.

Con base en el design thinking, y con las herramientas de la cátedra de Gestión y Marketing en Instituciones Museales de la MMGP UNAL, de forma complementaria al Formato de Encuesta por Áreas, diseñamos una encuesta dividida en cinco grandes núcleos, con el fin de identificar aspectos misionales, impacto en su territorio, percepción interna y externa y propuesta de valor.

1. Autoreconocimiento.
2. Mapa de Empatía interno.
3. Mapa de Empatía Externo.
4. Mapa de Valor.
5. Canvas propuesta de valor.

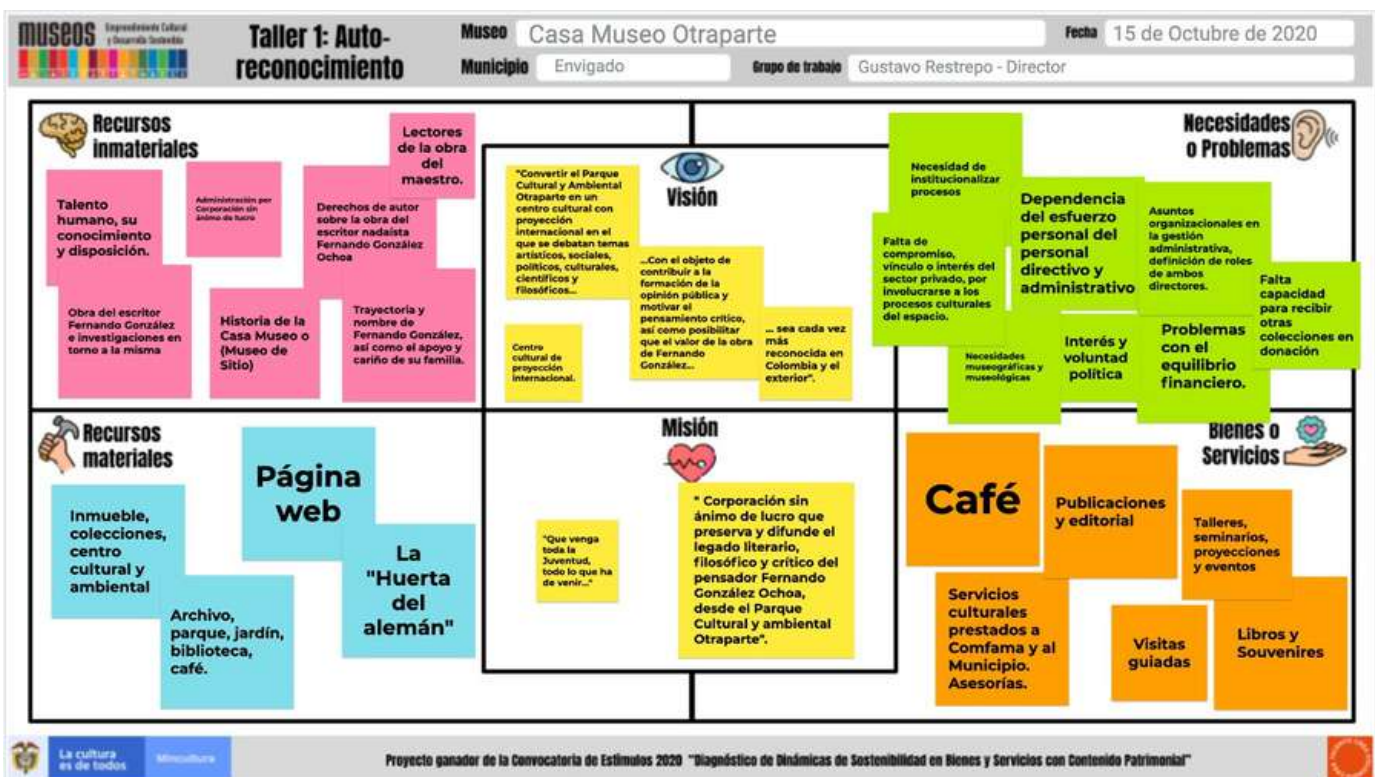


# ENCUESTA 2

Una propuesta de valor es un recurso para transmitir de manera objetiva y directa las ventajas que una empresa puede aportar a sus clientes.

Esta es la definición construida a partir de las estrategias de marketing empresarial, que ¿por qué no? pueden ser aplicadas a los museos, conservando las dimensiones y sobretodo, las finalidades. Acá no promovemos un sentido de la competencia, sino un sentido de la pertinencia.

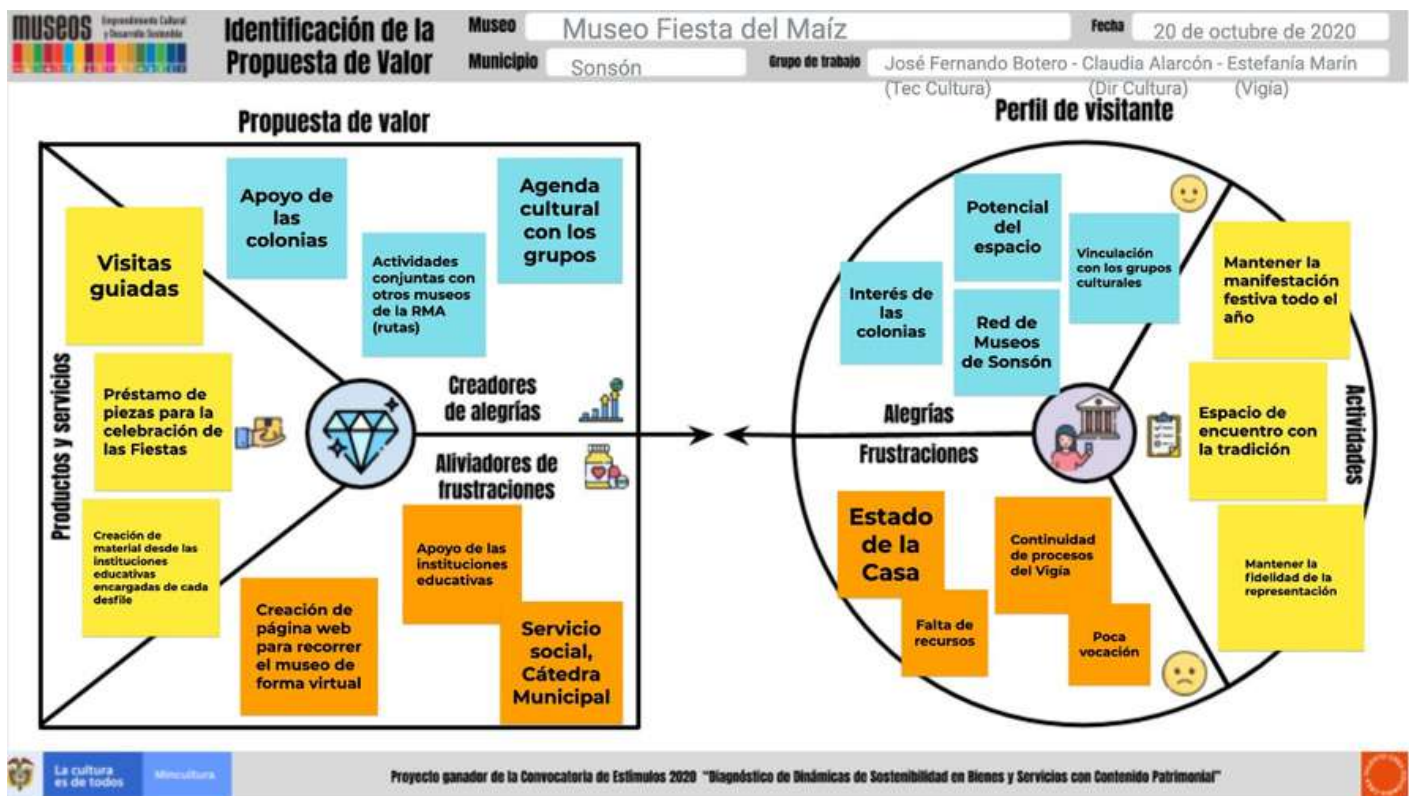
Lo que queremos construir a partir de este estudio, es un diagnóstico de sostenibilidad, entendido como las oportunidades que tiene un museo, para estar inmerso y cobrar sentido para su comunidad, en el ámbito local. Entendiendo la sostenibilidad, no como la producción de dinero que sostiene financieramente a la institución, sino como el conjunto de actividades, conocimientos, eventos, dinámicas, encuentros y puestas en común, que la institución hace con la comunidad, para representar y construir las identidades locales que los caracterizan. Así, las propuestas de valor de los museos, son aquel conjunto de actividades o aportes a la cultura y el patrimonio de determinada región, que los hace únicos, y que los vincula con el territorio y la población que los origina, como apuesta social para su sostenibilidad.



Las propuestas de valor de los museos, son actividades indispensables que el museo puede ofrecer para involucrar a la comunidad.

Esta propuesta, se relaciona con los aspectos más destacados, oportunidades o fortalezas del museo, para satisfacer las necesidades de los diversos segmentos de públicos que los visitan, mejorando la capacidad del museo de entender sus dinámicas propias y su rol en la construcción del tejido social de su comunidad.

Si la propuesta es clara, objetiva y creativa, se convierte en una herramienta de gestión estratégica con alta capacidad de generar el “engagement” o vínculo de las comunidades con el espacio museal. Si hay vínculos, hay oportunidades de trabajo conjunto, mayor fuente de creación de contenidos, más generación de impacto, más participación y visibilización en el territorio, y por ende, más oportunidades de alianzas y gestión de recursos para la sostenibilidad.





Definir una buena propuesta de valor es el primer paso para mostrar cómo el museo puede satisfacer las necesidades de la comunidad, o de sus segmentos de público de manera más eficiente y precisa.

¿Qué es una propuesta de valor y cuáles son sus características? La propuesta de valor es una práctica original de marketing que tiene como objetivo darle al cliente una idea clara, concisa y transparente de cómo un negocio en particular puede ser relevante para él. Es la estrategia diferenciadora, de la cual la empresa se sirve para competir con las demás.

Recordando que hay una noción de museo popularmente definido como un lugar de cosas viejas, siendo generalizado el profundo desconocimiento de lo que es y puede llegar a ser un museo. La propuesta de valor en el ámbito museal puede entenderse como la herramienta o medio por el cual se pone 'en común' el museo y se genera un vínculo afectivo con la comunidad: es el conjunto de actividades que conforman la oferta cultural que tiene como objetivo darle a los públicos una idea vívida, una noción experiencial de cómo un museo en particular puede ser relevante para él.

El reconocimiento y autoreconocimiento institucional de las propuestas de valor, es el centro en torno al cual deben girar las estrategias de planeación. Pues son el medio por el cual se manifiesta la misión y se contribuye al cumplimiento de la visión de cada entidad museal.

¿Cómo se diseña una propuesta de valor?

Hay una primera fase de autoconocimiento. En ella, cada museo comparte su Misión y su Visión y se establecen cuáles son los recursos materiales e inmateriales con los que la entidad cuenta, cuáles son sus bienes o servicios y cuáles sus necesidades y problemas. En una segunda etapa de autoconocimiento, se realiza un mapa de empatía interno con los trabajadores del museo: viendo lo que ve el museo, lo que piensa y siente, lo que escucha, lo que dice y hace, lo que le preocupa y lo que desea.

Con base en ello, pasamos a una tercera fase con los mapas de empatía externos, intentando solucionar la pregunta:



¿Cómo el museo contribuye a satisfacer las necesidades de su comunidad?

A través de los mapas de empatía, buscamos ponernos en el lugar del otro: el niño visitante, el turista visitante, el adulto mayor visitante, el universitario visitante, entre otros tipos de públicos o segmentos identificados y preguntarnos:

¿Qué ve nuestro público?

¿Qué oye?

¿Qué dice y hace?

¿Qué piensa y siente?

¿Qué le preocupa? y

¿Qué quiere lograr?

Con esta información, construimos un perfil de visitante, con sus alegrías y frustraciones, y cómo el museo a través de sus actividades, productos y servicios, crea alegrías y alivia esas frustraciones. Para el desarrollo de la propuesta de valor, aplicamos un canvas:

¿Cuáles son los aliados clave que tiene el museo? y

¿cuáles necesita?

¿Qué actividades clave ejecuta?

¿cuáles debe desarrollar?

¿Con cuáles recursos clave cuenta para desarrollar sus actividades?

¿Quiénes son los segmentos de públicos a los que se dirige?, y

¿a cuáles desea llegar?

¿Cómo es el canal de comunicación y el tipo de relaciones que tiene con sus públicos?

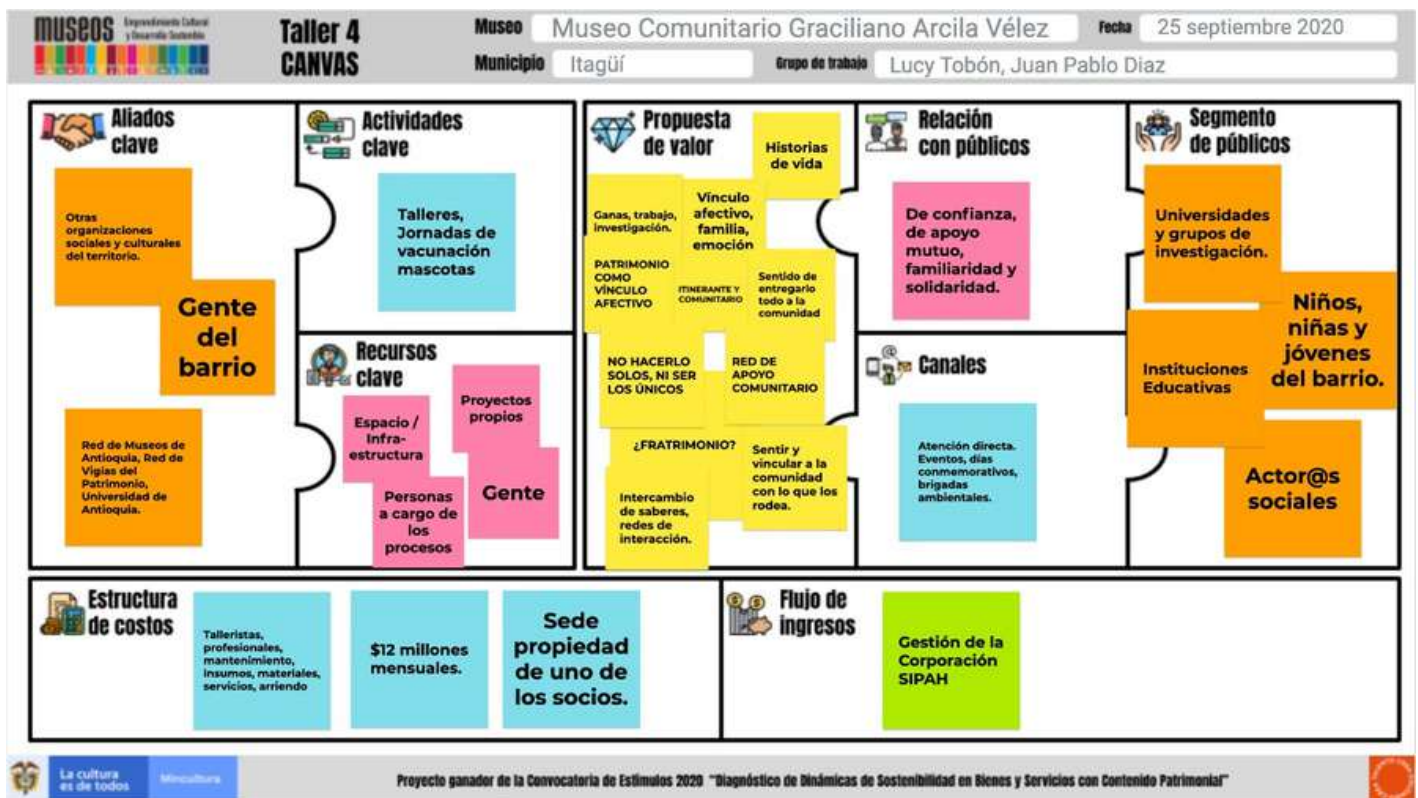
¿Cuánto vale o qué recursos necesita para desarrollar su propuesta de valor? y

¿Dónde puede conseguir estos recursos?



¿Sabemos si el museo es lo que realmente le importa al visitante? Con cada solución a un problema, cada persona encuentra valores diferentes en la institución y eso es lo que la propuesta de valor debe desarrollar. Frente a lo que busca el público, la propuesta se manifiesta a través del producto, el servicio o la actividad cultural, y presenta de forma clara, cómo generará beneficio o satisfacción a la comunidad en términos de impacto social, cambio de estilos de vida, beneficio emocional y funcional.

A partir de esta identificación, vemos cómo el museo puede contribuir a la solución de las necesidades o problemas y cómo a través de su propuesta de valor, puede brindar alternativas de solución o satisfacción. La propuesta debe ser accesible y centrada en la comunidad. Si se logra desarrollar de esta manera, aumentan las posibilidades de que las personas comprendan la relevancia del museo para su territorio y se encuentren en la primera línea de aliados en caso de necesitar “defender” o “sostener” el espacio. La propuesta de valor es la política pública institucional.





## 📍 Santa Fe de Antioquia

### Museo Juan del Corral

“El museo es el lugar donde se resumen y se manifiestan las expresiones de desarrollo de una nación. Es un escaparate de revela el grado de profesionalidad y, por tanto, el nivel y la capacidad de un Estado de adaptarse a los tiempos que corren; a través de la exposición y la calidad científica de sus publicaciones, el museo demuestra la cultura de sus funcionarios: asegura el valor económico de bienes materiales que, gracias a la protección y la conservación, no corren riesgo de perderse por descuido o sustracción; es uno de los espacios más prestigiosos para el crecimiento humano. La emoción que causa su impacto es lo que en definitiva hace que el objeto penetre en el imaginario individual y colectivo y se transforme en una presencia de valores potenciados”.

(Pietro Amato)



# ENCUESTA 3

## Indicadores de Niveles por Áreas

Conocimos el Sistema Estadual de Museos de Sao Paulo (SISEM SP) durante el Encuentro Regional de Políticas Públicas en Museos celebrado el 30 y 31 de mayo de 2018 en las Instalaciones del Museo Colonial de Bogotá. El encuentro fue organizado por el ICOM Colombia y contó con el apoyo de la Universidad Externado de Colombia y la Universidad Nacional de Colombia. Los asistentes tuvimos la oportunidad de participar en una agenda muy diversa que tenía como eje articulador, las políticas para el fortalecimiento de los museos y por supuesto, su función social.

Davidson Panis Kasaker, Director del Grupo Técnico de Coordinación del SISEM SP (2018), nos contó acerca de la implementación de un Sistema de Gestión Museológico como Política Estatal. Brasil cuenta desde el año 1982 con un Programa Nacional de Museos, y un Sistema Nacional de Museos, creado en 1986 (incluso antes de la constitución política brasileña en 1988). Para 2006 ya se había creado el Registro Nacional de Museos y en 2013 el Sistema Brasileño de Museos, como estrategia de actualización y fortalecimiento de la política de 1986, entre otras estrategias de carácter legal y administrativo en el ámbito de las políticas públicas.

Sao Paulo es uno de los 26 estados de Brasil, con una población cercana a los 46.000.000 de habitantes, responsable del 32 % del ingreso del PIB del país. Cuenta con 645 municipalidades, 190 de ellas posee instituciones de carácter museal. De los 415 museos mapeados durante la implementación del Plan Nacional Sectorial de Museos en 2010, 220 instituciones eran de carácter municipal, 45 contaban con administración pública directa, 35 con administración pública indirecta y 115 con administración privada.

Por definición el Sistema Estadual de Museos congrega y articula los museos del Estado de São Paulo, desde la Unidad de Preservación del Patrimonio Museológico de la Secretaría de Estado de Cultura (UPPM / SEC), teniendo como instancia organizativa el Grupo Técnico de Coordinación del Sistema Estadual de Museos (GTC SISEM-SP) con el objetivo de promover la cualificación y el fortalecimiento institucional en favor de la preservación, investigación y difusión del acervo museológico paulista (2018).



Las atribuciones del Grupo Técnico de Coordinación del SISEM SP están reguladas mediante el Decreto número 57.035 de 2011, entre las cuales figura la Articulación entre las instituciones a través de encuentros de Museos, representantes regionales y reuniones temáticas: el apoyo para el asesoramiento de planes museológicos a través de visitas técnicas y la emisión de conceptos y recomendaciones; la comunicación de exposiciones y publicaciones; la formación técnica y profesional en todos los niveles para los trabajadores de museos y finalmente las estrategias de financiación a través de edictos y renuncias fiscales.

El Cadastro Estadual de Museus de São Paulo (CEM - SP) - o Registro Estatal de Museos en español - es un proceso de registro estatal de Museos ante el Sistema Estatal de Museos (SISEM SP), que se realiza de forma voluntaria para el reconocimiento de las instituciones, la aprobación de una institución como Museo depende de la atención a unos parámetros técnicos específicos en diferentes áreas y niveles de aplicación, lo que consolida al CEM SP como un instrumento de las políticas públicas de carácter nacional y una fuente de información oficial, sistematizada y en permanente auto-actualización - o actualización sostenible si se quiere- sobre los museos Paulistas y sus especificidades. (2018).



Digamos pues, que tiene su par en el Programa de Fortalecimiento de Museos Colombianos (PFM) a través del Sistema de Información de Museos Colombianos (SIMCO), conservando las dimensiones.

Hasta el inicio del gobierno de Jair Bolsonaro (2019 - Actualidad) El SISEM SP, aplica los diagnósticos de cumplimiento sobre los parámetros técnicos o indicadores y realiza el seguimiento en la cualificación de las instituciones para su fortalecimiento, de forma permanente, lo que permite una actualización periódica de estado actual de las instituciones museales, con información clara y sistematizada, para la toma de decisiones respecto a políticas y presupuestos públicos.



1. Gestión y Gobernanza
2. Salvaguarda de Acervos y Colecciones
3. Comunicación y servicios al público.

En cinco niveles de aplicación gradual, siendo prerequisite el cumplimiento de los parámetros del nivel inmediatamente anterior:

Instituciones en Proceso de Estructuración museológica: Para la cuál no hay parámetros de aplicación específicos, sólo la consideración de las tres áreas de fortalecimiento.

Nivel Básico: en las cuales se propone la aplicación de 13 parámetros en Gestión y Gobernanza, 2 parámetros en Salvaguarda del Acervo y 4 parámetros en Comunicación y Servicios al Público.

Nivel I: 5 parámetros adicionales en Gestión y Gobernanza, 3 parámetros adicionales en Salvaguarda del Acervo y 4 parámetros en Comunicación y Servicios al Público.

Nivel II: 7 parámetros adicionales en Gestión y Gobernanza, 8 parámetros adicionales en Salvaguarda del Acervo y 9 parámetros en Comunicación y Servicios al Público.

Nivel III: 5 parámetros más en Gestión y Gobernanza, 3 parámetros más en Salvaguarda del Acervo y 4 parámetros más en Comunicación y Servicios al Público.



## Cadena operativa del Cadastro Estadual de Museus SP

La institución que desee vincularse realiza un cuestionario de adhesión al CEM SP y adjuntan la documentación probatoria requerida. El SISEM SP programa una visita técnica a la institución y realiza un informe técnico de diagnóstico de la situación y panorama actual de la institución. Se entrega un dictamen que es verificado por el COSISEM -SP y se realiza una deliberación para el ingreso y clasificación de nivel en el CEM SP. El estímulo o beneficio para el museo por pertenecer al CEM SP y clasificar en uno de sus cinco niveles se relaciona con:

El acceso a acciones de formación permanente, apoyos técnicos y comunicación y difusión.

La certificación de la cualificación del trabajo desarrollado exigida para las convocatorias con recurso público.

Recibir orientación para su desarrollo institucional.

Habilitar a la institución para acceder a recursos públicos, subvenciones y alianzas con el sector público - privado.

Los beneficios para el Sistema Estatal de Museos son aún más claros:

Registro y sistematización de la información de los museos.

Para la planeación, evaluación y monitoreo de las políticas públicas del sector.

Para realizar estudios e investigaciones sobre museos paulistas.

Para ampliar la visibilidad de los museos respecto al público.

Propiciar la integración con el registro en el Sistema Brasileño de Museos.

Un factor de éxito de este sistema, se relaciona con el establecimiento de categorías o áreas de crecimiento que se definen a partir de tres variables que representan los roles y funciones de las instituciones de carácter museal. Así mismo se establecen indicadores de avance consecutivo desde estas mismas áreas de crecimiento, que generan un modelo estratificado por niveles de apropiación, traducidos en habilidades, conocimientos, herramientas y servicios, que contribuyen al mejoramiento de la calidad en la oferta institucional, como garantías de gestión y sostenibilidad institucional, manejo adecuado de colecciones y acervos de interés cultural o carácter patrimonial, e incidencia o proyección social entorno a su comunidad.





El SISEM es un plan de progresión institucional desde donde se genera una motivación por atender las necesidades de implementar acciones para la cualificación de las entidades, a través de los planes de acción institucional de cada museo, como hojas de ruta, orientadas al cumplimiento de estándares de calidad y facilitando un acceso democrático en la consecución de recursos de fondos mixtos, ya que estos se encuentran destinados por niveles, a partir de las categorías mencionadas y desde el SISEM SP se hace el seguimiento sobre la inversión de estos recursos, orientados al crecimiento institucional tras la demanda de las necesidades priorizadas desde los indicadores.

Para efectos del presente diagnóstico, se propone hacer un ejercicio de aproximación al cumplimiento de un sistema de indicadores de cualificación basado en la herramienta utilizada por el SISEM SP, para establecer de forma comparativa con el modelo paulista, los niveles en los cuales se encontraría cada institución participante en el departamento de Antioquia. Para ello, realizamos la adaptación de la encuesta a nuestro contexto, siendo conscientes de que puede ser un modelo no del todo exitoso y pertinente. **Cada indicador se establece de una forma genérica y no hay mecanismos para comprobar con claridad el nivel de cumplimiento del mismo, ni condiciones o medidas claras de cumplimiento, ni seguimiento a las estrategias implementadas para ello, ni se cuenta con una comisión de verificación.**

Pero, un acercamiento a esta forma de estratificación y cualificación de los museos, como herramienta en el sentido más práctico y cuantificable posible, permite dilucidar las acciones que deben implementarse para tener una paridad territorial en el desarrollo de estas instituciones, que prevenga situaciones en las que los museos son incapaces de agremiarse para trabajar colectivamente en representación del sector en red, debido a la falta de factores comunes de necesidad o intereses. Ahorramos también energía en el desarrollo de estrategias formativas por parte del gobierno departamental que respondan a niveles tan diversos y garantizamos no sólo el cuidado - cada vez más óptimo- de los acervos, sino el acceso a las instalaciones culturales en una lógica de mejora progresiva institucional. No es lo más óptimo, pero es mejor que nada.

No se realizó con el fin de “condenar” a los museos que no cumplieran con los estándares de calidad en su gestión, sino como herramienta para conocer el panorama general de los museos participantes, de forma cuantitativa.



#	Nombre del Museo	Municipio	GESTIÓN Y GOBERNANZA					SUB
			Nivel	Básico (14)	Nivel 1 (12)	Nivel 2 (7)	Nivel 3 (6)	
			# Indicadores	14	12	7	6	
1	Sala Arqueológica	Tarazá	SI	7	1	1	0	9
			NO	6	10	6	6	28
			P	1	1	0	0	2
			Cumplimiento	50,00%	8,33%	14,29%	0,00%	
2	Casa Museo Luis López de Mesa	Donmatías	SI	7	2	1	4	14
			NO	7	8	6	2	23
			P	0	2	0	0	2
			Cumplimiento	50,00%	16,67%	14,29%	66,67%	
3	Casa Museo Fernando González Otraparte	Envigado	SI	13	3	5	3	24
			NO	0	6	2	3	11
			P	1	3	0	0	4
			Cumplimiento	92,86%	25,00%	71,43%	50,00%	
4	Sala Museo José María Córdoba*	El Santuario	SI	10	2	3	2	17
			NO	4	9	4	4	21
			P	0	1	0	0	1
			Cumplimiento	71,43%	16,67%	42,86%	33,33%	
5	Museo Comunitario Graciliano Arcila Vélez	Itagüí	SI	13	7	4	3	27
			NO	1	4	3	3	11
			P	0	1	0	0	1
			Cumplimiento	92,86%	58,33%	57,14%	50,00%	
6	Museo Pablo Jaramillo*	Sonsón	SI	9	2	4	3	18
			NO	5	9	3	3	20
			P	0	1	0	0	1
			Cumplimiento	64,29%	16,67%	57,14%	50,00%	
7	Museo Histórico Comunitario Guatapé	Guatapé	SI	3	1	0	0	4
			NO	9	9	7	6	31
			P	2	2	0	0	4
			Cumplimiento	21,43%	8,33%	0,00%	0,00%	
8	Museo Fiesta del Maíz*	Sonsón	SI	9	2	4	1	16
			NO	5	9	3	5	22
			P	0	1	0	0	1
			Cumplimiento	64,29%	16,67%	57,14%	16,67%	
9	Museo Religioso Monseñor Francisco Cristóbal Toro	Santa Fe de	SI	10	3	3	3	19
			NO	2	7	4	3	16
			P	2	2	0	0	4
			Cumplimiento	71,43%	25,00%	42,86%	50,00%	
10	Museo Juan del Corral	Santa Fe de	SI	12	9	6	4	31
			NO	2	3	1	2	8
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	85,71%	75,00%	85,71%	66,67%	
11	Museo Histórico y Comunitario de El Peñol	El Peñol	SI	14	7	5	2	28
			NO	0	4	2	4	10
			P	0	1	0	0	1
			Cumplimiento	100,00%	58,33%	71,43%	33,33%	



#	Nombre del Museo	Municipio	COMUNICACIÓN Y SERVICIOS AL PÚBLICO					SUB
			Nivel	Básico (3)	Nivel 1 (10)	Nivel 2 (12)	Nivel 3 (5)	
			# Indicadores	3	10	12	5	
1	Sala Arqueológica	Tarazá	SI	3	1	1	0	5
			NO	0	9	11	5	25
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	100,00%	10,00%	8,33%	0,00%	
2	Casa Museo Luis López de Mesa	Donmatías	SI	3	5	3	1	12
			NO	0	5	9	4	18
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	100,00%	50,00%	25,00%	20,00%	
3	Casa Museo Fernando González Otraparte	Envigado	SI	3	7	9	2	21
			NO	0	3	3	3	9
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	100,00%	70,00%	75,00%	40,00%	
4	Sala Museo José María Córdoba*	El Santuario	SI	3	2	1	0	6
			NO	0	8	11	5	24
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	100,00%	20,00%	8,33%	0,00%	
5	Museo Comunitario Graciliano Arcila Vélez	Itagüí	SI	3	8	10	4	25
			NO	0	2	2	1	5
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	100,00%	80,00%	83,33%	80,00%	
6	Museo Pablo Jaramillo*	Sonsón	SI	3	4	4	0	11
			NO	0	6	8	5	19
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	100,00%	40,00%	33,33%	0,00%	
7	Museo Histórico Comunitario Guatapé	Guatapé	SI	2	3	1	0	6
			NO	1	7	11	5	24
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	66,67%	30,00%	8,33%	0,00%	
8	Museo Fiesta del Maíz*	Sonsón	SI	3	3	6	1	13
			NO	0	7	6	4	17
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	100,00%	30,00%	50,00%	20,00%	
9	Museo Religioso Monseñor Francisco Cristóbal Toro	Santa Fe de Antioquia	SI	3	7	9	3	22
			NO	0	3	3	2	8
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	100,00%	70,00%	75,00%	60,00%	
10	Museo Juan del Corral	Santa Fe de Antioquia	SI	3	8	8	3	22
			NO	0	2	4	2	8
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	100,00%	80,00%	66,67%	60,00%	
			SI	3	7	9	2	21

#	Nombre del Museo	Municipio	SALVAGUARDA DE ACERVOS					SUB
			Nivel	Básico (3)	Nivel 1 (4)	Nivel 2 (6)	Nivel 3 (6)	
			# Indicadores	3	4	6	6	
1	Sala Arqueológica	Tarazá	SI	1	1	0	1	3
			NO	2	3	6	5	16
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	33,33%	25,00%	0,00%	16,67%	
2	Casa Museo Luis López de Mesa	Donmatías	SI	3	2	1	2	8
			NO	0	2	5	4	11
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	100,00%	50,00%	16,67%	33,33%	
3	Casa Museo Fernando González Otraparte	Envigado	SI	3	3	2	3	11
			NO	0	1	4	3	8
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	100,00%	75,00%	33,33%	50,00%	
4	Sala Museo José María Córdoba*	El Santuario	SI	1	1	0	2	4
			NO	2	3	6	4	15
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	33,33%	25,00%	0,00%	33,33%	
5	Museo Comunitario Graciliano Arcila Vélez	Itagüí	SI	3	2	3	4	12
			NO	0	2	3	2	7
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	100,00%	50,00%	50,00%	66,67%	
6	Museo Pablo Jaramillo*	Sonsón	SI	3	3	0	3	9
			NO	0	1	6	3	10
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	100,00%	75,00%	0,00%	50,00%	
7	Museo Histórico Comunitario Guatapé	Guatapé	SI	2	1	0	0	3
			NO	1	3	6	6	16
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	66,67%	25,00%	0,00%	0,00%	
8	Museo Fiesta del Maíz*	Sonsón	SI	3	3	1	3	10
			NO	0	1	5	3	9
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	100,00%	75,00%	16,67%	50,00%	
9	Museo Religioso Monseñor Francisco Cristóbal Toro	Santa Fe de Antioquia	SI	3	4	4	4	15
			NO	0	0	2	2	4
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	100,00%	100,00%	66,67%	66,67%	
10	Museo Juan del Corral	Santa Fe de Antioquia	SI	3	4	3	3	13
			NO	0	0	3	3	6
			P	0	0	0	0	0
			Cumplimiento	100,00%	100,00%	50,00%	50,00%	
			SI	3	4	3	3	13

TOTAL	TODAS LAS ÁREAS						Nombre del Museo	Municipio
	Nivel	Básico (20)	Nivel 1 (26)	Nivel 2 (25)	Nivel 3 (17)			
	# Indicadores	20	26	25	17			
17	SI	11	3	2	1			
69	NO	8	22	23	16	Sala Arqueológica		
2	P	1,00	1	0	0		Tarazá	
	Cumplimiento	55,00%	11,54%	8,00%	5,88%			
34	SI	13	9	5	7			
52	NO	7	15	20	10	Casa Museo Luis López de Mesa		
2	P	0	2	0	0		Donmatías	
	Cumplimiento	65,00%	34,62%	20,00%	41,18%			
56	SI	19	13	16	8			
28	NO	0	10	9	9	Casa Museo Fernando González Otraparte		
4	P	1	3	0	0		Envigado	
	Cumplimiento	95,00%	50,00%	64,00%	47,06%			
27	SI	14	5	4	4			
60	NO	6	20	21	13	Sala Museo José María Córdoba*		
1	P	0	1	0	0		El Santuario	
	Cumplimiento	70,00%	19,23%	16,00%	23,53%			
64	SI	19	17	17	11			
23	NO	1	8	8	6	Museo Comunitario Graciliano Arcila Vélez		
1	P	0	1	0	0		Itagüí	
	Cumplimiento	95,00%	65,38%	68,00%	64,71%			
38	SI	15	9	8	6			
49	NO	5	16	17	11	Museo Pablo Jaramillo*		
1	P	0	1	0	0		Sonsón	
	Cumplimiento	75,00%	34,62%	32,00%	35,29%			
13	SI	7	5	1	0			
71	NO	11	19	24	17	Museo Histórico Comunitario Guatapé		
4	P	2	2	0	0		Guatapé	
	Cumplimiento	35,00%	19,23%	4,00%	0,00%			
39	SI	15	8	11	5			
48	NO	5	17	14	12	Museo Fiesta del Maíz*		
1	P	0	1	0	0		Sonsón	
	Cumplimiento	75,00%	30,77%	44,00%	29,41%			
56	SI	16	14	16	10			
28	NO	2	10	9	7	Museo Religioso Monseñor Francisco Cristóbal Toro		
4	P	2	2	0	0		Santa Fe de Antioquia	
	Cumplimiento	80,00%	53,85%	64,00%	58,82%			
66	SI	18	21	17	10			
22	NO	2	5	8	7	Museo Juan del Corral		
0	P	0	0	0	0		Santa Fe de Antioquia	
	Cumplimiento	90,00%	80,77%	68,00%	58,82%			
62	SI	20	18	17	7			
25	NO	0	7	8	10	Museo Histórico y Comunitario de El Peñol		
1	P	0	1	0	0		El Peñol	
	Cumplimiento	100,00%	69,23%	68,00%	41,18%			



El SISEM propone un modelo progresivo, siendo prerequisite para avanzar de nivel, el cumplimiento de todos los parámetros del nivel inmediatamente anterior. Para nuestro análisis, tuvimos en cuenta un avance superior al 65% de los indicadores específicos en el nivel, encontrando las siguientes situaciones:

Siendo consecuente con el análisis 1 y 2 de este diagnóstico, vemos como la información numérica evidencia las situaciones, faltas y necesidades de los museos que bajo este supuesto, estarían en Nivel Básico como La Sala Arqueológica de Tarazá y el Museo Histórico y Comunitario de Guatapé, siendo necesarios aún el cumplimiento de muchos indicadores para poder superar el nivel en el que se encuentran, los indicadores para avanzar son funciones del personal del Museo,

coinciden con la principal falencia o debilidad de estas dos instituciones: una persona a cargo de forma permanente y en exclusividad.

El avance de la Sala Museo José María Córdova (El Santuario), la institución más antigua de nuestro diagnóstico, se encuentra limitado en el Nivel 1, siendo necesario para continuar, el desarrollo de renovaciones museográficas, programación cultural de cara a su comunidad local y gestión de contenidos propios, para lo cual es necesario, no sólo una persona encargada en exclusividad de la gestión del espacio, sino además capacitación y un alto grado de voluntad y compromiso. Factores que coinciden en el análisis DOFA de la encuesta número 1.



Es también interesante mencionar los casos como el Museo de Arte Religioso Monseñor Toro (Santa Fe de Antioquia) que se encuentra en Nivel 1 y la Casa Museo Luís López de Mesa (Donmatías), que siendo una institución joven, se encuentra superando el Nivel Básico. Ambas han desarrollado el Nivel 3, más que el Nivel 1, y han avanzado considerablemente en el nivel 2. Esto debido a que los indicadores de Nivel 2 y 3 apuntan más a las actividades de comunicación y servicios al público, que de gestión administrativa, protocolos y documentación interna, develando también aspectos importantes sobre los intereses, capacidades y formación de los responsables y encargados del museo.

Museos como el Pablo Jaramillo y el Museo Fiesta del Maíz, tendrían porcentajes de cumplimiento de indicadores similares en los 4 niveles de desarrollo, debido posiblemente, al modelo de gestión implementado a partir de la Red de Museos de Sonsón, encargada de la contratación de vigías de los museos y del funcionamiento de las instituciones públicas y privadas pertenecientes a la misma, lo que genera una paridad en el desarrollo institucional.

Vemos como algunos museos han encontrado mayor solución a las demandas de niveles superiores, que a las necesidades del nivel donde se encuentran: Casa Museo Fernando González Otraparte (Envigado), ha desarrollado mayor índice de indicadores de Nivel 2 y Nivel 3, que del Nivel 1 donde se encuentra, tenemos en cuenta que la cantidad de indicadores por nivel disminuye a medida que se avanza, pero podemos concluir que el avance en otras áreas se da gracias a las acciones desarrolladas desde todo el complejo cultural al que pertenece y del cual depende la Casa Museo, por lo que diversificar la oferta cultural en el espacio, contribuye a su sostenibilidad, no sólo en términos financieros, sino de impacto social.



El Museo Comunitario GAV (itagüí) ha desarrollado en un 95% su Nivel Básico y desde su gestión comunitaria y acciones de la Corporación, se encuentra avanzando en todos los frentes posibles, lo que genera un cumplimiento homogéneo entre el 64 y el 68% en los niveles restantes (1,2 y 3), indicando que las formas de gestión autónomas, que reciben apoyos de recurso público por convocatoria o contraprestación, pueden presentar resultados más óptimos que las formas 100% dependientes de recursos y voluntades de los gobiernos locales, regionales o Nacional.

En el Nivel 3, “el más óptimo”, se encontrarían instituciones bajo una lógica de administración en un modelo mixto o gestión compartida, con apoyo de la administración local, corporación y voluntariado como el Museo Histórico de El Peñol, o modelos financiados permanentemente y con disponibilidad presupuestal por el Gobierno, como el Museo Juan del Corral (Santa Fe de Antioquia), cuya gestión y sostenimiento depende del Ministerio de Cultura.







# RESULTADOS POR MUSEO





## COLECCIÓN ARQUEOLÓGICA CASA DE LA CULTURA TARAZÁ, ANTIOQUIA.

Colección arqueológica y etnográfica.  
Naturaleza Pública.

**Palabras Claves:** Oportunidad/ comunidades  
/ emprendimientos /diversidad / conflicto.

[Tarazá es un municipio en la subregión Bajo Cauca del departamento de Antioquia, a 222 kms de distancia de Medellín. Fue fundado en 1953 y erigido como Municipio en 1979. Se dedica a la minería de oro, la ganadería y el cultivo de yuca, plátano, cacao, arroz, maíz, piña y sorgo. Es un territorio vasto, con alta actividad comercial.

Posee cinco corregimientos y cincuenta y cuatro veredas, en las que se distribuyen 42.964 habitantes, de los cuales el 27.657 habita en la zona urbana y 15.307 la zona rural (DANE, 2018). Posee un resguardo indígena de comunidades pertenecientes al pueblo Emberá Eyábida. Rico en diversas fuentes hídricas y afluentes, que permiten el desarrollo de actividades recreativas acuáticas, el turismo y la piscicultura. Ha sido un municipio constantemente azotado por la violencia y el conflicto armado, por problemáticas relacionadas a la minería y a los cultivos ilícitos de coca para la producción de estupefacientes].



El espacio del museo solía ubicarse en la Casa de la Cultura Municipal, debido a deterioros del inmueble de carácter público, fue trasladado al Palacio Municipal, donde se encuentran las piezas en exhibición. No es estrictamente hablando, un museo, es una colección expuesta en un espacio compartido con la oficina de la Coordinación de Cultura y Turismo, en el segundo piso del edificio de la Alcaldía. El acervo lo compone un conjunto aproximado de 40 piezas de alfarería, entre reproducciones de precolombinos, artesanías y patrimonio arqueológico sin contexto referencial o procedencia específica, exhibiendo las piezas pequeñas en vitrinas de aluminio y vidrio, o en soportes metálicos sobre los que reposan las urnas y otras piezas de mayor tamaño, acomodados en las esquinas del recinto.



## “HAY QUE HACER JUNTOS EL MUSEO CENTRO COMUNITARIO DE IDEAS”

También se exhiben piezas etnográficas de mostacilla y otras artesanías producidas por la comunidad local y los grupos étnicos del Resguardo Jaidesavi. Adicionalmente hay una colección de fotografías y pendones con imágenes de oficios como la pesca, y de las diversas manifestaciones culturales y folklóricas presentes en el territorio como las agrupaciones musicales y de danza. Así como un conjunto de cuadros enmarcados de las fotografías de los alcaldes que ha tenido el municipio. Otros objetos curiosos y antiguos como máquinas de escribir y proyectores, se extiende por la oficina, y se presentan como un breve “resumen” de lo que la localidad tiene para ofrecer, en un discurso - carta de invitación, para recorrer el territorio. A la fecha de esta investigación, la Coordinadora de Cultura, persona a cargo del museo, se encontraba en los trámites de recepción de un comodato de 1.300 fragmentos y 5 piezas registradas ante el ICANH con sus dispositivos de exhibición, producto de un plan de intervención arqueológico, por parte de una empresa de electricidad que se encuentra instalando unas torres de energía en el territorio.

Se espera que entre 2021 y 2022 el Museo vuelva a tener un espacio exclusivo en la Casa de la Cultura que deberá ser reformada a partir del año entrante (2021), según el Plan de Desarrollo Municipal. El contexto sociocultural de Tarazá es de hacendados finqueros que vinculan laboralmente a jóvenes indígenas, fomentando en algunos casos la explotación laboral infantil, la deforestación y el reemplazo de cultivos lícitos por coca. La actividad económica en general es la minería de oro, la siembra de cacao y caucho y los cultivos ilegales. Hay déficit de oportunidades, respecto a las ofertas para la continuación del estudio en jóvenes y adolescentes. Hay altas cifras de embarazo adolescente.

Preocupa el consumo de sustancias psicoactivas que están disparadas, así como las cifras de maltrato y violencia en los jóvenes, a causa de sus contextos familiares y adicionalmente por la participación en barras bravas. Faltan ofertas de estudio y oportunidades productivas, los trabajos son mal pagos y se pelea el protagonismo con otras alternativas que dejan a los jóvenes sin elección como el reclutamiento infantil y juvenil: *"Si nosotros les damos oro, a ellos les ofrecen esmeraldas"*. Cuenta Luis David Moreno Bolívar, coordinador de juventud, para hacer alusión al insistente trabajo con la población juvenil, que a veces se ve menguado por las ofertas de personas que desarrollan actividades en el marco de la ilegalidad.

Como decía anteriormente, no hay un museo, hay una colección. El espacio físico es más una oficina con una iniciativa del museo, no hay aún espacio físico apto, ni una persona dedicada en exclusividad a su gestión (dado que la coordinadora de cultura asume las múltiples y demandantes funciones de su cargo en pro del desarrollo cultural, turístico y educativo del municipio). No posee guiones museológicos, falta renovar los montajes, diseñar y producir las ayudas visuales y los dispositivos museográficos. No hay una atención permanente, ni programación cultural, educativa, de difusión o talleres propios del museo.



Titulo: Grupo de Chirimia  
Autor: Nibelia Quadrado  
El grupo de chirimia es un claro representante de la cultura, el arte y la historia del municipio de Tarazá. Con sus toques resuenan la tradición y la cultura de un pueblo.

No hay información de la colección, ni contexto, ni investigaciones. No hay alianzas con otros museos o entidades, ni vínculos con la comunidad. Faltan procesos permanentes de apropiación patrimonial. Y no es porque no se quiera, es porque no se tiene cómo, por dónde, con qué, ni quién.

No coincide con las lógicas municipales, la capacidad administrativa, y el poco ejercicio investigativo en y desde el territorio, la construcción de un espacio meramente arqueológico, puesto que los fines de esta Sala Museo, son de difusión de la diversidad cultural, material e inmaterial del municipio, para la construcción de tejido social y como fuente de atractivo turístico, para diversificar las formas de economía territorial y generar oportunidades desde el ejercicio el ecoturismo y el turismo cultural y comunitario.



Bajo esta premisa **encuentra cobijo un espacio de socialización, de puesta en común del patrimonio local, desde donde pueden manifestarse, exponerse e incluirse todo tipo de actividades culturales con proyección social a través del vínculo** con otros espacios como el resguardo Jaidesavi y otras dependencias como la coordinación de juventud, para consolidar la pequeña iniciativa existente en la oficina de cultura, como un museo vivo y comunitario, que ofrezca a la población local en general - haciendo énfasis en los jóvenes- una oferta cultural de disfrute y esparcimiento, **que contribuya con la construcción de entornos protectores y de desarrollo social**, a una comunidad tan afectada por los cultivos ilícitos, el reclutamiento infantil y juvenil, los enfrentamientos de barras bravas, guerrillas y paramilitares, entre otras actividades ilegales, en un entorno carente de oportunidades, de tan “tensa calma” que suele vivir el municipio.

Se tiene a favor la insistencia: muchos espacios se han recuperado para la juventud, como por ejemplo los escenarios para el deporte, los grupos culturales y el fomento al diseño de proyectos de vida que permitan tener una perspectiva más amplia y positiva en un contexto tan complejo.

Gracias a los aportes de la Secretaría de Juventud se vienen generando espacios seguros para la vida en los corregimientos: Grupos juveniles en el corredor la Caucana, Guaimaro, San Miguel. Diagnóstico 2018: 48 grupos juveniles entre constituidos y no constituidos. Plataforma municipal de juventud. Grupos juveniles en Parroquias. Mesas de juventud rural y Red de mesas de juventud, donde se abordan problemáticas de Salud pública, prevención del suicidio y embarazo a temprana edad. Se reúnen en la Asocomunal y el Salón Parroquial.

El resguardo indígena Jaidesavi, es un aliado estratégico con el que se puede trabajar articuladamente para conservar las culturas y tradiciones: sus rituales y conocimientos ancestrales, como por ejemplo actividades para la preservación del idioma Emberá, **la noción de guardianes del territorio en empatía y unidad con la madre tierra**, la confección de atuendos representativos, las artesanías en mostacilla y otras manifestaciones materiales e inmateriales de la comunidad como portadores del conocimiento tradicional.

El museo puede ser un excelente espacio para la juventud si se articula en trabajo con la comunidad y se **cambia el estigma del museo como espacio muerto** que almacena y conserva cosas viejas porque sí.

Se han realizado ejercicios de cartografías de entornos protectores, donde el museo podría llegar a jugar un rol protagónico en la identificación de lugares sobre los que se puede - y debe- actuar. Ya se cuenta con la existencia de piezas patrimoniales y objetos museológicos, pero se tiene muy poco de su incidencia en la cultura. Por ello, se genera una distancia, una brecha abismal entre la colección de objetos emisores, el mensaje enviado desde la institucionalidad y el concepto recibido por la comunidad local, que no responde ante el estímulo, lo que genera deterioro en los procesos de apropiación patrimonial y en la construcción de identidad local. Pero, a favor se tiene el compromiso docente, para fortalecer las acciones por la memoria, la identidad local y el patrimonio, hay compromiso para la construcción de un conocimiento propio.



## Museo Centro Comunitario de Ideas

Es un excelente espacio y una enorme oportunidad de construir un museo bajo los enunciados de la museología social: Un museo comunitario con un guión diverso sobre las iniciativas de emprendimiento a partir de la identificación de necesidades: resolver desde el museo todo tipo de demandas desde, por ejemplo: ¿Cómo encontrar la forma o solución para hacer que un niño pueda sacarle gusto a un café frío, negro y oscuro? hasta ¿qué hacer con la población en situación de cárcel para que sean dueños y gestores de oportunidades comprometidas con la paz, para el futuro?...¿Qué se necesita? Interés, voluntad y acción de la administración municipal para la adecuación de la sede del museo.

Compromiso de los “Servidores Públicos” para liderar las iniciativas conjuntas entre las dependencias administrativas.

Representación de los diferentes segmentos poblacionales, desde la primera infancia hasta miembros del resguardo indígena, comprometidos con la construcción comunitaria de:

## PROPUESTA DE VALOR

- Un museo que vincule a la población en situación de cárcel y los productos que se crean desde el confinamiento.
- Un museo que se consolide a partir de grupos juveniles de vigías del patrimonio. Un museo encargado de liderar la cátedra municipal de Patrimonio.
- Un museo que genere contenidos y materiales didácticos enfocado en los saberes de la población y los recursos de la naturaleza, contra los cultivos ilícitos, y la presencia de grupos armados al margen de la ley.
- Un museo que lidere la creación de productos, bienes y servicios del territorio.
- Un museo que vincule a los jóvenes y su quehacer artístico y cultural como oportunidades de disfrute y acceso a los derechos comunes y culturales.
- Un museo del campesino y sus productos. Un museo con presencia indígena, como presencia viva.
- Un museo para la coexistencia de todos, todas, todes y todxs. Un museo para soñar con un futuro mejor.

¿Qué se necesita?  
Sólo ganas, en realidad.



## CASA MUSEO LUÍS LÓPEZ DE MESA DONMATÍAS, ANTIOQUIA.

Museo Histórico.  
Naturaleza: Pública.

**Palabras Claves:** Industria, identidad local, apropiación comunitaria.

[Donmatías es un municipio ubicado en la subregión Norte del departamento de Antioquia, a 49 kms de Medellín. Fue fundado en 1787 y erigido en 1814. Se destaca como principal actividad económica, la maquila para la manufactura textil de marcas propias y extranjeras o multinacionales. Otras actividades asociadas son los cultivos de madera, la ganadería de porcinos y de leche, siendo el lugar de origen en 1964 de la Cooperativa Lechera de Donmatías, hoy conocida como

Colanta, constituyendo al municipio como parte fundamental de la denominada ruta lechera del Norte.

Posee un corregimiento y dieciséis veredas en las que se distribuyen 18.902 habitantes, de los cuales 12.081 viven en la zona urbana y 6.821 en zona rural (DANE, 2018). El municipio comparte la jurisdicción territorial y administrativa sobre el embalse Riogrande II como fuente de suministro de agua potable y generación hidroeléctrica para la zona metropolitana del Valle de Aburrá. Fue durante muchos años, uno de los municipios víctima de la aguda disputa del bipartidismo político entre liberales y conservadores de mediados del siglo XIX. Cuna del científico y político Luís López de Mesa. La Casa Museo acoge su nombre en homenaje.]





Al llegar al Parque Principal, puedes ubicar rápidamente, diagonal a la Iglesia, al lado de la Alcaldía y desde el kiosco en la plazuela, una casa en una esquina, de paredes de bahareque pintadas de blanco, ventanas color madera y una gran puerta, sobre la que reposa un anuncio en letra cursiva que indica:

Casa Museo Luis López de Mesa.

El inmueble, declarado Bien de Interés Cultural por Decreto 2186 del 5 de septiembre de 1984, es propiedad del departamento de Antioquia, otorgada en comodato al Municipio. Goza de una ubicación privilegiada, accesible y visible, cercana al complejo cultural de Donmatías. Solía ser la casa de la cultura hasta el año 2000, cuando ya no daba abasto y se hizo necesaria la construcción del Complejo Cultural del municipio. La Casa fue subutilizada como bodega, hasta su apertura como Casa Museo en 2016.

Es el único museo en Donmatías, cuenta en la primera planta, con un punto Vive Digital: acceso a internet y sistemas de cómputo; y en el segundo piso, por un acceso independiente, por el portón que da hacia el parque, el espacio que ha sido adecuado para el museo.

## “UN LABORATORIO DE EXPERIENCIAS”

Es el único museo en Donmatías, cuenta en la primera planta, con un punto Vive Digital: acceso a internet y sistemas de cómputo; y en el segundo piso, por un acceso independiente, por el portón que da hacia el parque, el espacio que ha sido adecuado para el museo.

Al entrar, una gran escultura de Luis López de Mesa da la bienvenida al Museo, puesto que esta es su casa natal.



Nos encontramos sobre ese mismo corredor, los dispositivos de bioseguridad ante el covid: termómetro, planilla, tapete, gel antibacterial y señalización de rutas de circulación y normas asociadas.

A cada lado está el acceso a dos de las cuatro salas de exhibición, y al fondo a manera de hall o recepción, las oficinas dotadas de escritorios y equipos de cómputo, donde el coordinador y la vigía reciben a los visitantes.

Contiguo está el patio central, que sirve como espacio para exposiciones temporales e itinerancias. El acceso a los baños, los otros dos espacios de exhibición, la bodega, las escaleras de acceso a la planta inferior y una sala de estar. En general se tiene la siguiente distribución:



Sala 1: Donmatías La Fábrica de Confección más grande de Colombia: Colección Permanente sobre la industria textil del municipio de Donmatías, algunos objetos propiedad de ciertas empresas privadas aliadas y otras piezas propiedad del museo.

Sala 2: Salón de itinerancias: recibidas cada dos meses aproximadamente, las de la Fiesta del Libro de Comfenalco, por ejemplo, han circulado constantemente en este espacio.

Sala 3: Exposiciones Temporales: Exposición Presente, Pasado y Futuro de la Paz en Colombia (2018) del Ministerio de Cultura.

Sala 4: Historia de Donmatías: Colección permanente sobre la historia del municipio, propiedad en su mayoría de la Sociedad de Mejoras Públicas.

Salón principal y bodega de almacenaje de obra. Tiene un formato propio de inventarios en excel, donde se especifica la propiedad de las piezas y sus procedencias.

La Casa posee iluminación natural por la puerta y las ventanas, incandescente y led desde algunos rieles y spots instalados. La infraestructura presenta fallas estructurales evidenciadas en el agrietamiento de columna en la Sala 1, dedicada a la industria textil.

Hay un interés por parte de los dos empleados del museo, en parte por la naturaleza de la formación profesional de Juan David Villa, como historiador, y de Ana Isabel Mira como artista, en levantar información y generar contenidos propios del museo para alimentar la construcción de un guión museológico referente a la historia del municipio y los aspectos representativos del mismo, ya que una de las problemáticas señaladas durante este proceso investigativo, es “la falta de identidad local”. No poseen bienes propiedad de Luís López de Mesa o alusivos a los asuntos que lo hacen un reconocido Donmatieño, pero esto se presenta como una oportunidad de replantear, si es la Casa Museo sobre Luis López de Mesa, o un museo de otra naturaleza, que se ubica en la casa natal de este hombre, político y científico.

Sobre estos primeros aspectos a considerar en la primera encuesta aplicada, *Encuesta por Áreas*, nos encontramos con una infraestructura de calidad, adecuada en términos generales, como un espacio generoso para la actividad museal y ante la oportunidad de construir nuevos espacios para el desarrollo de lo colectivo.

La vinculación del sector privado a través de una marca de jeans de origen, en la puesta en escena de un montaje alusivo a los procesos y técnicas textiles desarrolladas en el municipio, como algo muy característico y exclusivo en su desarrollo económico, se constituye como aliado que contribuye a mitigar los efectos de carecer de una colección propia que realmente represente aspectos sociales, económicos, políticos y culturales del territorio, representación tan necesaria como respuesta para esa “falta de identidad local”, si partimos del enunciado de que los museos locales, se deben a las comunidades que los originan.

Referente a la difusión y prestación de servicios educativos y culturales, la Casa Museo se encuentra limitada en la comunicación de sus actividades ya que dependen de los espacios para las publicaciones a través de las redes sociales de la alcaldía, y no se implementan otras estrategias de marketing o participación en publicaciones, a excepción de una agenda física y virtual con la programación de la temporada, y el voz a voz entre amigos y allegados al museo.



Las actividades desarrolladas son iniciativa de los dos empleados del museo: adicional a los servicios comunes prestados desde estos espacios como la atención de públicos a través de las visitas guiadas, también ofrecen en la programación cultural, un cine club y un club de lectura juveniles. Es también el escenario desde donde se promueve la Cátedra Municipal de Donmatías, como la política pública de educación que promueve un espacio de socialización sobre cultura, patrimonio y construcción de paz en los territorios, desde las escuelas gubernamentales.

Tiene vínculos con instituciones educativas del sector y el museo es visitado por población local, estudiantes, universitarios, turistas y públicos especializados. La institución cuenta con dos personas vinculadas por contrato de prestación de servicios a 10 meses, renovado anualmente, que se distribuyen las responsabilidades y funciones del museo: un historiador que hace el rol de coordinador y una estudiante de artes como auxiliar administrativa y apoyo a las visitas comentadas. Como ellos, varios profesionales, líderes y gestores culturales, hacen frente en su municipio, a la conducta generalizada de irse a las capitales, en búsqueda de más y mejores oportunidades, porque “la gente buena, se va” como se comentó en algún momento de la entrevista para la investigación.

Sobre los aspectos relacionados al funcionamiento del espacio, el mantenimiento y las fuentes de financiación, dependen 100% de los recursos de la administración municipal y perciben regularmente recursos del Ministerio de Cultura de Colombia o del Instituto de Cultura y patrimonio de Antioquia (ICPA) a través de convocatorias públicas a estímulos cuando los funcionarios de la Casa Museo logran concebir un proyecto y este es aprobado por los entes mencionados. Esto ocasiona una dependencia de las voluntades administrativas del alcalde de turno, de las reservas presupuestales (RP) y de los certificados de disponibilidad presupuestal (CDP) para el sector cultural, específicamente asociado al Museo.

Puede ser necesario en estos casos, la creación de corporaciones o agremiaciones de la sociedad civil para darle curso a la gestión presupuestal desde otras fuentes de financiación, para contribuir con la independencia, autonomía y autogestión del espacio, garantizando su sostenibilidad.



# PROPUESTA DE VALOR

El vínculo comunitario civil, organizado, voluntario, agrupado o constituido, refuerza las oportunidades de avanzar en el desarrollo de estrategias para promover la autonomía administrativa, que hace de la sostenibilidad en instituciones de esta naturaleza, aspectos necesariamente asociados a la autogestión, a la representación de los intereses, vínculos y oficios de la comunidad y las alianzas clave, más que a la condena de depender enteramente de las voluntades en las administraciones municipales, quienes tienen, por ley y por función, un rol de garantes de los procesos socio-culturales en pro de la democracia y acceso a los derechos culturales y comunes. En múltiples ocasiones, el panorama político juega en contra, al convertir los espacios culturales en vehículos de ideologías políticas que se ven enfrentadas a su continuidad y la de sus procesos cada 4 años, cuando hay elecciones o empieza a regir un nuevo gobierno.

Es ciertamente un museo joven con una antigua historia, el único en el municipio. Tiene una sede espléndida y bien ubicada, que empieza a ser de interés turístico, nacional y extranjero, teniendo en cuenta además la ruta lechera y la industria textil.

Partiendo de la problemática señalada, de una necesidad de identidad local y producto de la aplicación de encuestas bajo el Mapa de Autorreconocimiento, Mapa de Empatía y el Mapa de Valor, el museo presenta la necesidad inminente de diseñar estrategias de participación comunitarias expresadas desde la iniciativa de crear un laboratorio de experimentación, donde se faciliten espacios de diálogo y creación para generar contenidos propios, liderados por la misma comunidad, que pueden derivar en agremiaciones de la sociedad civil para la apropiación social del patrimonio y la gestión compartida del espacio museal.



¿Qué se necesita para crear el laboratorio de experimentación?:

Adjudicación de la planta baja al Museo, como espacio para el desarrollo de las actividades.

Voluntad y recursos de la administración local, involucramiento de las direcciones de Educación y Cultura.

Proactividad de los gestores culturales vinculados al espacio, para el diseño de la estrategia.

Participación civil e involucramiento comunitario, voluntario o extensivo a las instituciones educativas, para garantizar la participación.

Diseño de planes de acción y gestión estratégica, vinculando las metas y acciones, a las funciones específicas de los empleados del museo, para el cumplimiento de la labor del museo.

Aliados comunitarios, públicos, privados y de la sociedad civil, para la participación local y el apoyo en la gestión y financiación compartida.

## PROPUESTA DE VALOR

Con el diseño, creación y funcionamiento del laboratorio de experimentación, se puede llegar a:

- Satisfacer la demanda de actividades para el público escolar, local, turistas y extranjeros, generando a su vez una agenda cultural y educativa desde el museo.
- Generar procesos autónomos internos en el museo, que contribuyan a su independencia y sostenibilidad.
- Crear contenidos propios que contribuyan con solucionar la problemática de la carencia de identidad local.
- Apertura de canales y medios de comunicación directos e indirectos del público con su museo y viceversa.
- Establecer vínculos comunitarios a partir del intercambio, puesta en común y generación de conocimientos.
- El ejercicio constante de apropiación social del patrimonio y del espacio del museo como acciones permanentes, a partir de dinámicas que contribuyen al desarrollo comunitario, al vínculo afectivo y al fortalecimiento del tejido social.



# MUSEO HISTÓRICO Y COMUNITARIO DE GUATAPÉ

## GUATAPÉ, ANTIOQUIA.

Museo Histórico  
Naturaleza: Pública

**Palabras Claves:** Turismo, Memoria Histórica, Infraestructura, Oferta cultural.

[Guatapé es un municipio en la subregión Oriente del departamento de Antioquia, ubicado a 79 kms de Medellín. Fue bautizado en honor al Cacique Guatapé, antiguo poblador de estas tierras antes de la llegada de los conquistadores. Fue fundado en 1811 y erigido como municipio en 1867. En 1970, Empresas Públicas de Medellín, realizó la construcción del embalse hidroeléctrico de Guatapé, inundando totalmente al municipio de

El Peñol, y a 2.262 hectáreas de jurisdicción de Guatapé, destinadas a la producción agrícola, obligando al cambio de actividad económica de sus pobladores, de la agricultura, al turismo.

Tiene una población total de 8.363 habitantes, de los cuales 5.420 se ubican en zona urbana y 2.943 en zona rural, (DANE, 2018) distribuidos en las 8 veredas pertenecientes al municipio. Actualmente, es el segundo sitio de interés turístico más visitado del departamento, después de Medellín, quizá por ser “un pueblo entre montañas, a orillas de su propio mar”. Hay alta demanda de turismo religioso, ecoturismo y turismo de aventura.



El pueblo se caracteriza por su colorido y tradicionales zócalos, y su oferta se relaciona al disfrute de actividades acuáticas y la estancia en hoteles boutique, fincas recreativas de alquiler o glampings.

La gentrificación de este destino turístico y la venta y valorización de los predios privados y municipales, ha ocasionado el desplazamiento de la población oriunda del lugar.]

En el momento de la visita, el Museo Histórico y Comunitario no contaba con una persona a cargo de forma permanente, entonces fue necesario solicitar una cita previa para su apertura. Nos recibieron en la oficina de Turismo Municipal, ubicada en el primer piso de la Alcaldía, en una casa esquinera del Parque Principal. Caminamos desde la oficina, entre casas coloridas, zócalos y tiendas de suvenires, dos cuadras hasta el Museo.



## “LO QUE SOMOS, LO QUE FUIMOS Y LO QUE SEREMOS”

Un andén de piedras y pronunciada inclinación te conduce por la Calle del Recuerdo, hasta el zócalo de los tradicionales cargueros que adorna el inmueble del Museo, sobre la puerta se lee el anuncio:

Museo Histórico y Comunitario de Guatapé.

Entramos a una construcción nueva, tipo colonial de medio patio y dos plantas. Al cruzar el zaguán, se encuentra en el patio el escritorio, que hace las veces de recepción. Nos encontramos a la izquierda, el primer espacio de exhibición: la Sala Historia, allí se expone una colección de objetos antiguos asociados a oficios desarrollados en el municipio: planchas de ropa, máquinas de escribir, de coser, cámaras fotográficas y teléfonos. Contiguo en ese mismo espacio se ubica en una estantería, la representación del Gabinete de Ramón Giraldo, dentista del pueblo, con la silla en la que ejerció su oficio.



El recorrido continúa con otro conjunto de elementos tradicionales como vajillas de peltre, estribos de sillas de caballos, cepillos de madera para ejercer carpintería, calculadoras antiguas y cajas para medir los granos. La mayoría de estas piezas han sido donaciones de los habitantes del pueblo, pero carecen de su información de origen. Cada conjunto exhibe una ficha temática tamaño carta con una explicación genérica sobre el conjunto.

Continuando el recorrido, nos encontramos con la Brújula del ARC Boyacá, un barco de la Armada Colombiana, que en algún momento se quiso reconstruir en el embalse como atractivo turístico, pero el proyecto no continuó, y algunas de las piezas fueron robadas.

Nos encontramos luego, con la colección arqueológica, nutrida de los hallazgos en el municipio. Se exhibe en estanterías y en dos bellas vitrinas antiguas, que le dan un estilo clásico a la exhibición. Sobre una de ellas, se dispone una ficha informativa que resume el pasado indígena y la población del territorio por parte de los Tahamíes.

Salimos de esta primera sala histórica y nos encontramos con otro pequeño espacio de exposiciones temporales y la bodega.

Sobre la pared adyacente a las escaleras, una breve reseña sobre la elaboración de los característicos zócalos del municipio, acompañado de las plantillas tradicionalmente usadas en los diseños. Luego, el escritorio con un equipo de cómputo, una pequeña cocineta y el baño.

En la planta superior, subiendo por las escaleras, se encuentra un espacio de exhibición amplio, con un gran ventanal y vista al parque. Está equipado con un televisor de 50" y parlantes para reproducir material audiovisual. Cuenta con sistema de iluminación de rieles con spots. El recorrido se realiza en "U" entorno al patio. Aquí termina el espacio expositivo y realizamos nuevamente el descenso.



Las actividades hasta ahora desarrolladas en el Museo, son las reuniones de mujeres en artes, y otras relacionadas a la propuesta de reactivación del grupo de Vigías del Patrimonio. El espacio se encuentra en buen estado salvo una humedad en la bodega. Está siendo subutilizado, no hay apertura permanente al público, los recorridos o visitas guiadas son agendados y se realizan muy ocasionalmente proyecciones audiovisuales y talleres dirigidos por personas externas.

El museo no cuenta con medios de comunicación propios, depende de la generación de un evento esporádico para difundir en las redes de la Alcaldía, no participa de publicaciones, no tiene estrategias de comunicación, ni mercadeo digital.

Es visitado ocasionalmente por los estudiantes de las instituciones educativas municipales y por los turistas cuando se encuentra abierto. Su financiación depende en un 100% del Municipio, aunque este año han sido beneficiarios de un pequeño estímulo del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, para desarrollar una iniciativa virtual del Museo como plataforma para el talento local.

Se han presentado dificultades en la continuidad en los procesos que se generan en el Museo, por los cambios de periodo de gobierno o tras una nueva contratación. Hay dificultades administrativas para contratar una persona de forma permanente y encargada en exclusividad de las funciones y gestión del museo, por la falta de personas con perfiles idóneos y con voluntad para liderar los procesos en este espacio.



A favor, entre las oportunidades y fortalezas identificadas, reconocemos que es un sitio de mucho valor para la construcción de la memoria histórica y colectiva de la comunidad. Posee además, una buena infraestructura para el ejercicio museológico, bien equipado, con conectividad a internet, con un flujo de turismo constante y con la posibilidad de vincular Vigías del Patrimonio o voluntarios, para desarrollar trabajos colectivos desde el museo.

Es prioritario el establecimiento de una misión y una visión, estructuradas en el marco de un Plan Museológico propio y un Plan de Acción, realizando su correcta y oportuna difusión entre el personal relacionado al Museo, con los líderes de los segmentos de públicos, como artistas, artesanos y docentes; y con la Administración Municipal,

pues este documento se configura como la hoja de ruta de gestión y declaración de intereses y debe ser incluido en los planes de cultura o planeación estratégica del municipio, en Turismo, Educación y Cultura.

A la fecha de esa investigación se esperaba la reactivación del museo. Es importante que las alcaldías municipales, y los entes de administración municipal, conozcan el alcance que tiene la apertura de infraestructuras culturales como lo son los museos, su rol y su importancia en la construcción social y desarrollo territorial, como un espacio que no solo cuenta el contexto histórico en el que se está inmerso, sino también un espacio de socialización, de compartir la existencia en el presente, y nuestra proyección al futuro.



# PROPUESTA DE VALOR

Un lugar con una población tan diversa y variable, entre locales, turistas y foráneos, concentrados en estratos socioeconómicos tan diversos, requiere de estrategias que contribuyan a la construcción de identidades locales y reconocimiento histórico.

Es necesario para la gestión institucional, consolidar una misión y visión que oriente las acciones del museo para su sostenibilidad, no sólo en términos financieros, sino en los procesos que desde allí deben liderarse. Se propone que la persona a cargo del museo dinamice estrategias de apropiación social del espacio, para abrir las puertas a la creación de contenidos propios que puedan circular en el Museo, como plataforma de difusión local a través de exposiciones temporales, ferias de arte, encuentros educativos, presentaciones culturales entre otros, que contribuyan a hacer del Museo Histórico y Comunitario, un espacio vivo, permanentemente habitado y abierto a la comunidad local y al turista, como epicentro cultural del municipio.

Teniendo una infraestructura establecida, y generando alianzas con la secretaría de turismo, lo que resta son pequeñas acciones permanentes, que puedan generar y consolidar procesos artísticos, sociales y culturales con la comunidad, que contribuyen con:

- La construcción de tejido social.
- La diversificación de la oferta cultural del municipio.
- La conformación de grupos civiles, de líderes culturales empoderados para el fortalecimiento de la actividad cultural y con ello, la identidad local.
- La gestión de recursos para su funcionamiento.
- La difusión del talento y patrimonio local, con sus habitantes y turistas.
- La reactivación y actividad permanente del espacio museal.
- La gestión compartida del espacio museal.

Recordamos que el ‘apellido’ del Museo no es sólo “Histórico”, sino también “Comunitario”.



## MUSEO HISTÓRICO Y COMUNITARIO DE EL PEÑOL EL PEÑOL, ANTIOQUIA.

Museo Histórico y comunitario.  
Naturaleza: Privada.

**Palabras Claves:** Voluntariado, Memoria Histórica, Gestión compartida, Contenidos propios.

[El Peñol es un municipio de la subregión Oriente del departamento antioqueño, ubicado a 69 kilómetros de Medellín. El pueblo fue originalmente fundado en 1714, y erigido como municipio en 1774. Al igual que Guatavita, en Cundinamarca, pasó de ser un pueblo agrícola, a un pueblo nuevo con formas de economía, por la construcción de la Hidroeléctrica en 1978.

Sus zonas urbanas fueron completamente sumergidas con la firma del Contrato Maestro entre el Municipio de El Peñol con las Empresas Públicas de Medellín, para la construcción del embalse. El hecho partió la historia del municipio en dos: conocemos entonces a ese pueblo de antaño como “Viejo Peñol” y a la emergente población como El Peñol o “El Ave Fénix de Antioquia”. Con un moderno estilo arquitectónico, se construyó un nuevo pueblo, que se caracteriza por tener mayor espacio público por persona, pero no logra definir una centralidad. Les costó adaptarse al cambio de sus propias lógicas y crear tejidos sociales en su nueva distribución urbana.



Tiene una población total de 21.049 habitantes, distribuidos en su zona urbana con 11.022 y en la rural con 10.027 (DANE 2018) distribuidas en las 24 veredas pertenecientes al municipio. Actualmente se dedican al turismo, aunque en menor escala que el vecino Guatapé. Tienen las mismas facilidades para deportes acuáticos y la navegación, posee además atractivos turísticos como la Piedra El Marial y la Piedra de El Peñol, las estadías en glampings y sus recientemente inaugurados recorridos en helicóptero.]

El Museo Histórico El Peñol se ubica en el segundo piso sobre la plaza de mercado municipal, en el “Centro de Servicios Múltiples Arsecio Botero” infraestructura para el desarrollo comunitario del municipio, integrado por la Biblioteca municipal, las oficinas de bancos y cooperativas, la plaza de mercado y una plazoleta con una fuente en el medio, que aunque pequeña, bien puede cumplir ahora el rol de parque principal.

Para el acceso al gran edificio con remate en cúpula que es el Museo, debes subir unas escaleras en espiral, llegas a la puerta del museo, a la derecha hay una cafetería y un puente de acceso a la biblioteca pública.

## EL PATRIMONIO CULTURAL TIENE QUE SERVIR PARA ALGO.

Te recibe un sonriente grupo de Vigías del Patrimonio. Este centro cultural es administrado por la Fundación Amigos del Museo mediante el voluntariado cultural de jóvenes y adultos vigías. El Museo no tiene costo de ingreso, propone un aporte voluntario consignado en una urna, que se reparte entre los vigías cada fin de mes.



También se realizan gestiones de apoyo económico para cubrir los costos de la educación profesional de estos voluntarios, así como salidas pedagógicas e intercambios culturales a otros municipios por dentro y fuera del departamento, como estímulo para seguir desarrollando las competencias necesarias para el ejercicio voluntario.

El espacio cuenta con un auditorio principal, al lado la colección de fósiles y mineralogía, al frente, la sala de arqueología y al seguir por el pasillo al fondo, la gran sala principal, un hall circular que se usa como espacio expositivo para la colección histórica sobre el municipio, en ocasiones como auditorio auxiliar para música de cámara por la acústica de la cúpula, o también para los montajes de exposiciones temporales o itinerantes.



Al ingresar al gran salón, al costado izquierdo, hay una rampa de acceso que recorre esta desafiante forma circular (en términos museográficos) como recorrido por la historia del pueblo, desde su fundación hasta la firma del Contrato maestro que condujo al éxodo del Viejo Peñol para la construcción de la central hidroeléctrica. La colección la componen pinturas actuales y de la época, retratando personajes y momentos del pueblo, dibujos de espantos, esculturas, objetos litúrgicos de la vieja iglesia, banderas, símbolos patrios y otros fragmentos del Viejo Peñol, literalmente, que cuentan su historia a partir de la generación de guiones y contenidos propios.



Sales del gran salón y encuentras la sala de la colección bolivariana, la bodega, el centro de documentación, las oficinas y los baños, y de regreso cerrando la circunferencia del lugar, un gran mural del maestro Carlos Alberto Osorio, contando la historia de lo que fue y ahora es El Peñol.

El Parque Temático Réplica del Viejo Peñol, es un complejo con fines turísticos con el objetivo de recuperar la memoria histórica del municipio, mediante la reconstrucción de la misma iglesia y de las pequeñas casas antiguas del Viejo Peñol, habilitadas actualmente como restaurantes y tiendas de artesanías para el comercio. En este lugar, a 2.6 km de su sede principal, el Museo cuenta con una sede alterna para promocionar y difundir un breve resumen de sus contenidos, desde donde también se gestionan actividades complementarias a la agenda cultural del Museo, en un ejercicio de resistencia, ante la constante disputa con la administración municipal, por la destinación de este espacio para otros fines no culturales.





En vez de tener misión tienen un manifiesto, construido por los voluntarios vigías del Patrimonio Cultural en su Plan Museológico 2020 - 2030.

“El Museo Histórico de El Peñol es parte de la comunidad... el museo es un espacio de sociabilidades, de significados y de emociones, orientadas hacia la construcción de paz.”

...”El Museo busca ser un instrumento para fortalecer la idea que la comunidad tiene de sí misma y para ganar espacios de autodeterminación”...

...”Construir nuevas relaciones de respeto y equidad, el Museo valora la cultura campesina, organizando espacios para escuchar sus voces”...

...”Aquí la memoria deja de ser una nostalgia del pasado para convertirse en un activo del presente”.

“El Museo es un referente de estudios ambientales para la interpretación del territorio local y regional”

“El Museo es un lugar de encuentro para los niños”

“ El Museo promociona el turismo ... para enseñar el respeto por las identidades y la valoración del patrimonio...“El Museo Histórico procura conformar y fortalecer una red de profesionales de El Peñol...vínculo con su tierra natal, para reconocer talentos locales, acercándolos a los nuevos procesos sociales”.

Tomado de Plan Museológico el Peñol 2020 -2030

**PROPÓSITO**

El Museo Histórico de El Peñol promueve procesos generando ideas de transformación social y fortaleciendo la identidad cultural; mediante activaciones museográficas que contribuyen a educar para la formación de una ciudadanía participativa y analítica.

Plan Museológico 2020 - 2030

# MANIFIESTO

- Nosotros, **Vigías del Patrimonio Cultural**, voluntarios cívicos operadores del Museo Histórico de El Peñol, conscientes de la trascendencia que tiene esta institución cultural para la actual y las futuras generaciones, desde su fundación en 1986, hacemos público el presente manifiesto de los principios inspiradores del Plan Museológico 2020 - 2030:
- El Museo Histórico de El Peñol es parte de la comunidad, expresada ésta en sus distintas manifestaciones culturales y espirituales. Se concibe como un espacio de encuentro para el diálogo intergeneracional de los peñoleros y de las demás identidades asentadas en su jurisdicción. Las exposiciones y las agendas culturales promueven siempre este principio. El museo es un laboratorio de sociabilidades, de significados y de emociones, orientadas hacia la construcción de la paz.
- El museo reimagina las nuevas visiones del mundo ante los constantes cambios y las incertidumbres sociales. Aquí las colecciones se convierten en documentos para hacer un avivamiento de la cultura. El museo busca ser un instrumento para fortalecer la idea que la comunidad tiene de sí misma y para ganar espacios de autodeterminación, mediante la exposición y representación de sus saberes.
- Con el objetivo de construir nuevas relaciones de respeto y equidad, el museo valora la cultura campesina, organizando espacios para escuchar sus voces y sus memorias, con el fin de valorar estos lenguajes como patrimonio.
- Los contenidos obtenidos en el “Programa de Recuperación de la Memoria Cultural” y sus trabajos académicos posteriores, se difunden constantemente en el museo, fortalecen la catedra de identidad local en los establecimientos educativos y sirven de inspiración permanente para nuevas creaciones artísticas y literarias. Aquí la memoria deja de ser una nostalgia del pasado para convertirse en un activo del presente.

El museo la tiene clara. Cada enunciado del manifiesto corresponde con acciones consecuentes para lograrlo, con instituciones aliadas, convenios, intercambio de bienes y servicios, gestión sostenible y voluntad. Este ha sido el ejemplo más claro de que la gestión compartida es la clave para su sostenibilidad: acceden a recurso público, gozan del inmueble en comodato con el municipio, pero realizan la gestión interna de forma independiente a través de un modelo de Fundación, que les brinda autonomía no sólo en lo administrativo, sino también en la generación de actividades y contenidos. Esta figura legal les ayuda a mitigar -con dificultad- los efectos de la falta de una Ley Nacional de voluntariado, o la ausencia de un salario fijo como prestadores de servicios culturales. Así las cosas, cada cual cumple con su rol social: un “Estado garante” que les pone una sede y en mayor medida, una asociación civil y voluntaria que lo hace posible, a través de un proceso de “desasnar” a los representantes políticos.

Entre las cosas particulares que le pasan a este Museo, se encuentran las situaciones para las que algunas veces es tenido en cuenta: Durante la pandemia del COVID 19, los espacios del Museo Histórico el Peñol entraron en los planes de gestión y atención del riesgo como posibles sedes alternas del Hospital, para ser habilitadas como unidades de cuidado de pacientes contagiados.

En alguna otra oportunidad, los voluntarios del Museo fueron contactados para determinar qué hacer con los recursos del Gobierno Nacional para la reparación social de los municipios víctimas del conflicto armado, y sugirieron la creación de una Universidad para la Paz: un centro de formación profesional, desde donde se generarán oportunidades de acceso a la educación y con ello, al crecimiento y desarrollo personal para la población de El Peñol. Al Museo le preocupa la función del patrimonio, pues su musealización no debe ser meramente contemplativa, el patrimonio debe tener una función social sobre la cual trabajar, debe servir para algo.



# PROPUESTA DE VALOR

El Museo Histórico El Peñol se reconoce en sus propias dimensiones: en sus metas y alcances, en sus recursos, sus bienes, sus servicios y sus necesidades, trabaja constantemente para servirle a su comunidad. Bajo los enunciados de la Museología social, buscan incidir positivamente en el diseño y puesta en marcha de los proyectos de vida de niños, niñas y jóvenes a través de sus bienes y servicios educativos y el fortalecimiento del pensamiento crítico, generando impacto positivo en la vida de los jóvenes en un municipio con una población donde el 48.2 % son jóvenes entre los 14 y 28 años de edad.

Con ello, el museo pretende:

- Diversificar la oferta cultural del municipio, para los habitantes locales, el turista y el público internacional.
- Establecerse como un espacio para el intercambio de bienes, saberes y servicios como productos de la construcción conjunta de conocimientos con la población local, no local y los migrantes, que se han consolidado como una población específica en crecimiento, con alto impacto en las dinámicas sociales, culturales y económicas del municipio.
- Trabajar en el fortalecimiento de relaciones de mutuo beneficio, reciprocidad y confianza.
- Gobernarse bajo formas propias de administración de los recursos materiales e inmateriales, bajo modelos de gestión autónoma.
- Propender por leyes de voluntariado que retribuyan la labor realizada garantizando escenarios óptimos de trabajo con estímulos y beneficios.
- Mejoras metodológicas en los procesos de acompañamiento e intervención social.
- Liberar de culpas a aquellos que se sienten aún responsables por el destino de El Peñol tras la firma del Contrato Maestro que dio origen a la hidroeléctrica de Guatapé.
- Incidir política, social, económica, ambiental y culturalmente en el destino del municipio y de su población.



## SALA MUSEO JOSÉ MARÍA CÓRDOBA EL SANTUARIO, ANTIOQUIA.

Museo Histórico y de Sitio.  
Naturaleza Pública.

**Palabras Claves:** Colecciones,  
Independencia, política, ideología, historia,  
monumento.

[El Santuario es un municipio de la subregión Oriente del departamento de Antioquia, ubicado a 57 kilómetros de Medellín. Fue fundado en 1765, bajo la jurisdicción de Marinilla hasta 1838, año en el que fue erigido como municipio. En 1829 se llevó a cabo la batalla entre el Ejército Grancolombiano contra el ejército de la Libertad, donde fue asesinado por el teniente coronel irlandés Rupert Handel, el general José María Córdoba mientras

reposaba en la casa donde se refugiaba herido, durante la primera guerra civil de la República de Colombia. Córdoba, el Libertador de Antioquia no estaba de acuerdo con la autoproclamación de Simón Bolívar como presidente de la república, el resto es historia patria.



[El Santuario actualmente, se conoce como la despensa de Antioquia por sus cultivos de hortalizas, papas, legumbres y frijoles. La ganadería, la avicultura, la industria textil y el comercio. Su población está integrada por 35.422 habitantes, 24.614 de ellos son población urbana y 10.808 población rural, distribuida en sus 36 veredas (DANE, 2018). Se dice que el nombre del municipio se atribuye al establecimiento de un santuario dedicado a la virgen de Chiquinquirá, sobre un poblado indígena Tahamí o Pantágora, del cual no se posee mucha información.]

**“TODOS HEMOS JURADO SOSTENER LA LIBERTAD DE LA REPÚBLICA, BAJO UN GOBIERNO POPULAR, REPRESENTATIVO, ALTERNATIVO Y ELECTIVO, CUYOS MAGISTRADOS DEBEN SER TODOS RESPONSABLES; Y SIN RENUNCIAR AL HONOR, NO PODRÍAMOS PRESTAR NUESTRA QUIESCENCIA A LA CONTINUACIÓN DE UN GOBIERNO ABSOLUTO, NI AL ESTABLECIMIENTO DE UNA MONARQUÍA, SEA CUAL FUERE EL NOMBRE DE SU MONARCA”.**

**CARTA DE CÓRDOVA A BOLÍVAR, 1829.**



En el costado suroccidental del Parque Principal de El Santuario, se levanta poderoso el monumento de José María Córdova y a unos pasos de este, en el primer piso del edificio de la Alcaldía Municipal, se encuentra el museo de sitio donde fue abatido el General. De la casa original sólo se conserva parte del muro de la fachada frontal, la puerta, las ventanas y escalinatas han sido añadidas a una infraestructura custodiada por paneles de vidrio, como al interior de una urna, declarada Bien de Interés Cultural de la Nación. Múltiples placas conmemorativas y de actos políticos se incrustan en la fachada de ingreso a la sala. Se tiene la costumbre de recibir, el 17 de octubre de cada año en un acto protocolario, algún presente por parte del Ejército Nacional en cabeza de la Escuela Militar de Cadetes “José María Córdova.”

Es un museo que por su historia, sus piezas y contexto, tiene un fuerte tinte político dependiendo del lado de la historia desde donde ubica el emisor su discurso, y el visitante su percepción. Es en realidad una sala museo, fundada según los libros de registro en 1929, por el abuelo del humorista Montecristo, quien también tiene un espacio museal para la difusión de su obra en una sala frente a este museo histórico. Posee una colección de diversas características asociadas al General: una protagónica escultura del maestro Octavio Montoya, que inmortaliza los instantes previos al asesinato del Héroe de Ayacucho el 17 de octubre de 1829. En el suelo, una cruz marcada con rojo indica el punto exacto donde se dicen que cayó tendido su cuerpo tras los sablazos de Hand. Un mural de la guerra, autoría de Ramón Vásquez, objetos y réplicas de objetos personales como su sable (ya que el original está en posesión de las Fuerzas Armadas de Colombia) documentos, pinturas, banderas, terrarios, atuendos. Algunas de estas piezas correspondientes a la época o propiedad del personaje, además, pequeños trofeos entregados por las Fuerzas Militares en actos conmemorativos anuales, y otras donaciones de personas naturales entregadas al museo, que si bien no se asocian a los hechos históricos que allí se representan, se utilizan en el discurso para ejemplificar o ahondar en el contexto en el que se desarrolla esta historia, a través de las piezas, todas ellas, en exhibición.

La infraestructura tiene un reforzado circuito cerrado de televisión que monitorea la seguridad de las colecciones. No cuenta con control de la iluminación, teniendo en cuenta que se expone a los cambios lumínicos del día. No posee espacio suficiente para almacenaje de piezas o para el desarrollo de actividades adicionales a la visita, que podrían complementar el recorrido como estrategia de interpretación, en un museo con una temática que ha tocado la fibra política, ideológica y social de muchos colombianos.



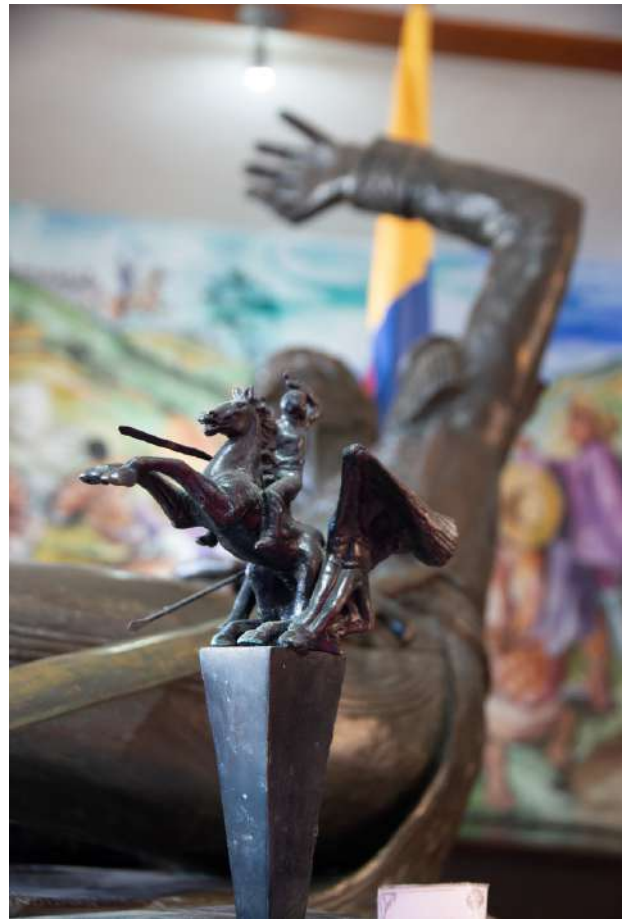
El Museo no posee misión, ni visión, más allá de mantener viva la memoria de uno de los personajes más importantes de las batallas de la Independencia en Colombia. Su sostenibilidad depende 100% de los recursos de la Alcaldía Municipal, aunque ésta no tiene un presupuesto anual asignado para su funcionamiento. Tiene una única colección permanente pendiente de renovación museológica. Se manifiesta el deseo y la necesidad de un nuevo diseño museográfico, donde se incluya el material audiovisual propiedad del museo y disponible para su uso. No posee estrategias de marketing y realiza difusión a través de correo electrónico. Publica ocasionalmente, plegables del museo y ha participado de publicaciones gestionadas por terceros como contenido complementario de guías de museos de la Red de Museos de Antioquia, o notas asociadas a las conmemoraciones de JMC.

Tiene vínculo con instituciones educativas de primaria y secundaria del municipio, pero requiere generar contenidos educativos, pedagógicos o ejercicios de mediación para atender específicamente sus segmentos de públicos, con la generación de talleres, seminarios, material didáctico, entre otras estrategias de interpretación. El público local desconoce la existencia del museo, o se ha convertido en “parte del paisaje”, el público escolar no puede visitarlos en sus jornadas académicas, debido a las limitaciones de la póliza de cobertura, y claramente, la emergencia generada por el covid. El público universitario en general, no manifiesta intereses investigativos y los visitantes especializados, no comparten con la institución los productos de sus investigaciones.

El segmento de públicos de mayor afluencia es el turismo.



Actualmente, el Museo cuenta con una persona que comparte sus objetivos contractuales con otras funciones asociadas a la Secretaría de Educación y Cultura. En síntesis, hay falta de recursos humanos para la gestión del museo, (por contrato, voluntariado o servicio social) al menos una persona, que de forma permanente, se dedique exclusivamente a la gestión y administración del espacio museal, a sus actividades de educación y promoción con los segmentos de públicos. A las actividades de conservación necesarias, promoviendo y solicitando capacitaciones, auto formándose a través de los diferentes medios para tales fines, por ejemplo el Programa de Fortalecimiento de Museos. O a través de alianzas con instituciones y museos nacionales de características similares o historias comunes, como la Academia de Historia, el ICANH y los investigadores y estudios sobre la Independencia de Colombia, el Museo Quinta de Bolívar, la Casa del Florero y la Casa Natal José María Córdova en Concepción.



En los problemas o necesidades, se identificó la falta de contenidos propios, generados por el museo, donde puedan coexistir con claridad, las diferentes versiones en torno a este personaje histórico. La falta de renovación en los contenidos también fue una problemática identificada, ya que el visitante local, tiene la impresión de que “ya lo ha visto todo y no hay novedad” y el turista “no necesita volver porque ya lo conoció”. Requiere entonces, la construcción de un guión museológico y una renovación museográfica, adicionalmente, el diseño de una agenda o programación, puesto que no genera oferta cultural en torno a sí mismo.





# PROPUESTA DE VALOR

A un museo de esta naturaleza: de la historia de la Independencia de Colombia, de sitio, con colecciones invaluable y gran atractivo turístico de la región, debemos prestarle un poco más de atención. Es deber fortalecer los vínculos con sus aliados: Instituciones educativas, Semillero de Historia, Fuerzas Militares y por supuesto, la Alcaldía Municipal.



Una opción sería dejarlo como un monumento sin más ni más, pero sería un despropósito, puesto que tiene un sinnúmero de oportunidades para consolidarse como un centro de pensamiento crítico, de revisión histórica, de estudio, como parte de la oferta cultural del municipio, donde sus primeros beneficiarios pueden ser los niños, niñas y jóvenes integrantes del semillero de historia.

Como aspectos claves para la sostenibilidad, deben generar espacios de encuentro con la comunidad; donde se puedan ofrecer actividades culturales, que sirvan también como espacios de diálogo en torno al patrimonio local. A las necesidades en el ámbito cultural y a las estrategias que pueden llegar a implementarse para fortalecer los vínculos del museo con la población, a quien se debe el Museo. Con el turista, como mayor público de afluencia y con los grupos escolares, a través de la cátedra municipal y/o actividades que fortalezcan la agenda cultural y permitan los procesos de autoconocimiento, conocimiento y reconocimiento colectivo sobre las identidades, para el aprovechamiento de los recursos o infraestructuras culturales, para la educación, el estudio, el deleite y el turismo. Para el crecimiento social y desarrollo económico de la región.



## MUSEO PABLO JARAMILLO SONSÓN, ANTIOQUIA.

Museo de arte  
Naturaleza: Pública

**Palabras Claves:** Taller, cerámica, infraestructura cultural, segmento de públicos, arteterapia.

[Sonsón es un municipio de la subregión Oriente del departamento de Antioquia, ubicado a 109 kms desde Medellín. Fue fundado en 1800 y erigido en 1908. Es el municipio más extenso de la subregión. Posee todos los pisos térmicos, desde el clima templado cerca al Magdalena Medio, hasta el páramo en las inmediaciones de su cabecera municipal. Tiene 36.321 habitantes de los cuales 17.169 vivían en la zona urbana, y 19.152 en el área rural (DANE, 2018).

Entre sus principales actividades económicas está la producción de higo y el cultivo del maíz, que poco a poco ha sido reemplazado por los cultivos de aguacate, muchos de ellos en el pie de páramo, afectando la sostenibilidad de los ecosistemas. También realiza la explotación de recursos minerales como la piedra caliza y el mármol. Elites trabajadoras, desde instituciones como la sociedad de Mejoras públicas, la Casa de la Cultura, o profesionales oriundos del municipio, han procurado un amplio desarrollo cultural y patrimonial para Sonsón, que ahora se ve reflejado en los



festivales y grupos conformados de música, teatro, danza, las tejedoras por la memoria de Sonsón, los procesos de restauración de inmuebles, la creación del Plan Municipal de Cultura y el PEMP del Centro Histórico y por supuesto, la creación de museos, articulados en su mayoría desde la Red de Museos de Sonsón.]

El maestro, ceramista y pintor Pablo Jaramillo Jaramillo nació en Sonsón en el año 1938, comenzó sus estudios de arte en la Universidad Nacional sede Bogotá y su primera exposición la tuvo a la edad de 24 años en el Municipio de Sonsón en el año 1962. Desde ese momento ha creado un amplio número de obras en diferentes materialidades en las cuales se destacan los murales en módulos repetitivos, que ascienden a más de 35 en varias ciudades de Colombia, en el Municipio de Sonsón se cuenta con siete de ellos.



## EL PODER TRANSFORMADOR DEL BARRO

En el año 2010 el maestro hace entrega de 500 obras de arte al Municipio de Sonsón para la creación del museo, y es en el aniversario número 212 del pueblo, el 4 de agosto del año 2012, que se inaugura el Museo Pablo Jaramillo Sonsón en la Ciudadela Educativa y Cultural El Lago. La Ciudadela Educativa y Cultural El Lago, ubicada a las afueras de la cabecera municipal, en la vía que desde Sonsón conduce a Medellín, es una infraestructura cultural diseñada en el marco de una política del gobierno departamental para la dinamización social que tenía como finalidad, el disfrute de las actividades culturales y la innovación a través de una orientación hacia el sector productivo, como activador de vocaciones económicas regionales y nociones de emprendedurismo, a partir de la construcción de infraestructuras con las políticas de accesibilidad física de la época, en cuatro municipios del departamento: Yarumal, Urao, Copacabana y Sonsón.

Fue construida en 2007 y entró en funcionamiento en 2008, en el Parque Etnobotánico El Lago, como un espacio de participación ciudadana. Es actualmente sede de la Secretaría de Educación, Cultura y Deporte, la Biblioteca Municipal Miriam Correa Palacio, el Punto Vive Digital Plus y por supuesto el Museo Pablo Jaramillo y su Taller de Cerámica.

Es un edificio de dos pisos, arquitectura moderna, amplios muros blancos y ventanales en vidrio. El Museo fue fundado en 2012, Posteriormente en el año 2014, nace el Taller de Cerámica. Posee registro SIMCO y es de acceso gratuito. Al ingreso, por rampa o escaleras, está el acceso al edificio, en la fachada se anuncia el letrero del museo y el sello de la Sociedad de Mejoras Públicas, sobre la izquierda, se encuentra el acceso a la biblioteca y de frente, al fondo, se encuentra un mosaico de cerámica con el retrato y la firma del Maestro Pablo Jaramillo. Aca comienza la visita al espacio museal, por una serie de afiches y documentos relacionados con su trayectoria artística y piezas de modulaciones cerámicas realizadas por el maestro Pablo, que se extienden por las paredes de la rampa de acceso a la segunda planta.



Luego, se accede a través de una vidriera que permite pasar la luz natural, a la sala de exposición principal. En las paredes podemos apreciar otras modulaciones y muros en piezas de mosaico como los que se encuentran en diversas instituciones del municipio. Sobre las bases se ubican las piezas escultóricas, y en un diseño museográfico de cubículos blancos, diferentes piezas de la colección que ilustra, no sólo las diversas facetas del maestro como artista, sino los distintos momentos y estados de la elaboración de las piezas con la técnica del modelado del barro: piezas crudas, cocidas, quemadas, barnizadas... La muestra en este espacio se acompaña de pinturas de otros artistas, como por ejemplo, “homenaje a la teja” de Pedro Pablo Lalinde con temáticas alusivas y complementarias al discurso museológico. En este espacio también hay una sala de estar para tener la oportunidad de hacer una pausa en el recorrido.

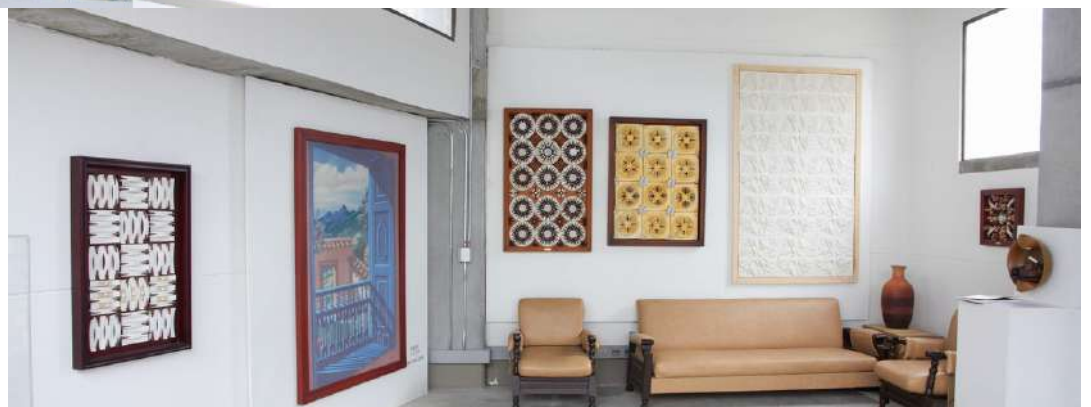


El espacio restante del Museo, es el taller de cerámica, sobre la pared, un mosaico de ollas en barro. Dos tornos, un horno, dos mesas y sillas, una pozeta y un mueble para almacenar las obras en proceso de los estudiantes del taller de cerámica.

La colección se compone en su mayoría de las obras del Maestro Pablo, alrededor de 750 piezas, de las cuales el 30% aproximado, se encuentra en resguardo en la bodega contigua a la sala principal. Las piezas están en su mayoría, registradas en el formato de fichas de patrimonio mueble del Ministerio de Cultura y el 100% de ellas, en el inventario del municipio de Sonsón, con póliza de seguro. Tiene exposiciones permanentes y temporales pero no genera agenda expositiva o cultural.

Se sirve de las redes sociales de la Red Museos de Sonsón, para la difusión de los eventos específicos que realizan de forma esporádica, participando en las publicaciones que se generan desde la coordinación de la red. Antes de la apertura del Museo, se realizó la publicación de un catálogo sobre la obra del Maestro, en 2010.

El museo recibe alrededor de 500 visitantes anualmente. Tienen enlaces con instituciones educativas de primaria y secundaria, universitarios, y comunidad en general para la participación en los talleres de Cerámica: los martes se desarrolla el taller para adultos, los miércoles para niños. Realizan conferencias lideradas en su mayoría por la administración del Parque Cultural y en algunas ocasiones especiales, con conferencias dictadas por el Maestro Pablo Jaramillo.



Han participado de algunas ediciones del programa cultural “Martes del Arte” en asocio con la Ciudadela El Lago.

El Museo tiene solo una persona a cargo, en el rol de vigía, un contrato por prestación de servicios a 10 meses, en el marco del convenio Red de Museos de Sonsón adicionalmente, está el contrato del profesor de cerámica, encargado del taller. Al momento de realizar la visita técnica para el desarrollo de esta investigación, el museo se encontraba cerrado y no había vigía ni docente, debido a la reasignación presupuestal desde la administración municipal para atender la emergencia del Covid 19. El Museo depende al 100 % de los recursos de la alcaldía, no cuenta con programas de voluntariado, ni amigos del museo.

Entre las dificultades diagnosticadas para el desarrollo de las funciones del Museo, encontramos la falta de algunos materiales para el desarrollo de las actividades del taller, la falta de programación cultural, de difusión y publicidad del espacio cultural, de rotación de colecciones y de actualización de dispositivos museográficos. Adicionalmente, la ausencia de personal idóneo para la realización de las actividades propias de la institución, y la poca proactividad, interés o voluntad para la gestión y agenciamiento cultural que el espacio requiere.

Hay identificados, riesgos de hurto debido a la naturaleza del diseño arquitectónico, Adicionalmente, no hay estabilidad en la contratación del personal, debido a las medidas adoptadas en cuanto a disponibilidad presupuestal por el covid 19, que podrían amenazar incluso, la continuidad de la Red Museos de Sonsón. Le preocupa el poco protagonismo que tiene el Museo en la comunidad local.

Pero, el Museo tiene a favor un área expositiva extensa, una infraestructura en buen estado construida bajo normas de accesibilidad física, un espacio de taller y una población interesada en el tema y la posibilidad de comercializar los productos artesanales creados en una tienda de recordatorios propia que puede dinamizar la institución.

El Museo Pablo Jaramillo busca desde su misión, “Incentivar al interior de las personas que lo visitan, valores como la disciplina, la dedicación, la concentración, el amor por lo que se hace, la imaginación, a soñar y llevar a cabo los sueños, a través de la observación detallada - de las obras en el museo - y la elaboración práctica -de ejercicios con el barro en el taller de cerámica -”.

# PROPUESTA DE VALOR

Sin duda, una de las grandes alegrías del Museo, además de la presencia viva del Maestro Pablo, es la consolidación del taller de cerámica, que permite ampliar las actividades desarrolladas por el Museo y por la Ciudadela misma, impactando en la formación artística y artesanal a niños, jóvenes y adultos.

La estrategia del taller puede ampliar su impacto positivo y benéfico en la comunidad local a través de la implementación de metodologías de inclusión social, para comunidades vulnerables: llevar el taller de cerámica a los hogares campesinos, a los centros de adulto mayor, a los reclusos de la cárcel municipal, a los pacientes y personas en situación de discapacidad, a las veredas y corregimientos, estableciendo un programa educativo complementario, con aliados municipales y del sector privado, que permita llegar a estos segmentos de públicos a través del “poder transformador del barro”, diseñando un plan de acción para el taller de cerámica y así contribuir con la visión establecida del Museo para 2030:

“En el 2.030 el Museo Pablo Jaramillo Sonsón, se convertirá en un centro de experimentación, donde todas las personas, a través de las ideas y los diversos materiales, generarán una cultura de realización personal”.





## MUSEO FIESTA DEL MAÍZ PATRIMONIO INMATERIAL SONSÓN, ANTIOQUIA.

Museo Folclórico  
Naturaleza: Pública

**Palabras Claves:** Patrimonio inmaterial, festividad, BIC.

[Sonsón es un municipio de la subregión Oriente del departamento de Antioquia, ubicado a 109 km desde Medellín. Fue fundado en 1800 y erigido en 1908. Es el municipio más extenso de la subregión. Posee todos los pisos térmicos, desde el clima templado cerca al Magdalena medio, hasta el páramo en las inmediaciones de su cabecera municipal. Tiene 36.321 habitantes de los cuales 17.169 vivían en la zona urbana, y 19.152 en el área rural (DANE, 2018).

Entre sus principales actividades económicas está la producción de higo y el cultivo del maíz, que poco a poco ha sido reemplazado por los cultivos de aguacate, muchos de ellos en el pie de páramo, afectando la sostenibilidad de los ecosistemas. También la explotación de recursos minerales como la piedra caliza y el mármol. Es la cuna del proceso de colonización antioqueña, con los arrieros que abrieron caminos hacia Quindío, Risaralda, Caldas y el norte del Valle del Cauca. Todo el proceso de colonización antioqueña, el pasado indígena, las artes y los oficios y la tradicional familia paisa, tienen su representación en cada uno de los desfiles que han ido conformando las tradicionales Fiestas del Maíz.]



El abogado y poeta Gregorio Gutiérrez González, en su libro “Memoria sobre el Cultivo del Maíz en Antioquia” (1860) sentó las fuentes literarias de inspiración para las primeras manifestaciones de la actividad festiva, el homenaje a Benigno A Gutiérrez, la fiesta de la familia sonsoneña, la Sociedad de Mejoras Públicas, el salón del Convite, el baile, la música y la poesía de Lucía Javier, el resguardo indígena, un incendio y un temblor de tierra que acabó con el teatro y la catedral, y por supuesto, el conflicto armado entre los años 1990 y 2010, fueron algunos de los elementos claves que forjaron la celebración de hoy, conformada por cinco desfiles, un reinado particular, una caravana de bienvenida de los sonsoneños a su tierra y las fondas y tablados.



**"CHÓCOLOS ENCIMA DE LAS BRASAS  
PONE A ASAR RECOSTADOS A LAS  
PIEDRAS; ESTOS SE VAN DORANDO  
POCO A POCO; LOS GRANOS AL CALOR  
SE CAPONEAN "¡Y EXHALAN UN OLOR. .!  
QUE AUN LOS PEONES CUANDO VIENEN,  
UN CHÓCOLO SE LLEVAN. A LAS DOS DE  
LA TARDE SUENA EL CACHO PARA QUE  
TODOS HACIA EL RANCHO VENGAN. VAN  
LLEGANDO Y EN EL SUELO SENTADOS  
FORMAN RUEDA".**

**GREGORIO GUTIÉRREZ GONZÁLEZ  
MEMORIAS SOBRE EL CULTIVO DEL MAÍZ.**

Casa Gregorio Gutiérrez González es el nombre que recibe en homenaje al poeta, el Bien de Interés Cultural, que alberga el Museo Fiesta del Maíz Patrimonio Inmaterial. Ubicado a una cuadra del parque principal y diagonal a la catedral, en la Calle 8 N° 7 - 12 en el sector Calle Caliente o zona rosa de Sonsón, llamado así, debido a la proliferación de bares y centros de recreación nocturnos, unos de ellos ubicados en el primer piso de la edificación del museo. El acceso es gratuito, aunque las políticas que entrarán en vigencia a partir del 2021, quizá generen la necesidad de cobro.

A pesar de ser un inmueble de dos plantas, el espacio que corresponde al museo es el segundo piso. Ingresas por un enorme portón de madera pintada color verde máquina, muy usado en las casas de la colonia antioqueña. Sobre la puerta un letrero pintado a mano indica el nombre de la casa y un letrero forjado en hierro en letra cursiva indica que es el “Museo Fiesta del Maíz” al ingresar por el zaguán al fondo, encuentras un gran salón que solía ser un bar y ahora se pretende convertir el espacio en un museo de arte. Sobre la derecha encuentras las escaleras, donde ya empiezan las piezas a dar la bienvenida, pero se dificulta el acceso a personas con movilidad reducida. Terminando las escaleras encuentras un escritorio que hace las veces de recepción y un gran patio central de forma rectangular, en torno al cual se disponen los pasillos y accesos a cada una de las salas de exhibición. En este espacio, hay un montaje museográfico representando una carreta de tracción animal, cargada con cestos como los que se utilizaron para los éxodos durante la colonización. Además encuentras una sala de estar. En este espacio central se realizan los ensayos de la Escuela de Teatro Lucía Javier.



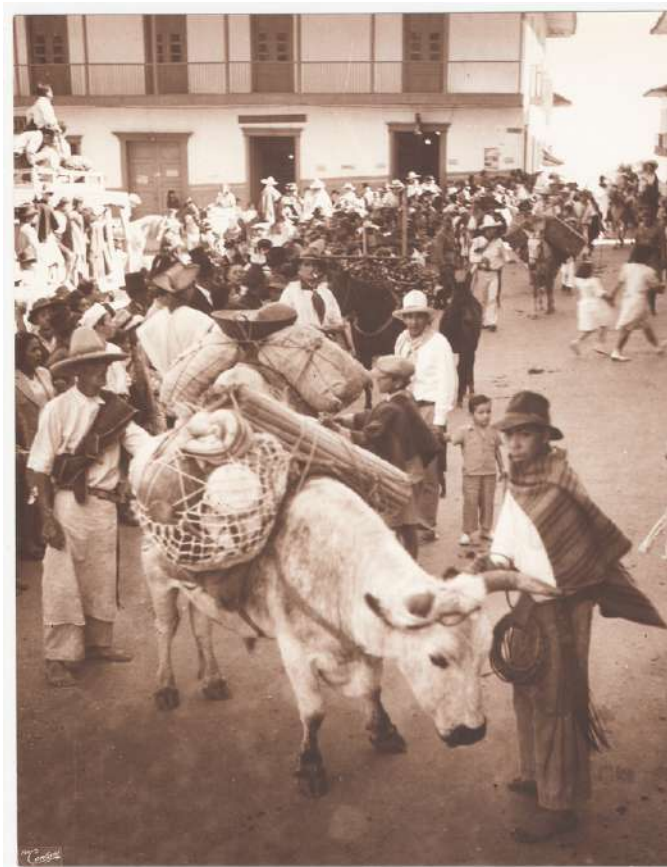
La primera sala de nuestro recorrido es en homenaje a las reinas, con los trajes de coronación, coronas y tiaras de flor de maíz, cintas pintadas a mano e imágenes de las elegidas de forma consecutiva, durante todos los certámenes, a excepción de aquellas veces que no se celebró la Fiesta, o como este año que se desarrolló una edición virtual por los efectos del Covid 19. En los reinados, las colonias de sonsoneños en Medellín, Bogotá, Rionegro y Sonsón, presentan a sus candidatas y realizan la recolección de dineros destinados a causas sociales, la candidata elegida era la que más recursos lograba gestionar para invertir en la obra social. (hasta 2017 por disposición del alcalde municipal) Al fondo de esta sala se encuentra la bodega y la oficina.



Continuando el recorrido, donde solía ubicarse el comedor de la antigua casa, que en otrora fuera un colegio, nos encontramos con la Sala 30 peones, en homenaje a aquellos arrieros que conquistaron el monte cultivando el maíz, las piezas en exhibición se asocian a herramientas para trabajar la tierra y utensilios para procesar el maíz como el pilón, también a elementos estereotípicos de la “cultura paisa” como el carriel y sus contenidos establecidos popularmente. Se encuentra también el libro del poeta que da origen literario a la celebración.



La siguiente sala es la Familia Castañeda, en homenaje a la típica familia colona de hijos numerosos, padres, madres, abuelos, viudas y hasta locos, entre otros personajes folclóricos, que se representan a través de cachivaches de trasteo, que llevaban en sus travesías de pueblo en pueblo, a lomo de mula o buey, el cuadro o figura de San Antonio que cargan las hijas casaderas para encontrarles marido, jaulas, bacinillas, canastos, entre otros elementos.



El recorrido continúa por la Sala del Maicito, donde se hereda la tradición de representar el proceso de colonización antioqueña a las nuevas generaciones, se constituye también como la celebración para los pequeños. La sala la conforman atuendos típicos campesinos utilizados por los niños y niñas durante los desfiles, y los elementos que los acompañan como caballitos de palo, silletas, carrielitos, entre otros.

En la siguiente sala, encontramos objetos asociados a las diversas artes y oficios, que llevaron a Sonsón a ser un un centro de desarrollo industrial finalizando el siglo XIX hasta mediados del siglo XX. Muchos de estos saberes, artes y oficios, aún se desarrollan en el municipio y sus corregimientos: el trabajo en cuero, la cestería de chagualo, la herrería, la marroquinería, la fotografía, carpintería, tejidos, entre otros. Continuando en la sala, nos encontramos con un segmento dedicado al Entierro de la Tusa, como el fin del ciclo festivo, donde se lleva al cementerio a la enorme “Doña tusa” como si fuera paso de Semana Santa. Allí termina la fiesta, y comienza tres días más, la celebración de todos aquellos que se encargaron de la administración, logística y aseo de la celebración municipal.

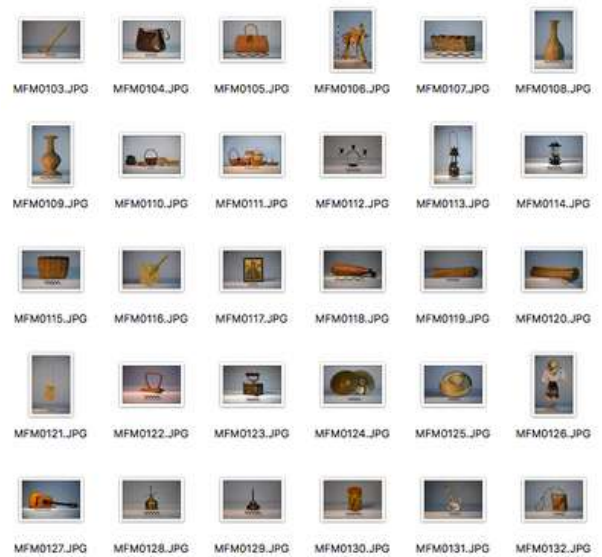
Para finalizar el recorrido por el Museo, nos encontramos con la Sala de los Primeros Pobladores, dedicada a los asentamientos indígenas existentes en el territorio desde antes de la llegada de los españoles y su actual presencia en el resguardo Indígena de San Lorenzo. Acá podemos encontrar algunas piezas arqueológicas, piedras de moler o metates y las artesanías en cestería, realizadas por la comunidad de San Lorenzo.

La casa era ruinas, hasta que en 2014 un grupo de gestores culturales y amigos de la Fiesta, con apoyo de la Dirección Técnica de cultura y Patrimonio, gestionó un pequeño recurso y comenzó un proceso de restauración para mitigar el estado de deterioro, que permitió la inauguración del Museo Fiesta del Maíz (MFM) en 2015. El espacio de la Casa Gregorio Gutiérrez González, es compartido con la bodega y salón de ensayos de la Escuela de Teatro y con las oficinas de la Defensa Civil.



La colección en términos generales, se compone de bienes muebles alusivos a los desfiles que componen la Fiesta del Maíz: variedad de objetos usados durante los desfiles, archivos fotográficos, dispositivos museográficos tipo afiches alusivos a la Fiesta, piezas arqueológicas, y archivo documental conexas al archivo histórico del municipio. Una de las características más particulares, es que algunos de estos objetos, suelen requerirse anualmente en préstamo al Museo para las actividades de la Fiesta. Son alrededor de 360 piezas inventariadas y registradas con su respectivo estado de conservación en los formatos de fichas técnicas de bienes muebles dispuestas por el Ministerio de Cultura para tal fin.

Posee exposiciones permanentes con guión y temporales sin guión, no tiene itinerancias, ni una agenda expositiva, salvo durante la celebración de las festividades en el mes de agosto. Tienen además material audiovisual sobre cada uno de los desfiles, que se espera pueda ser usado en una eventual renovación museográfica.



Tiene enlaces con instituciones educativas primarias y secundarias del municipio, desde donde se lidera la Cátedra Municipal de Patrimonio Cultural, como estrategia pedagógica que integra siete museos del municipio desde la Red de Museos de Sonsón (RMS), una estrategia que consiste en el pago de siete vigías del patrimonio, incluyendo un coordinador general de los procesos culturales liderados desde los museos pertenecientes a la Red, siendo esta cátedra, uno de los principales objetivos de su creación.

El Museo realiza alrededor de 350 visitas guiadas anualmente, sobretodo en épocas de Fiesta. Salvo las actividades de la Escuela de Teatro, de la Cátedra y los talleres de Patrimonio con población rural, el Museo no presenta una agenda cultural establecida, ni programación de seminarios, talleres, conferencias, conciertos u otras actividades para que la casa se mantenga viva, ofreciendo alternativas de acceso cultural al público local y ofertas atractivas al turista.

Sólo hay una persona encargada del Museo, que cumple el rol de vigía del patrimonio y guía de la institución, las decisiones de tipo administrativo o directivo son tomadas por la Directora de Cultura Municipal, en un modelo de gestión que se repite en los museos públicos del municipio pertenecientes a la RMS: El Museo Pablo Jaramillo, la Casa Museo de la Cultura, la Sala de la Prensa y la Sala Arqueológica Pantágoras. Ocasionalmente cuenta con apoyo de estudiantes que realizan su labor social de servicio.

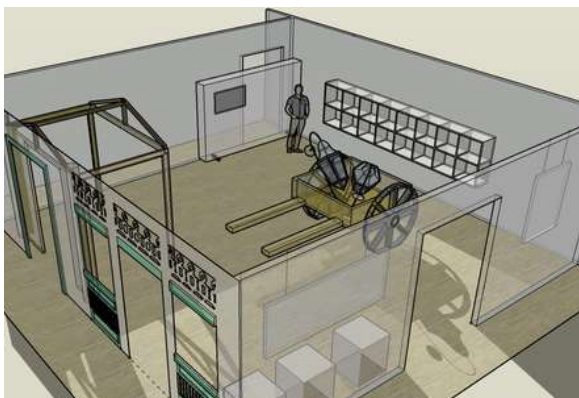
El financiamiento depende de la Alcaldía en cabeza de la Dirección de Cultura del municipio, esporádicamente cuentan con donaciones de amigos, colonias o reinas. Adicionalmente cuenta con el apoyo de la Corporación Fiesta del Maíz, encargada de la ejecución presupuestal del recurso para las Fiestas, que procura dejar de este rubro, un pequeño porcentaje para el mantenimiento del museo y algunas participaciones en proyectos del Ministerio de Cultura o del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia.

Las mayores debilidades como institución, se asocian a la falta de trabajo con la comunidad y el sector político como estrategia de apropiación social del Museo, para valorar, reconocer e invertir en su sostenibilidad. El estado actual de la infraestructura en techos y aleros, canoas, redes eléctricas, pisos, marquesina y fachadas, genera la apariencia de abandono, dificultando las oportunidades existentes para la gestión de recursos para la implementación del guión museográfico. Adicionalmente, el Museo ha sido víctima de la falta de continuidad en los procesos de gestión internos, producto de los repetidos cambios de vigías, la falta de vocación para el desarrollo de las funciones del cargo y de los intereses políticos que mueven este tipo de contrataciones. Las amenazas, van ligadas precisamente al estado de la infraestructura, a las voluntades políticas y a la afectación de los procesos sociales a causa del distanciamiento producto de las medidas adoptadas ante el Covid 19.



No todo el panorama es desalentador. A favor, el Museo tiene características realmente excepcionales en el territorio: se dedica a la conservación y divulgación del patrimonio inmaterial a través de piezas de carácter material que lo representan, de la máxima festividad de los sonsoneños y una de las más antiguas del departamento. Ha sido creado por acuerdo municipal, pertenece a la Red de Museos de Sonsón, posee inventario de colecciones y diseño de guión museográfico. Se ubica en un inmueble público y propio, en el perímetro del Centro Histórico, protegido bajo un PEMP incluido en el Plan Municipal de Cultura y Patrimonio 2012-2023.

Entre los documentos elaborados desde el MFM, está la construcción de un guión museológico y diseño museográfico creado con recursos públicos del Ministerio de Cultura, en el marco del convenio 030 de 2017, pendiente de implementación, así como un estudio de gestión y viabilidad para la renovación museográfica realizado en el marco de la Convocatoria de Estímulos 2019 pasantías en instituciones museales.



Como alternativas para mitigar las amenazas y superar las debilidades, también existe la oportunidad de generar alianzas con las colonias de sonsoneños en los territorios, el sector público y privado en el ámbito municipal, departamental y nacional. Por supuesto, también encontramos oportuno la necesidad de vincular a los segmentos de públicos de la población local, y a las instituciones educativas, con el mantenimiento de las salas y momentos de la fiesta que cada una representa, y las actividades realizadas por el MFM para fortalecer el tejido social, ya que el contexto circundante (bares y actividad nocturna) no puede seguir viéndose como una amenaza, sino como la alternativa de generar un vínculo y una oportunidad, y las acciones no sólo deben ser dirigidas al turista, sino también a la comunidad a la que se debe el museo.



## “En el Museo se vive la Fiesta.”

# PROPUESTA DE VALOR

El Museo debe continuar como el espacio para el reencuentro con la tradición, para mantener viva las manifestaciones culturales del patrimonio inmaterial, así como la fidelidad a las representaciones de cada uno de los momentos festivos y desfiles.

El Museo debe ser un espacio de apertura permanente, pero en constante transformación, ya que es la estrategia de divulgación de una festividad que busca el reconocimiento como Patrimonio Nacional de carácter inmaterial.

Es la vía para el cumplimiento de los contenidos de la Cátedra de Patrimonio y construcción de Paz del municipio, por lo que se presenta como un espacio de aprendizaje y construcción de conocimiento conjunto para la población local, más aún, si logra integrarse a la comunidad en sus procesos museológicos y se genera un poco más de autonomía en la gestión de contenidos.

Lastimosamente, el inmueble se encuentra con graves fallas estructurales y desprendimientos de aleros y canoas. El peso de la marquesina en asbesto también está generando deterioro estructural. Falta mantenimiento de pisos, fachadas, balcones y cielorrasos. A principios de noviembre se publicó a través de las redes sociales de la Red de Museos de Sonsón, la decisión de cerrar la Casa Gregorio (BIC Nivel 1) debido al dictamen sobre el estado del inmueble emitido por el Consejo Municipal de Gestión de Riesgos y Desastres en el Acta 13 del 19 de octubre de 2020, donde se especifica que la infraestructura representa un riesgo para las personas que allí trabajan o transitan. Con ello, el Museo Fiestas del Maíz tuvo una corta reapertura posterior a la cuarentena nacional obligatoria, y ahora se encuentra cerrado al público desde octubre. Esperamos que sí sea de forma temporal.







## MUSEO JUAN DEL CORRAL SANTA FE DE ANTIOQUIA, ANTIOQUIA.

Museo Histórico  
Naturaleza: Pública

**Palabras Claves:** Escenario, dinamizador cultural, Ministerio de Cultura.

[Santa Fe de Antioquia es un municipio de la subregión Occidente de Antioquia, a 55 kms desde Medellín, tras la apertura del Túnel de Occidente en 2006. Fue fundada en 1541 y erigida en 1547, capital del departamento hasta 1826. Sus principales actividades económicas son la agricultura (Maíz, café, frijol, papa, yuca, tomate de árbol, tamarindo y otras frutas de clima cálido) y el turismo, siendo declarado Monumento Nacional (1960)

con construcciones de los siglos XVI, XVII y XVIII y pertenecer a la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia. Posee una población total de 26.164 habitantes, 16.351 en zona urbana y 9.813 en zona rural, distribuidos en las 38 veredas y 6 corregimientos, jurisdicción del municipio (DANE 2018).

Entre las actividades culturales más representativas, se encuentra el Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia, celebrado desde el año 2000. El Festival Musical Antioquia le Canta a Colombia - Patrimonio Cultural de la Nación, celebrado desde 1976. La Semana Santa Mayor de la Ciudad Madre con más de 350 años de tradición.



La Fiesta de los Diablitos, como el carnaval más antiguo del departamento, celebrado desde 1653, cuando los sirvientes se vestían como sus amos, usaban máscaras simulando “ser blancos” y salían de las haciendas a bailar, beber y remedar satíricamente a sus amos, haciendo “diabluras” en la noche.]

Juan del Corral, fue representante de Antioquia en el Congreso de las Provincias Unidas en 1810, posteriormente nombrado Dictador del Estado Libre de Antioquia, tras el temor de una invasión española en 1813. En este mismo año, promulgó la Declaración de Independencia de Antioquia en Rionegro y propuso a la legislatura de Antioquia la libertad de los hijos de los esclavos o Libertad de Partos aprobada en 1814.



## EL MUSEO COMO ESCENARIO DE LA ACTIVIDAD CULTURAL LOCAL

El Museo Juan del Corral se ubica en un inmueble de una sola planta, estilo republicano, construido en la década de 1850, declarado Bien de Interés Cultural en 1960, año de la fundación del Museo. Se encuentra ubicado en la Calle 11 # 9 - 77, a dos cuadras del Parque Principal, en el Centro Histórico de la Ciudad. Sobre la misma Calle 11 Gómez Plata, se ubican otras entidades educativas y culturales como el Sena y Comfama, el Seminario Mayor Santo Tomás de Aquino y el Museo de Arte Religioso Francisco Cristóbal Toro, aliado estratégico del Museo Juan del Corral.

La casa se encuentra señalizada con el letrero del museo, un retrato cerámico de Juan del Corral y un anuncio de sitio de interés turístico y cultural. Al ingresar te encuentras con una planta de cacao, como elemento representativo introducido por el dictador en la agricultura de la región. Atiendes a los protocolos COVID realizados por un amable vigilante y realizas el registro con ingreso gratuito. Hay lockers dispuestos para las pertenencias, como forma preventiva y de comodidad para el visitante.

Comienza el recorrido a la derecha, primero por la Sala de Arqueología, luego, por la Sala Colonial con piezas de arte religioso y elementos litúrgicos, continúa el recorrido por las memorias del cementerio hasta llegar a la Sala Independencia donde se presenta entre otros tópicos, a Juan del Corral y su relación con el proceso emancipatorio de Antioquia. Llegamos al patio central al aire libre, continuamos el recorrido por la Sala República, donde se exhibe especialmente una bandera color rojo de la Guerra de los Mil Días, regresamos nuevamente al patio central e ingresamos a la sala de exposiciones temporales.

Al salir nos encontramos con el auditorio o salón múltiple y el piano para los recitales y eventos musicales desarrollados en el Museo Juan del Corral. Sobre las paredes se encuentra una exposición itinerante tipo módulos impresos, producida por el Ministerio de Cultura y El Museo Juan del Corral en asocio con el Museo de Arte Religioso Francisco Cristóbal Toro, sobre las Imágenes Marianas. Se encuentra el acceso a la bodega y los baños, una Sala en el espacio del comedor de la época, el acceso a la bodega de insumos y a las oficinas con cuatro puestos de trabajo. Continúa el recorrido a la tienda del museo y una cocina de la época, frente a un baño de inmersión. Finalizamos con un busto de Juan del Corral y los apuntes y registros en el libro de visitas.

El Museo se encuentra completamente dotado de elementos protocolarios para la prevención de riesgos y bioseguridad, señalética, y elementos para la conservación como ventiladores, dataloggers y deshumidificadores. Posee guión museológico y diseño museográfico para las exposiciones temporales, itinerantes y permanentes que realiza. Cuenta con redes sociales propias y con las del Ministerio de Cultura, para la difusión de sus contenidos, implementa estrategias de marketing, genera y participa de publicaciones como notas de prensa y catálogos, y diseña una agenda cultural aliada con el municipio y Mincultura. Posee enlaces con instituciones educativas en primaria, secundaria, universitarios y no formal. Realiza visitas guiadas y talleres complementarios, propios y con invitados, podcasts, conferencias, seminarios, conciertos, producciones audiovisuales y talleres aliados como el de *Niños Criando Mariposas*.



Es un museo con administración y gestión tripartita, entre el Ministerio de Cultura, la Fundación Museo Juan del Corral y la Alcaldía Municipal, lo que se considera como su mayor fortaleza de sostenibilidad en términos relacionados a su flujo de ingresos. Tiene nueve empleados: dos personas encargadas del mantenimiento, tres personas con la función de celadores, una directora y tres personas en funciones administrativas: asistente administrativo, gestor de colecciones, y monitor de actividades. Posee voluntariado a partir del servicio social de las instituciones educativas.

Requiere más espacio para el desarrollo de actividades educativas y talleres, necesidad que por ahora es mitigada gracias a la alianza con la sede Comfama, también requiere mayor espacio de almacenaje, para empezar la rotación de conservación preventiva de sus obras. Busca además fortalecer los procesos investigativos en torno a su colección, capacitar a sus funcionarios en aspectos asociados a la museología, y establecer estrategias y aliados para programas de inclusión y diversidad, y el desarrollo de contenidos digitales, se presenta como una oportunidad para comenzar con pequeñas acciones para lograrlo.



# PROPUESTA DE VALOR

El museo busca ser un “espacio traductor de muchas cosas”, pero más allá de traducir, lo que quiere es que la comunidad lo tenga como aliado, en la realización y articulación de los procesos culturales locales. Para ello, el museo debe ser el espacio democratizador por excelencia, de las manifestaciones artísticas, sociales y culturales del municipio. Al igual que la ‘condición’ impuesta al Museo Nacional, de representar la diversidad e identidades del territorio nacional, al ser una entidad pública con recurso estatal. Operado igualmente por el Ministerio de Cultura de Colombia, el Museo Juan del Corral, para su consolidación como plataforma de la actividad cultural del territorio, debe incluir en sus procesos, la participación activa y la representación de las identidades locales, en un territorio protagonista de nuestra historia antioqueña.

Hace falta entonces, vincular a las comunidades para participar del museo, no sólo como espectadores pasivos, sino como agentes activos para las transformaciones, para la creación de contenidos que los representen, y para la visibilización de las identidades, propias del territorio. Contar con la participación de artistas y artesanos, que con ayuda del Museo, superen el prejuicio de sentirlo como extranjero, para vincularse a una cadena de valor que promueva su trabajo y sus conocimientos, a través de exhibiciones, ferias artesanales, capacitaciones y emprendimientos.

Que el carnaval de los diablitos por ejemplo, encuentre representación en el museo, con sus manifestaciones culturales inmateriales, y sus valores estéticos, simbólicos e históricos como conmemoración de un pasado esclavista y acto de reparación social y festividad. En un escenario como el de Santa Fe de Antioquia, el Museo, lo que hace y su función social, sigue siendo desconocido por parte de la población local. Al igual que en otros municipios del departamento, se tiene una concepción muy limitada, desde la población en general y las administraciones municipales, sobre el alcance, rol y deber de los museos en la sociedad, limitándose a atractivos turísticos para extranjeros.





# MUSEO FRANCISCO CRISTÓBAL TORO

## SANTA FE DE ANTIOQUIA, ANTIOQUIA.

Museo de Arte Religioso.  
Naturaleza: Privada.

**Palabras Claves:** BIC, Arte Religioso, Cofradías, procesos de restauración, turismo.

[Santa Fe de Antioquia es un municipio de la subregión Occidente de Antioquia, a 55 kms desde Medellín, tras la apertura del Túnel de Occidente en 2006. Fue fundada en 1541 y erigida en 1547, capital del departamento hasta 1826. Tiene declaración de Monumento Nacional (1960) y pertenece a la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia. Posee una población total de 26.164 habitantes (DANE 2018).

Sus principales actividades económicas son la agricultura y el turismo. Entre las manifestaciones culturales, sociales y religiosas se destaca la Semana Mayor de la Ciudad Madre, es la más antigua celebrada en el departamento, desde mediados del siglo XVII, cuando fervorosas cofradías levantaban templos a las diversas devociones. Sahumadores, mayordomos, patronos y cofradías juegan hoy en día un rol trascendental en una de las manifestaciones sociales, culturales y religiosas más masivas del país]



Sobre la Calle de la Amargura, diagonal a la Plazuela Santa Bárbara y contiguo al Claustro Santo Tomás de Aquino, nos encontramos con un gran edificio colonial de dos plantas, al lado izquierdo de la entrada, una pequeña placa en mármol anuncia el nombre del museo y el año de su fundación:

“Museo de Arte Religioso Francisco Cristóbal Toro Julio 23 de 1853.”

Al lado derecho, un anuncio de sitio de interés turístico y cultural. Al ingresar por el enorme portón, y cumplir los requerimientos del protocolo de bioseguridad, te encuentras con el hall de recepción donde adquieres una boleta de ingreso que cuesta \$3.000. habitantes pagan \$2000 y estudiantes locales ingresan gratuitamente. Hay zona de almacenaje de equipaje y el museo cuenta con un circuito cerrado de televisión.

Sobre la izquierda, el montaje periódico de la pieza del mes, que se renueva cada dos tres meses, en este caso, el paso procesional de la sentencia de Jesús. Sobre la derecha, se encuentra el acceso a la sala de exposiciones temporales, que alberga la muestra de “Imágenes Marianas” exposición temporal en compañía del Museo Juan del Corral. Al frente, se encuentra el acceso al patio central, a través de una gran puerta en arco con calados en la parte superior.

## UN MUSEO LAICO CON COLECCIONES RELIGIOSAS AL SERVICIO DEL ARTE Y LA CULTURA

Los cuatro lados internos de la casa, que rodean el patio central y la fuente, están contruidos en arcadas, del centro hacia afuera, siguen los pasillos y los habitáculos o galerías, recordando que en otro tiempo, el lugar albergaba un seminario. Y ahora fueron adaptados como espacios de exhibición.



Continuado el recorrido sobre la derecha, encontramos la continuación de la exposición “Imágenes Marianas” en infografías impresas sobre poliestireno y una pequeña sala que se observa desde el acceso con el montaje del paso de la última cena con los apóstoles, elaborado con imágenes religiosas a escala humana, encargado a un artesano local por Mon y Velarde como donación a la Ciudad. Al fondo de ese pasillo, se encuentran los baños y continúa el recorrido por la siguiente cara del patio central. Sobre los muros blancos de tapia y pañete, vemos otra exposición de carácter itinerante, que se extiende sobre los pasillos. En imágenes impresas sobre poliestireno, se ven escenas de la celebración de la Procesión Magna en la ciudad de Cádiz, producto de una alianza entre ciudades con una fuerte tradición religiosa en la celebración de la Semana Santa. Hay un acceso a un espacio deshabitado al aire libre, en el que luego se proyecta usar como café.



Ingresamos, sobre el tercer lado del cuadrado del patio, a la sala del Cristo del Calvario, una imagen religiosa de un crucifijo elaborado hace 368 años, quizás de las más antiguas de la ciudad, que ha sido restaurada por el museo, con apoyo de cofradías y en alianza con el hospital municipal, quienes en varias ocasiones, han elaborado las imágenes en rayos x para los procesos de restauración elaborados por artesanos expertos de los talleres de artes y oficios, con el apoyo ocasional de un restaurador especializado en imaginería religiosa. Otras dos imágenes más acompañan el montaje de la Sala del Cristo del Calvario.

Continuamos el recorrido hasta la Sala Antioquia, donde se habla de la necesidad de construir templos e iglesias con vocación a algún santo en particular, durante la época colonial. Esta sala tiene un gran montaje a manera de atrio, con imágenes religiosas bidimensionales y tridimensionales, entre vírgenes y santos, un sepulcro y otros elementos litúrgicos entre los que se destacan los báculos, las piezas en plata y los relicarios de la época colonial. Todo el montaje museográfico fue producido en el municipio, en un proyecto de renovación museográfica apoyado por el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia.



Sobre la planta baja, encontramos la oficina del museo, donde hay una persona en cargo administrativo con roles de gestión del museo y de la iglesia, y dos auxiliares para atención de visitas guiadas, pagados por la arquidiócesis de Santa Fe, ya que el museo es privado, y a pesar de ser de arte religioso, su carácter es laico, y no cuenta con apoyos de la administración municipal para el pago de los honorarios de sus empleados.

El recorrido de este primer espacio finaliza por la última cara del cuadrado del patio central, hasta la sala dedicada a la celebración de la Semana Santa en la Ciudad Madre, y que alberga sobre un gran planchón de madera, las imágenes de las vírgenes, santos, y otros personajes religiosos, que recorren anualmente las calles, sobre los hombros de los cargueros en cada semana santa. Este montaje ha sido realizado con apoyo del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, el Instituto para el Desarrollo de Antioquia (IDEA), Empresas Públicas de Medellín, la Gobernación de Antioquia y la Alcaldía de Medellín.

Finalmente, termina el recorrido de la primera planta, con la colección de cristos, que reúne ocho crucifijos, que fueron propiedad de arzobispos pasados, de la arquidiócesis de Santa Fe de Antioquia.

La colección del primer piso está constituida en general por imágenes religiosas bidimensionales (pinturas), esculturas y objetos litúrgicos y ornamentales, procedentes de los templos de la ciudad y de las escuelas españolas, quiteñas y santafereñas de la colonia, y posteriormente de la escuela antioqueña, con piezas que datan del siglo XVII, hasta mediados del siglo XX.

Volvemos al hall de acceso, para acceder a la segunda planta.



Al comenzar las escalas, vemos una pintura al óleo de Monseñor Francisco Cristóbal Toro, nacido en Santa Fe de Antioquia, doctor en filosofía y teología en Roma, y Obispo en Santa Fe de Antioquia, Jericó y Santa Marta entre 1917 y 1941, como homenaje del Museo a quién dió su nombre.

La segunda planta data del siglo XIX, presenta fallas en los apuntalamientos del techo y su piso de enladrillado original fue sustituido por madera sin tratar, aparentemente debido a un error en la elección de los materiales durante su proceso de restauración, lo que ha causado varios desafíos para el museo en términos de aseo y mantenimiento estructural.



En este segundo piso, continúa el recorrido dedicado a la Semana Santa en Santa Fe de Antioquia por una sala que alberga esculturas y pinturas producidas en este municipio, entre las que destaca el sepulcro utilizado en la actualidad.

Continuamos por una exposición itinerante sobre el fervor de Antioquia, en imágenes sobre las paredes de los pasillos, hasta la sala dedicada a la vida y obra de la Madre Laura y sus acciones de evangelización en este territorio. Siendo a propósito, el museo, sede de una grabación tipo serie de televisión dedicada a la santa.

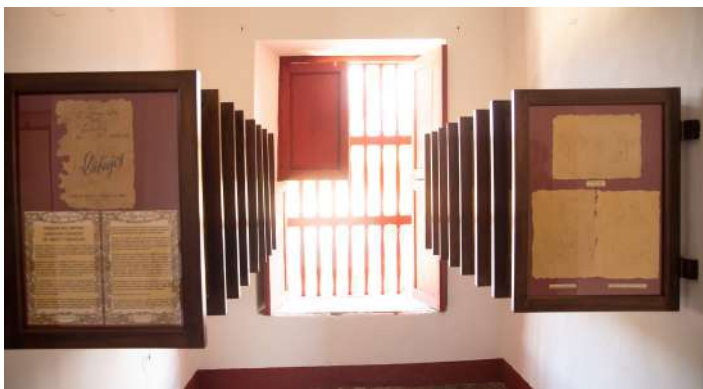
Ahora vamos por el segundo pasillo de la estructura cuadrada, hasta llegar a la bodega, luego, el tercer lado del pasillo, con el acceso a la sala de la Vida de los Santos Ilustres: La serie de San José. Pinturas, esculturas y pendones de las cofradías conforman esta sala.

Seguimos atravesando portones hasta una pequeña sala con esculturas sin restaurar en la que se hace énfasis sobre los procesos de conservación adelantados por el museo, patrocinados por la Corporación Semana Santa y las cofradías y una colección de bocetos originales de dibujos del pintor de la colonia, Gregorio Vásquez de Arce y Ceballos, que da la bienvenida a una sala dedicada a su obra, sobre el último lado de la estructura. En esta sala además de albergar las obras del pintor, se llevan a cabo reuniones de la arquidiócesis de Santa Fe.

Continuamos el recorrido por el pasillo a través de una colección de órganos procedentes de las diferentes iglesias municipales de la subregión occidente, hasta llegar a la última sala sobre “Ceremonias Tradicionales de Semana Santa” un componente ritual que escenifica el himno medieval gregoriano “El Estandarte del Rey Avanza” y una colección de casullas de diversos colores y motivos.

En ambas plantas, el museo cuenta bancas como zonas de descanso, textos tipo plotter de corte, a manera de información temática curatorial y las exposiciones itinerantes impresas sobre poliestireno que acompañan el recorrido, así como los retratos al óleo de los hombres que han fungido como obispos de Santa Fe de Antioquia.

El recorrido puede hacerse libremente o en compañía de una guía. El museo posee entonces exposiciones permanentes, temporales, e itinerantes cada una con su guión. También posee elementos audiovisuales que busca presentar en una nueva renovación museográfica.



Tiene redes sociales propias, y realiza publicaciones periódicas establecidas como estrategia de marketing. Posee señalización de bioseguridad, fichas técnicas o cédulas, textos introductorios y temáticos.

Respecto a la afluencia y agenda cultural, el Museo Monseñor Toro es visitado por alrededor de 1.600 personas anualmente, entre público escolar, universitarios (sobretudo estudiantes del tecnológico Católico de Occidente) y público especializado interesado en la naturaleza de estas colecciones. El segmento de mayor afluencia son los turistas. Se realizan talleres de patrimonio con las visitas programadas y talleres de talla en totumo en alianza con el Museo Juan del Corral. Como programación propia realizan seminarios cortos de conservación y restauración en el marco de El Pregón, el evento previo a la celebración anual de la semana santa. También se realizan talleres de música y conciertos de música sacra, ya que el museo comparte su espacio como sede de la Corporación Escuela de Música, un gran aliado en la realización de eventos privados, inauguraciones y actividades. Esperan desarrollar ciclos de cine y escenificar pasos de la semana santa en alianza con colectivos teatrales.

El personal es integrado por una persona en la coordinación y dos auxiliares pagos. Una persona ocasional de mantenimiento y aseo, y el director que es a su vez director de la Corporación Semana Santa, que funge como voluntario, encargado de la curaduría, la colección, la administración general y de personal, y la gestión del espacio. Toda la gestión del museo y colecciones, se realiza a través de alianzas con entidades eclesiásticas o con el Museo Juan del Corral. La consecución de recursos para el museo, se da a través de una Fundación presidida por la arquidiócesis, ya que las colecciones en su mayoría, son propiedad de la curia.

Las fuentes de financiación del museo provienen de la arquidiócesis, y las gestiones de la Fundación, en su mayoría son producto del alquiler del espacio del museo para la celebración de grados y bodas (2 millones por evento). Hay apoyo de la Alcaldía Municipal (30 millones anuales), en contraprestación por servicios culturales para la comunidad local, e intercambio con la Corporación Escuela de Música de conciertos, a cambio del uso de la sede. Adicionalmente cuentan con el ingreso por boletería y de la donación de recursos como contraprestación al rodaje de producciones audiovisuales. Las cofradías actualmente, siguen vinculadas a los procesos de restauración y mantenimiento de las piezas y pasos en exhibición, lo que ayuda a mitigar la inversión en los procesos de conservación y restauración.



Para el Museo Monseñor Toro, la seguridad de las piezas es una prioridad, por eso requieren más personal para la vigilancia del museo y una renovación al circuito cerrado de televisión, que abarque todos los espacios expositivos. También identificaron como una debilidad, aspectos asociados a la inclusión, por la poca accesibilidad al segundo piso y por la falta de dispositivos interactivos o material audiovisual como apoyos museográficos.

Consideran el inmueble como su gran fortaleza, pues este Bien de Interés Cultural, representa un amplio espacio expositivo y lo optimizan como una fuente de ingresos adicional por concepto de alquiler, aunque en algunas ocasiones, en términos de mantenimiento estructural, ser BIC les ha generado dificultades y sobrecostos. La valiosa colección en constante crecimiento, y las alianzas con otras entidades para la gestión y solución de los problemas propios del museo, también hacen parte de sus fortalezas.

Entre las amenazas se identificaron la presencia de plagas, principalmente murciélagos, que intentan superar con trampas de azufre. Un mal turismo, irresponsable, de gente que genere una mala imagen para el municipio también hace parte de las preocupaciones.

Finalmente, como en todos los museos analizados hasta ahora, el factor político con sus cambios y falta de voluntad en términos culturales, también constituye una amenaza a superar.

Teme, como los otros museos del departamento, a quedarse sin recursos y verse obligado a cerrar. A que el inmueble cambie de uso, para algo “más rentable”. A que las colecciones vuelvan a manos de privados, donde no pueden darse a conocer ante el público.

Sueña con dispositivos interactivos para una mejor experiencia vivencial del museo. Un espacio como un café o tienda de souvenirs, que ayude a generar más ingresos. Busca realizar un festival de cine religioso, como programación complementaria al tradicional Festival de Cine de Santa Fe. Quiere generar más espacios museales con características similares en iglesias, o en la cripta, o el campanario de la Catedral y que así las valiosas colecciones que se albergan en las iglesias, pasen a conocimiento y deleite públicos. Y requiere por supuesto, alianzas con el sector privado por el limitado acceso a recursos públicos, al considerarlo un museo que promueve la fe cristiana. Compartir escenario cultural con un museo patrocinado por el Ministerio de Cultura, genera un estándar de calidad que igualar o superar.

# PROPUESTA DE VALOR

Partiendo de las problemáticas señaladas como la falta de recursos por asociarse a valores cristianos, el museo puede ampliar sus segmentos de públicos, al vincular exposiciones temporales o material didáctico en torno a los valores estéticos, históricos y simbólicos de su acervo patrimonial, generando alianzas con entidades pares en el contexto nacional como el Museo Colonial y el Museo Santa Clara en Bogotá, del Ministerio de Cultura, e invitando al taller de artesanos para la generación de estos contenidos, vinculados a los procesos de restauración realizados y en ejecución, para ampliar la comprensión en torno a las colecciones de arte religioso en general, por parte de los visitantes, las entidades aliadas y las empresas públicas y privadas.

Esto se constituye como un conjunto de medidas a desarrollar mediante un plan museológico, que permita aliviar frustraciones respecto a los prejuicios asociados a las características de la colección, la afluencia de públicos y el cambio de destinación en el uso del inmueble. Al tiempo que motiva el interés por el arte colonial y los recorridos especializados en temas específicos.

El éxito de esta propuesta de valor, puede contribuir a la creación de un centro de formación artística para la elaboración y restauración de piezas con estas características. Al fortalecimiento de los procesos de voluntariado como Vigías del Patrimonio, y a la visibilización de los procesos de restauración, como alternativa para la generación de ingresos adicionales para el Museo Monseñor Toro, que conserva y difunde una tradición de la ciudad madre de más de 350 años de antigüedad, contribuyendo a su posicionamiento como destino obligatorio del turismo antioqueño.







## CASA MUSEO FERNANDO GONZÁLEZ "OTRAPARTE" ENVIGADO, ANTIOQUIA.

Museo de Sitio.  
Naturaleza: Mixta.

**Palabras Claves:** Oasis, Filosofía, literatura, Parque Cultural y Ambiental.

[Envigado es un municipio antioqueño perteneciente al sur del Valle de Aburrá, entidad político administrativa integrada por 10 municipios, denominada Área Metropolitana. Está conurbado con la ciudad de Medellín. Fue fundado en 1775 y erigido en 1814. popularmente reconocido como uno de los municipios con los índices más favorables de calidad de vida. Su territorio se extiende por 39 barrios y 6 veredas con una población aproximada de 228.845 habitantes (DANE, 2018)

Entre los años 80 y principios del 2000, el municipio estuvo fuertemente azotado por el narcotráfico y el paramilitarismo. Actualmente, cuenta con sistema integrado de transporte a través del Metro y el Metroplus. Posee prestigiosas instituciones educativas primarias y secundarias, públicas y privadas y múltiples sitios de interés turístico, como sus parque ecológicos, y culturales como la Casa de la Cultura Municipal, La Biblioteca Pública y Parque cultural Débora Arango, Casablanca, y por supuesto "Otraparte"].





# «YO AMO A TODO EL QUE PASA LAS ADUANAS DE OTRAPARTE...» FGO

El ingreso a la Casa Museo Fernando González Otraparte, queda sobre la calle que pasa de ser la “Avenida El Poblado” en Medellín, a convertirse en “Avenida Fernando González”, en Envigado, como homenaje al escritor. En la puerta metálica se lee en cursivas “Otraparte Cave canem seu domus dominu” que significa: “Cuidado con el perro, o sea, con el dueño de la casa». Al ingresar caen las sombras de los árboles del jardín y un aire fresco como el agua que emana la pileta alivian al visitante. No se oye el tráfico en vía, ni se siente el afán de la ciudad, se escucha el cantar de los pájaros y el agua rebotando en la pileta. Es por eso quizá que muchos visitantes concuerdan en llamarla oasis. Unas cuantas bancas en el jardín, invitan a prolongar la estancia en este lugar.

Ya desde ahí se ve la casa, blanca, de dos pisos, que conserva un aire colonial. A la entrada hay un sátiro tallado en piedra, y sobre el pasillo, más bancas para sentarse a conversar. Una vez superado el protocolo covid, estás en la sala.

Al fondo encuentras la oficina del museo, donde te hacen un amable recibimiento sin costo adicional. Uno tiene la sensación de que sí es la casa de alguien, que el señor Fernando va a bajar por las escalas. A cambio, sobre la chimenea, se ubica un busto de su figura particular, vistiendo una boina. La luz natural es cálida, filtrada por los coloridos vitrales y los spots dirigidos a gabinetes que se han convertido en las vitrinas de exhibición. Está el comedor central, y a lado y lado se exhiben las ediciones de sus libros publicados y algunos otros objetos referentes a sus pensamientos. A la derecha en una sala de estar, repica un teléfono activado por un sensor, escuchas la voz de Fernando.

Continúa el recorrido por un cuarto donde en estos dispositivos museográficos tipo chifonier de madera y vidrio, en el cual se pueden observar los libros propiedad del autor y los sellos secos de su Ex Libris y de otras improntas que acompañaron sus publicaciones.

Continúa el recorrido por la habitación: una cama y más libros de su propiedad. Al fondo de la habitación hay un pequeño cuarto con su máquina de escribir y un dispositivo museográfico para escribir con tipos litográficos. Allí está también la sillita, en la que él se sentaba a escribir. Al sentir la presencia intrusa del visitante en este íntimo espacio, se activa un audio narrando en la voz de una mujer que cuenta cómo fue que obtuvo la sillita:



*“El Maestro era mi «abuelito».*

*Mi mamá (Rosa Girasol), como nadaísta, solía visitarlo mucho, y yo forjé mi propia relación con él desde los 3 hasta los 5 años de edad.*

*Nos íbamos a caminar juntos y él recogía naranjas de los árboles, y caminando, comiendo y conversando pasamos muchas tardes.*

*Una vez me cansé de pelar mi naranja –mientras él ya se comía la suya– y le pedí que me diera un casquito. Me dijo:*

*«Todo lo mío es tuyo».*



En esta primera planta encontramos también el archivo del Mago de otra parte y de otros autores cercanos, que está siendo tratado para su digitalización y almacenamiento en mejores condiciones en el auditorio. En el segundo piso, en la mesa de centro de una sala de estar, se inmortalizó al interior su característica boina y el bastón de un Viaje a Pie.

Salimos al balcón con vista a la pileta del jardín y sentimos nuevamente la frescura de Otraparte.

La huerta del Alemán fue por muchos años el nombre que tuvo este lugar, hasta que el maestro le puso "Otraparte", hoy no sólo es su casa y su huerta, es un parque cultural y ambiental, con varias unidades creativas y productivas, constituidas por el teatro, que también alberga la biblioteca, el archivo, las oficinas y otros espacios de exhibición; y por supuesto el café, donde se reúne y se encuentra la gente, donde se generan ideas, se dicen y se inventan cosas, donde empieza todo. Y todo empezó con un blog en internet, donde Gustavo Restrepo, antes de la Corporación y antes del Museo, investigaba y posteaba cosas en torno a la obra del Maestro Fernando González.



Este hecho prematuro se convirtió en el origen y la necesidad de tener un Museo a su memoria, con una completa página web de apoyo, que sirve de guía durante el recorrido y un gran archivo personal del maestro en proceso de digitalización. Ahora, la visión es clara: "Convertir el Parque Cultural y Ambiental Otraparte en un centro cultural con proyección internacional en el que se debatan temas artísticos, sociales, políticos, culturales, científicos y filosóficos con el objeto de contribuir a la formación de la opinión pública y motivar el pensamiento crítico, así como posibilitar que el valor de la obra de Fernando González sea cada vez más reconocida en Colombia y el exterior". Como dice en su página web, explicado por Ernesto Ochoa Moreno, en su columna de opinión de 2002:

*"No pretende ser un culto a un personaje que durante su existencia quemó humildemente, y angustiosamente, su orgullo en aras de la Intimidad.*

*Lo que va a nacer en Otraparte es la búsqueda de respuesta a la urgencia de un pueblo (Latinoamérica, Colombia, Antioquia, Envigado) por mantener vivo el acicate hacia la superación de sus propias miserias, hacia la efloración de sus inmensas posibilidades. Porque en Otraparte debe estar encendida, en silenciosa iluminación, una llama que es de todos, porque es del pueblo, necesitado hoy más que nunca de luz en la oscuridad".*

Tienen exposiciones permanentes, temporales, itinerantes, todas con guión, adicionalmente cuentan con un espacio en Google Arts and Culture, redes sociales propias y la completa página web desde hace 21 años. Implementan acciones de marketing digital, poseen un sello editorial propio desde donde se publica la obra del Maestro y otros autores relacionados como Gonzalo Arango y el Padre Alberto, como titulares de los derechos de reproducción.

Tiene vínculos con instituciones educativas, desde preescolar, hasta universitarios y público especializado, contando siempre con la presencia de la I.E Fernando González de Envigado. Comparten talleres de literatura y poesía como el Taller Literario a Mano Alzada, Taller Viajes y Presencias. Mascaluna, El Aprendiz de Brujo, Yo Leo, entre otras ofertas culturales de charlas, conversatorios, ciclos de cine, tertulias, conciertos, obras de teatro, entre otros en convenio con Comfama.



Trabajadores directos del museo hay tres: Lucía y Mauricio, como coordinadores culturales y Daniel, como encargado del archivo. Los demás son cargos de la administración general de la Corporación: un director, un gerente, Juan el Jardinero, treinta jóvenes en el café y el personal administrativo y junta directiva de la corporación, generando más de 20 empleos directos. Ha recibido ayuda voluntaria, pero no hay un programa de voluntariado. Han realizado prácticas, pero lastimosamente representan un lío jurídico por pólizas y seguridad social. Los corporados trabajan de forma voluntaria.



La corporación es entonces la fuente principal de sostenimiento de la Casa Museo, a través del desarrollo de actividades, desde convocatorias, hasta alquiler de los espacios. Intentaron tener “Amigos del Museo” pero funcionó mejor el tiquete solidario, como aporte voluntario a las actividades desarrolladas, de forma presencial, que tomó mayor fuerza en la virtualidad acaecida por el Covid 19. La tienda de suvenires, las ventas del café y la editorial contribuyen con la función. Venden servicios culturales a la Alcaldía Municipal y a Comfama, reciben donaciones de Fraternidad Medellín y de la Cooperativa Confiar. Recurso Público del Ministerio de Cultura o del Instituto de Cultura y Patrimonio, y uno que otro premio o reconocimiento que traiga consigo algún estímulo monetario. Tienen un aliado internacional para “El derecho a no obedecer” con Open Society y generan productos culturales con el sello de la Corporación en pro del activismo y pensamiento crítico, en temas literarios, filosóficos, medioambientales, de género, sexo, inmigración.....



Publican, de forma virtual e impresa, un informe de gestión pública, donde detallan actividades realizadas por cada unidad cultural, estados financieros, publicaciones virtuales e impresas, ventas, proyectos, convenios y gestiones, relaciones públicas, visitantes y hasta comentarios realizados en el libro de visitas. Para 2019, hablando específicamente de la Casa Museo, se recibieron 14,988 visitantes presenciales y 245.108 en la página Otraparte.org.



Como aspectos a superar, esta el poco personal y falta de formación museológica para el desarrollo de las actividades del Museo, el poco capital para invertir en el Museo debido a la falta de superables financieros, y la falta de un guión museológico renovado que, integre el Parque Cultural y Ecológico en su Extensión. En resumen, y bajo el modelo de gestión a través de la Corporación y su propia estructura organizacional, lo que les falta es tener tiempo y estrategias para prestarle mayor atención a la Casa Museo, evitando que los otros escenarios conexos le sustraigan el protagonismo y lo condenen a la invisibilización, que en el peor de los escenarios, carguen con la sobra un Museo ajeno y estático a las dinámicas del Parque.

## "Aquí empezó todo" Pepe Zuleta

A favor tienen la obra de Fernando, con el total apoyo y reconocimiento de su familia y amigos. Los integrantes de la Corporación, tienen el talento humano y la vocación para cumplir con su misión, tienen la experiencia y el conocimiento profundo de la obra del escritor, tienen el comodato de su Casa, el respaldo de los vecinos de Envigado, un sello editorial, y contenidos propios generados a partir de la investigación. Alianzas estratégicas con cooperativas, universidades públicas y privadas, colectivos artísticos, culturales y de teatro. Además del Museo, su archivo, su historia y colección, un café, una biblioteca, un teatro, una huerta, un oasis, para ser y fortalecer los procesos al interior del Parque Cultural y Ambiental.

Pueden desarrollar más contenidos y publicarlos desde el sello editorial, pueden diversificar su oferta y segmentarla en todo tipo de públicos: niños, niñas, jóvenes, adultos mayores, turistas, intelectuales y especializados. Con la ayuda de sus aliados, se presenta la oportunidad de integrar todas las actividades de la Casa Museo, al café, el teatro, la huerta, el Parque Cultural y Ambiental, la Avenida, la calle, los colegios, las universidades, hasta el pensamiento.

## PROPUESTA DE VALOR

Tienen el espacio.  
Tienen la gente.  
Tienen las ganas, el progredere, el ánimo.  
Tienen los amigos y aliados.  
Tienen la agenda cultural.  
Tienen los libros y la palabra.  
Tienen la obra y a Fernando.

Lo que no pueden controlar y diariamente intentan mediar, son los intereses políticos, por fuera del desarrollo artístico y cultural.





## MUSEO COMUNITARIO GRACILIANO ARCILA VÉLEZ ITAGÜÍ, ANTIOQUIA.

Museo arqueológico y comunitario.  
Naturaleza: Privada.

**Palabras Claves:** Arqueología, Comunidad, Patrimonio, Corporación, Tejido Social, Barrio.

[Itagüí es un municipio antioqueño del Valle de Aburrá, perteneciente al Área Metropolitana, entidad político administrativa integrada por 10 municipios, de sur a norte a lo largo del Río Medellín. Está conurbado con la ciudad de Medellín. Fue fundado en 1743 y erigido en 1832. Es el segundo municipio más densamente poblado del país con 263.332 habitantes (DANE, 2018)

distribuidos en la zona urbana y un corregimiento de 8 veredas. Según encuestas departamentales de Calidad de Vida, es un lugar residencial de población obrera, siendo el estrato tres en nivel socioeconómico predominante. Es el municipio no capital más industrializado del país, con actividad comercial en los sectores textiles, químicos y metalúrgicos, además de la industria licorera, tras la delimitación geográfica de la Fábrica de Licores de Antioquia en 2006. Fue habitado desde la época temprana del siglo XVI, por los Nutabes, incluidos en la familia lingüística Chibcha, quienes han dejado múltiples huellas arqueológicas en la localidad].



[El Barrio El Rosario, donde se ubica el Museo, ha sido marcado por el abandono estatal, la violencia intrafamiliar, el consumo de sustancias psicoactivas, el madresolterismo y la deserción escolar. La ausencia de espacios de encuentro seguros para niños, niñas y jóvenes. Ha sido escenario de múltiples enfrentamientos entre bandas, la existencia de fronteras invisibles y una constante disputa por el “dominio” del territorio, fuertes problemáticas sociales que contrastan con la falta de oportunidades y el limitado acceso a actividades culturales de la comunidad local. A pesar de las problemáticas sociales del sector, a la población la caracteriza su espíritu resiliente y el Museo, verdaderamente comunitario, lleva 10 años procurando la transformación social y la realidad de cara al futuro de la comunidad del barrio, comprobado a través de los testimonios de los vigías].



## "YO VENGO A OFRECER EL CORAZÓN". MERCEDES SOSA

Al Museo Comunitario Graciliano Arcila Vélez se llega preguntando. Se ubica a 5 cuadras del Parque Obrero de Itagüí en el Barrio El Rosario, Sector Miranda. Todos se conocen con todos, y en el camino hacia el Museo, puedes encontrar casas residenciales, tiendas de barrio y una que otra pequeña empresa familiar o emprendimiento y muchos perros y gatos.

Llegas a un edificio de tres pisos, con coloridos murales en la fachada, frente a un taller de motos y una tapicería de muebles que funcionan sobre la acera, en pleno espacio público. Sobre la puerta retráctil de lo que parece ser un garaje, se lee un anuncio artesanal: “Museo Comunitario Graciliano Arcila Vélez”. Al abrir la puerta, ya te encuentras en el salón de exposiciones, que exhibe imágenes, frottages y pendones alusivos al Parque de los Petroglifos del municipio y piezas arqueológicas relacionadas a los hallazgos realizados en la región por la Corporación SIPAH. Este amplio espacio sirve también como sede para el desarrollo de las diferentes actividades artísticas, sociales y culturales, lideradas por la Corporación con la población local.



Pasas por la tienda del Museo, y al fondo del salón, encuentras la ludoteca, con material didáctico y libros donados por y para la comunidad, luego, tras una puerta de acceso al patio trasero y bajando las escalas, crece una completa huerta, con diversas especies ornamentales, suculentas, frutos como ajíes y totumos, flores y plantas de hierbas aromáticas...

Adentrándose en la huerta, se encuentra el refugio para gatos propios y callejeros, el horno de cocción cerámico y la bodega y casa taller de Don Jorge, quien presta sus servicios como maestro alfarero a la población del Museo Comunitario, y contribuye con la creación y comercialización de productos artesanales al visitante interesado, de forma directa o a través de la Tienda del Museo, desde donde se ofrece además una serie de elementos que promueven economías circulares, o que se vinculan directamente con la Corporación y sus colecciones.

Don Jorge desde su saber y experticia, contribuye con los procesos creativos e investigativos de SIPAH.



En este microuniverso, también se encuentra estacionada, el origen de toda la estrategia impulsada por la Corporación SIPAH para difusión y apropiación social del patrimonio arqueológico: La Motomuseo Itinerante. Una forma pedagógica y actividad descentralizada del quehacer de los museos, para llegar a las comunidades, en sus propios territorios, sobretodo en poblados rurales con dificultad de acceso a los centros urbanos. La Motomuseo aborda contenidos y temáticas diversas, producto de la investigación académica, sociocultural y artística desarrollada por la Corporación SIPAH. Está dirigida a todas las edades, para la puesta en común, y diseñada para renovarse periódicamente, en este caso, alberga una muestra arqueológica compuesta por piezas, réplicas y material didáctico, como una de las fortalezas temáticas de SIPAH.



De regreso al edificio, saliendo del gran salón y subiendo por las escaleras, se ubica un punto ecológico de reciclaje. Ingresando por una puerta, sobre la planta del Museo, encuentras un nuevo espacio en el que se ubica la Colección Arqueológica de referencia, una biblioteca de consulta especializada sobre patrimonio cultural, material e inmaterial, las oficinas de la Corporación, un baño, y una cocineta para la comodidad del equipo humano y para poder compartir un café con las visitas, es el hogar también de uno de los mecanismos para el control de plagas por excelencia, los gatos.



En el tercer piso, funciona el laboratorio de arqueología, donde se realiza toda la actividad investigativa, el análisis de los hallazgos para los cuales la Corporación SIPAH trabaja, se adelantan los procesos de diseño para la nueva versión digital del Museo Comunitario, y se hacen las reconstrucciones y mantenimientos de las piezas arqueológicas por profesionales, practicantes y voluntarios.

En el último piso se ubica una terraza con una panorámica del Valle de Aburrá. Sobre el techo del edificio, se encuentra la instalación de paneles solares que contribuyen con el abastecimiento energético para el edificio. La corporación, ha participado activamente de múltiples actividades asociadas a la investigación arqueológica y el patrimonio en el Sur del Valle de Aburrá: desde prospecciones arqueológicas, hasta jornadas de recolección de basuras con los ediles comunitarios. Gracias a los procesos de fortalecimiento de Vigías del Patrimonio con la comunidad, son los padrinos y guardianes de la Reserva Histórica y Arqueológica Parque de los Petroglifos, una propiedad privada con importante información en riesgo de desaparecer donde (en condiciones de “normalidad” o no covid) se realizaban talleres sobre la palabra y el tejido, y programación cultural para la diversa población local, lo que podemos considerar como una extensión al aire libre, del espacio del Museo, si se logra llegar a un acuerdo respecto al acceso al Parque.



El Museo posee exposiciones permanentes, temporales e itinerantes (Motomuseo) con sus respectivos guiones, y material audiovisual para el acompañamiento de los montajes museográficos. Tiene sus propias redes sociales, página web y adelanta el proceso de digitalización tridimensional del museo. Realiza estrategias de marketing digital y programación sociocultural, pues sumado a los talleres anteriormente mencionados, el Museo también realiza proyecciones de cine, jornadas de esterilización de perros y gatos, jornadas de recolección de ayudas y alimentos, entre otros. Ha participado en algunas publicaciones de la Red de Museos de Antioquia y en publicaciones y productos investigativos propios.

Abren los martes, jueves y viernes, para atender a diversos segmentos de públicos, en asocio con instituciones educativas de educación básica, media y universitaria. Anualmente los visitan alrededor de 300 personas por fuera de la comunidad. Ofrecen talleres de pintura y dibujo, patrimonio cultural, petroglifos y arqueología, reciclaje, alfarería, gimnasia para la tercera edad y proyecciones de películas. Han realizado charlas y seminarios, conciertos de rock y hip hop, presentaciones teatrales y jornadas de muralismo y graffiti en asocio con colectivos y entidades culturales del Sur del Valle del Aburrá, entre otras actividades, dependiendo del interés y aceptación de la comunidad.

La Corporación cuenta con una persona encargada de los sistemas, un museógrafo, y un conservador vinculados por orden de prestación de servicios, adicionalmente cuenta con seis personas voluntarias y dos directivos voluntarios corporados, para las funciones del Museo. Posee programa de amigos del museo, aunque en el momento se encuentra suspendido.

El Museo se sostiene financieramente, con los ingresos generados por las actividades realizadas desde la Corporación en el marco de la responsabilidad social empresarial con entidades privadas. Acceden a recursos públicos a través de convocatorias, premios y reconocimientos o convenios con la administración municipal.



Tienen a favor las ganas, la voluntad, la disposición y el talento del equipo del Museo y la Corporación para la generación de contenidos propios y la acción por los procesos de apropiación social del territorio y el patrimonio, para el tejido social. Un espacio físico amplio, su infraestructura, diversidad y acciones por el medio ambiente, en términos de sostenibilidad. Pertenecen a redes de trabajo y apoyo en el sector, como la Red de Museos de Antioquia y Red Vigías, así como profesionales voluntarios cercanos al Museo. Tienen buena relación con las comunidades y un vínculo profesional con las universidades. Las amenazas se relacionan con la falta de diálogo permanente con la Administración municipal y otras entidades del sector privado. La situación socioeconómica del país con sus repercusiones locales y efectos en los procesos culturales y la violencia en el contexto territorial, con las crecientes y alarmantes cifras de violencias intrafamiliares..

**Es un Museo Comunitario. Esa es en sí, una propuesta de valor.**

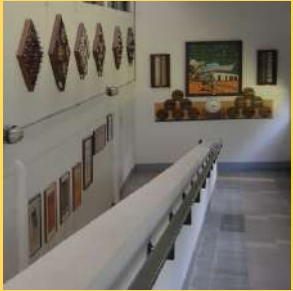
## PROPUESTA DE VALOR

El GAV siempre busca poner en marcha acciones para contribuir con la solución de problemáticas barriales. No hacerlos solos ni ser los únicos, es una premisa para este Museo Comunitario que se consolida como un espacio cultural entre el hogar y la escuela.

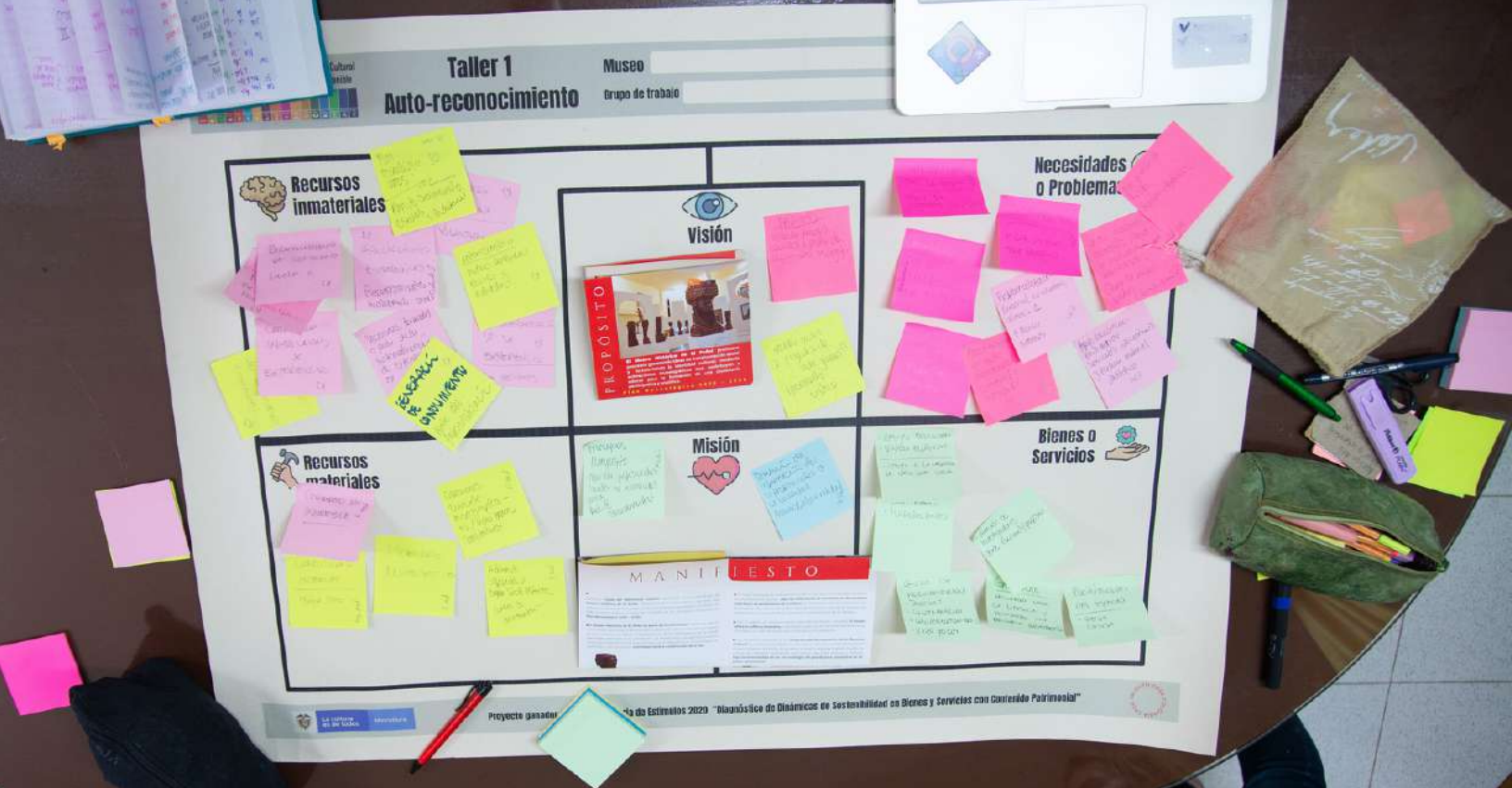
Quieren promover y asesorar, con apoyo de las redes latinoamericanas de museos comunitarios, la creación de al menos un museo comunitario por comuna o municipio, a nivel departamental y nacional, promoviendo modelos de gestión culturales y comunitarios. Buscan también heredar el GAV a la gente, literalmente, entregarles las llaves del lugar, para que sean ellos los promotores y gestores de sus propios procesos socioculturales y “Fratrimoniales” vinculados al territorio.

Encontrarse con los vecinos, crear lazos de confianza, apoyo mutuo, solidaridad y familiaridad. Intercambiar saberes y construir redes de interacción. Apropiarse de los espacios públicos del barrio, sembrando, pintando, dibujando, creando..., para sentir y vincular a las comunidades con lo que los rodea. Fomentar la empatía, las historias de vida, y el patrimonio como vínculo afectivo, con las ganas, la vocación y el trabajo en sentido de entregarlo todo a la comunidad.





# CONCLUSIONES



“El Museo puede utilizarse como un mecanismo para propiciar la unión y lograr la cohesión social ó por el contrario, tensar las relaciones hasta el punto de fragmentarlas”.

Mario Chagas.

Una palabra que ayuda a definir los museos en el ámbito local es la misma palabra que nos define en el ámbito latinoamericano: diversos. Las capacidades de los museos locales o lo que se espera de ellos en términos de oferta cultural y capacidad de salvaguarda del patrimonio, depende condicionalmente de la realidad social, cultural y económica, asociadas al territorio en el que se encuentran.

Sus lógicas, orígenes, expectativas, recursos y roles son diferentes a la de los “grandes museos” o museos de ciudades capitales, y eso no los hace espacios menos valiosos, o con patrimonios poco significativos, porque simple y sencillamente, son construcciones sociales diferentes.



Se dificulta mucho encontrar un modelo de gestión que responda a las necesidades y oportunidades tan diversas que tiene cada una de estas instituciones. Cada vez se hace más necesaria, la implementación de políticas públicas para el beneficio del sector, donde se garanticen canales de atención, capacitación, apoyo y gestión específicos para este tipo de instituciones. Los Museos locales son estrategias de autorrepresentación. Al no cumplir con las funciones principales del museo por definición, los museos locales nos hacen repensar las funciones museológicas, transformando la visión del territorio aplicado al campo de la museología.

Un diagnóstico busca evidenciar técnica y específicamente el estado actual del objeto de estudio, estableciendo un ideal para su mejora. A través del diagnóstico, entendemos si la información recolectada nos conduce o nos aleja de ese ideal y nos invita a la elaboración de hojas de ruta, documentos guía o planes de acción para seguir caminando la senda de ese ideal.

Con base en este diagnóstico, hemos identificado ciertos puntos en los que, desde el gobierno, las administraciones departamentales, locales, la academia, las corporaciones y entidades, los expertos, el sector privado, los clusters y cadenas de valor y hasta los voluntarios, podríamos trabajar de manera conjunta. Los siguientes enunciados, son aspectos claves asociados a su sostenibilidad, entendida no meramente en términos financieros como lo hemos expresado a lo largo de esta investigación, sino como estrategias de vínculo social con su comunidad y territorio, desde donde se dinamizan con propiedad, los recursos materiales e inmateriales, los aliados, los servicios, los canales, las actividades, los públicos y otras formas de continuidad del ejercicio museológico.

Más que una lista de chequeo de cumplimiento, consiste en una alternativa de gestión museal de aliados en red.





# 1. UN MUSEO CON PROPÓSITO

**Definir la misión, visión, funciones, metas y alcance de los museos del territorio antioqueño, pertenecientes a la Red de Museos de Antioquia.**

La construcción de una misión y una visión orientada a la sociedad y actualizada de forma periódica, son el principio que da orden a toda entidad. Una hoja de ruta guía para que todas las acciones confluyan sobre la forma de ser, pensar y actuar institucional. Permiten reconocer avances sobre el trabajo y la gestión realizada por parte de los equipos de talento humano, generan satisfacción y alivian cuando nos enfrentamos a situaciones adversas o frustrantes, revitalizando los ánimos.

El diseño de planes de acción son el medio para el cumplimiento del propósito que se ha propuesto el museo a través de su misión y su visión. Los indicadores de cumplimiento de estos planes de acción, establecen estándares o niveles de calidad para cada una de las áreas que se tienen activas o que se necesitan generar dentro del quehacer museológico de cada institución. Estas estrategias permiten la consolidación, avance y desarrollo de las actividades museales en los territorios bajo un modelo propio de crecimiento institucional. Así, los museos se auto definen, generan contenidos propios a partir de su naturaleza y establecen sus prioridades, responsabilidades, compromisos y ofertas culturales ante la comunidad que los origina, con base en sus propias formas y lógicas autopoieticas. Así se contribuye al desarrollo social y cultural de los territorios, formulando activamente acciones para el fortalecimiento del tejido social y la participación y acceso cultural a las comunidades.



## 2. UN MUSEO CONSECUENTE

**Desmitificar las funciones asociadas a los museos por definición y asignar roles que correspondan con cada una de sus realidades, sus comunidades y sus dinámicas económicas, sociales, políticas y culturales en pro de las identidades locales y del territorio.**

Desde las lógicas tradicionales de la museología, encontramos las funciones de: adquisición, conservación, investigación, comunicación y exposición de patrimonios materiales e inmateriales de la humanidad y el medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo (ICOM, 2007). En consecuencia, se crean áreas o equipos de trabajo y se asignan roles a recursos humanos capacitados para el cumplimiento de cada una de ellas. ¡Nada más ajeno a la realidad de los museos locales!

Los museos locales también tienen problemáticas universales y existe un fuerte prejuicio sobre ellos y la poca atención que reciben, asociado a su incapacidad de cumplir con la definición institucionalizada de museo, como si tener menos capacidad, los hiciera menos relevantes en el ámbito regional y nacional respecto a la gestión del patrimonio.

Es cierto que, encontramos museos que no cuentan con el mínimo de una persona encargada de la gestión del espacio, y en los casos afortunados, que cuentan con un equipo de más de dos personas, la mayoría de ellos, o la totalidad son voluntarios. Se genera entonces poca continuidad en los procesos, la omisión o ejecución poco rigurosa de muchas de estas labores, la falta de formación e idoneidad del personal, la sobrecarga laboral de funciones del responsable del museo, y por consiguiente, la falta de motivación, que al no ver resultados, trae consigo el tedio.



El desconocimiento del quehacer desde y en los museos es el principal desafío para su sostenibilidad. Incluso las personas pertenecientes a las mismas instituciones ignoran su propio alcance, oportunidades y margen de maniobrabilidad, así como la falta de información y vínculo con la labor de otros museos en el territorio regional.

Es urgente trabajar sobre la comprensión y el entendimiento generalizado en la población, en las personas vinculadas al museo y en los representantes políticos y sociales, sobre los alcances, las oportunidades, las fortalezas y las alianzas de cada uno de estos espacios, para

concederles mayor protagonismo en el desarrollo de planes municipales y departamentales, así como en asignaciones presupuestales y como aliados en el desarrollo de actividades bajo las lógicas de su propia naturaleza, origen y formas de construir identidades y patrimonios. Cada museo debe autodefinirse a partir de sus comunidades y territorios, para contribuir con la implementación de estrategias que brinden alternativas y soluciones, que permitan afrontar los desafíos en el desarrollo de las funciones de los museos y en el reto que se nos presenta como sociedades con proyección al futuro.



### 3. UN MUSEO COMPARTIDO

**Generar agremiaciones de la sociedad civil (voluntariados, grupos de vigías, corporaciones o colectivos) para la gestión compartida (Alcaldías municipales) de los museos.**

Los museos locales son producto de la vida social de los habitantes, administrados por sus propias comunidades en el ejercicio de los derechos a la memoria, la historia, el arte, la construcción de identidad cultural... La administración municipal, regional, nacional, debe ser un facilitador, un vehículo, pero no un administrador. Debe ser un garante de la apropiación cultural de la población civil, de la comunidad, no un gobierno a favor de la mercantilización de las culturas. El discurso del museo ya se encuentra por múltiples motivos e intereses políticos, mercantilizado. El espacio no. El espacio debe ser una construcción colectiva, que permita transformar los discursos.

Durante la elaboración de este diagnóstico, vimos como muchas instituciones eran “víctimas” de los recortes presupuestales, el abandono, el poco interés y falta de

respuesta por parte de las administraciones municipales, como consecuencia de las voluntades políticas de los mandatarios de turno, personas que en general, desconocen las capacidades, roles y oportunidades que se generan a partir del trabajo de los museos.

Por ello, es necesaria la conformación de agremiaciones de la sociedad civil como agentes dinamizadores de los espacios culturales: entidades sin ánimo de lucro, corporaciones, voluntariados y grupos de vigías, que contribuyan con la labor de generar contenidos y actividades con la comunidad, con el fin de mantener autonomías en la gestión y representación en el museo, que abran permanentemente la posibilidad de participar en la construcción de conocimientos e identidades locales. Así, el Gobierno Nacional, y los regionales y locales, se encargan de cumplir con sus obligaciones respecto al cumplimiento de los derechos culturales, como un sistema político garante de escenarios, medios e insumos para la accesibilidad cultural: de la forma, del contenedor, del qué. Y las agremiaciones de la sociedad civil se encargan del fondo: los contenidos, los procesos, los servicios, las actividades, del cómo, dejando de paso, en el sector político, aprendizajes sobre el rol social, cultural y económico de los museos.



## 4. UN MUSEO ACTIVO Y CONECTADO

**Reactivar ciclos de capacitación, formación, encuentro e intercambio de saberes a partir del conocimiento empírico, la gestión cultural y los profesionales del sector.**

El ejercicio museológico del departamento es en su mayoría desarrollado por gestores culturales de forma empírica, por personas con experiencia, interés y vocación por el desarrollo de actividades culturales en las instituciones que representan.

Son necesarios los espacios y encuentros de capacitación y escucha multidireccional, donde participen diversos actores sociales, desde la comunidad y sus necesidades, los profesionales y portadores del conocimiento con sus soluciones y el gobierno y el sector privado, con sus medios y responsabilidades sociales, para que entre todos, en un ejercicio de corresponsabilidad y gestión compartida se logre la sostenibilidad de las instituciones. Se necesita establecer a nivel departamental, desde el área de patrimonio, una dependencia o entidad que colabore con los procesos formativos y estratégicos para que los museos locales del departamento, logren responder a las demandas y desafíos tan particulares a los que cada uno se encuentra.



La emergencia del covid trajo consigo la posibilidad de estar conectados y crear espacios donde se compartan y se reconozcan las prácticas que se han desarrollado en los territorios, pues muchas de las soluciones y capacidades construidas en las regiones desde la experiencia, han sido subestimadas por la academia en un ejercicio de imponer un conocimiento colonizador y validante, ignorando la naturaleza de las formas ejercidas en los territorios, como prácticas que responden específicamente a los contextos, alcances, recursos y medios particulares del espacio museal.

Las prácticas empíricas de las comunidades, corresponden a conceptos y teorías desde la academia: se han hecho Nuevas Museologías, Museologías Sociales, Museologías Sensoriales o Didácticas y Museologías Críticas desde la experiencia sin conocer el concepto y viceversa. Falta unir estos dos cabos en las prácticas museológicas: ambas, academia y “realidad” (praxis), se mantienen en un constante hacer y resolver, puesto que los museos “no están terminados” siempre están en movimiento, no van a ninguna parte, pues su función es hacer caminos.



# 5. UN MUSEO ÚTIL

**Contribuir con las soluciones de las necesidades básicas de la población de las comunidades locales o de los segmentos de públicos para poder seguir hablando de patrimonio.**

El museo es el espacio para contar historias desde diferentes puntos de vista, interpretando a la manera del visitante la narración. Los museos son lugares para pensar, son formas de conocimiento, de duelo, de unión, de perdón. Otras formas de afrontar los accidentes e incidentes de la vida.

El museo es un escenario para el pensamiento crítico y la reflexión en torno a las dinámicas sociales, culturales, ambientales y económicas asociadas al territorio. No sólo por el tipo de colecciones o referencias a otras épocas que puede almacenar en estos espacios, sino, por la forma en que toda esa información se convierte en conocimiento aplicado en el presente y el futuro.

Es nuestro deber ir más allá, posicionar los museos como los espacios para la reflexión, la búsqueda de alternativas, el pensamiento crítico, las iniciativas y los proyectos, llamados a la acción o gestión comunitaria en pro del Desarrollo Sostenible.

Siendo el Museo la plataforma para motivar, desarrollar e implementar acciones para el buen vivir donde nadie se quede atrás, a partir de las agendas o programación cultural, los talleres, actividades y los servicios ofrecidos, se construyen vínculos de afecto y pertenencia no sólo con el patrimonio, sino con la entidad que lo protege. Un museo que escucha y atiende a su comunidad, se vincula en sus dinámicas y sus necesidades sociales, es un museo que tiene impacto, amigos, socios y aliados dispuestos a garantizar su sostenibilidad.



## 6. UN MUSEO CON VALOR

**Gestionar actividades propias como políticas del museo, que propendan por el acceso, disfrute, comprensión y valoración de los derechos comunes a la cultura, el patrimonio y la memoria, y con ello, consolidar al museo como el espacio que representa y garantiza las democracias culturales. El objetivo de las propuestas de valor, es encontrar prácticas museológicas no homogeneizantes como las atribuidas al museo por definición.**

Las propuestas de valor son las formas en las cuales se centra la energía institucional, que permita resultados a nivel social, educativo, cultural. Son actividades realizables, útiles, recompensantes y atractivas para la comunidad local, porque se construyen a partir de la identificación de sus propios intereses, a través de los medios, los aliados y las actividades con las que el museo ya cuenta, con el ejercicio de ordenarlas a través de un modelo canvas para ser incluidas en el plan de acción.

Tooooda la creatividad que surge en los Museos por sus formas de gestión y organización, generan un impacto en el desarrollo social de su comunidad y territorio.

Las comunidades con sentido patrimonial, son comunidades que valoran lo que son, lo que tienen y sus recursos, son comunidades sostenibles, en tanto son conscientes de sus necesidades y la forma de solventarlas.

Cómo el museo soluciona las necesidades básicas de la comunidad:? Si desde las propuestas de valor se incluyen la atención de otras problemáticas asociadas a la salud, el medio ambiente, la educación, entre otros aspectos básicos de la construcción social, el museo puede tener la capacidad de encontrar nuevos aliados y recursos en otras dependencias del gobierno y en otras formas de desarrollo.

Insistimos en el ideal de construir definiciones propias de museos e identidades locales, solventando las necesidades de las comunidades, defendiendo lo propio, asociado al territorio, para la subsistencia. Debemos generar contenidos educativos desde los museos, en lenguajes incluyentes para su comunidad.





## 8. UN MUSEO EN RED

**Impulsar desde el sector, de forma voluntaria, la reactivación de la Red de Museos de Antioquia bajo un nuevo modelo de gestión.**

Los museos locales de carácter público en su mayoría, generan dependencias devastadoras bajo los modelos de padrinazgo. Dependen anualmente de las voluntades políticas y los recursos dispuestos para su funcionamiento. Se acostumbran a operar con la cantidad dispuesta por la alcaldía municipal, - cifra que anualmente disminuye en vez de aumentar- sin aprender la forma de optimizarlos en estrategias de autofinanciación o gestión de recursos propios y adicionales. La energía que invierten estos museos en la gestión política de su sostenibilidad, debería ser invertida en la gestión social y comunitaria de su sostenibilidad.

Más o menos lo mismo le pasó a la Red de Museos de Antioquia (2010 - 2015), quienes hasta 2015 funcionaban bajo la administración de un museo padrino que recibía recursos públicos para operar la red. Mientras duró, lo hizo muy bien, se sentaron precedentes del trabajo en Red en el país, se formaba a sus integrantes y la RMA era constantemente tomada como ejemplo. El Museo Padrino renunció a la coordinación de la Red, y ningún otro museo se sentía en capacidad de asumirla, por lo que el recurso se dejó de percibir hasta 2019 en el último encuentro que realizó la red.

Ahora, realizamos un nuevo llamado para su reactivación a través de la suma de voluntades del sector: profesionales, estudiantes, gestores, gobierno y comunidad, para trabajar sobre un nuevo modelo que represente los intereses de las instituciones que pertenecen a la Red, desde donde se logre articular alianzas con el sector privado, ser incluida en las cadenas de valor de los clusters de turismo y por supuesto lograr un espacio propio y permanente de representación en el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia.



# 7. UN MUSEO COMO SOLUCIÓN

**Los museos deben reconocerse, actuar con vocación, ampliar sus fronteras para llegar a nuevos públicos.**

Hemos cometido el error de creer que el patrimonio y los museos son temas de interés generalizado a nivel social y nos hemos enfrascado en discusiones que en muchas ocasiones no encuentran salida a la realidad, en parte, por la falta de conocimiento, reconocimiento, interés, voluntad y agremiación del sector.

Se debe motivar desde el museo, la administración local, departamental y nacional, la participación de la cultura de forma transversal en otros ámbitos de la cotidianidad, desde del trabajo de los

gestores de museos y del patrimonio cultural y el reconocimiento como actores y líderes sociales, a través de beneficios, estímulos o acciones que contribuyan con el ejercicio de su trabajo, para ampliar el panorama de acción y las estrategias de otras áreas o disciplinas que pueden incluirse en la gestión museal.

Ampliar territorios.

Debemos generar desde los museos, políticas participativas incluyentes y transversales al quehacer museológico, que contribuyan a la autodeterminación de los pueblos, desde la colectividad para hablar de las necesidades locales y cómo estas pueden solventar desde el trabajo con y desde el patrimonio, ampliando los rangos de acción y oportunidad desde el museo.



Un modelo de participación voluntaria, con garantías gubernamentales, con representación de todas las subregiones departamentales, que represente un beneficio para todos. Desde donde se discutan y comprendan los asuntos propios del territorio, impulsando la creación de un comité asesor para la Red, donde se pueda contar con profesionales y aliados que emitan conceptos, asesorías y puntos de vista (con conocimiento de causa, no con fórmula genérica de solución) sobre los asuntos y problemáticas relacionadas a las particularidades de cada uno de los museos.

La diversidad de museos en nuestro territorio corresponde a la diversidad de personas que trabajan en ellos. Desde contextos donde las oportunidades laborales son escasas y el museo local de carácter público, termina siendo el escenario donde se pagan favores políticos o se emplean personas poco idóneas para el ejercicio de las funciones, hasta los museos donde a todos les apasiona el tema y trabajan de forma voluntaria. Los que saben cómo y tienen las ganas, los que no saben y buscan, los interesados, los apasionados, los obligados, los que no quieren pero les toca, los que estamos aprendiendo, los profesionales, los contratados, los voluntarios, los que quieren participar, los que llevan toda la vida, los corporados... todos son custodios de nuestro patrimonio y necesitan capacitación, formación, escucha, diálogo, recursos, asesorías, soluciones y apoyos de instituciones que conozcan verdaderamente sus necesidades.



Sabemos que el Programa de Fortalecimiento de Museos se esfuerza en generar material virtual para capacitar a las personas pertenecientes a estas instituciones, pero este material no llega a todos los rincones del territorio, por aspectos asociados a la conectividad y uso de medios informáticos y por otro lado, por razones asociadas al interés y la falta de voluntad de los trabajadores de museos para autoformarse o buscar y gestionar el conocimiento requerido para el desarrollo de las funciones. Aun así, el PFM no tiene la capacidad de abarcar todas las instituciones del país, entendiendo cada una de sus naturalezas, para realizar seguimientos permanentes sobre sus estados y necesita un aliado replicante en el territorio.

El Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia tiene la voluntad de apoyar al sector, a través de las convocatorias recientemente promovidas para los museos, pero no tiene los recursos para generar una dependencia especializada en el asunto de los museos y desconoce el escenario actual. Es un detrimento patrimonial financiero, que el gobierno invierta en iniciativas que carecen de apropiación social y trabajo comunitario, que al ser implementadas, se traduzcan a imposiciones culturales, creyendo que el estado tiene los medios económicos y toda la responsabilidad de atender y solventar la totalidad de la actividad cultural. debe haber un ejercicio de corresponsabilidad.

La academia puede vincularse a través de practicantes, o de la oferta de talleres, seminarios y cursos para empleados de los museos locales, con las características que hemos mencionado, contactarlos directamente para ofrecer escenarios de participación e intercambio de experiencias teóricas y prácticas. Pero depende en gran medida, de la suma de voluntades.



Finalmente, tenemos la oportunidad de consolidar escenarios de participación como la emergente Alianza Colombiana de Museos (2020), que contribuyan a fortalecer los procesos que se adelantaron desde la Red de Museos de Antioquia, con un nuevo modelo de gestión autónomo, a través de la suma de intereses, voluntades y la participación solidaria en alianzas e iniciativas que representen la igualdad en la diversidad o la diversidad en la igualdad: problemáticas comunes en territorios, lógicas y tipologías de museos diferentes. Las necesidades del sector, agrupadas en núcleos o áreas de interés específico, con la posibilidad de gestionar recursos para el financiamiento de sus actividades de fortalecimiento. La Red de Museos de Antioquia se debe renovar para que todo el sistema de museos funcione, autónoma y libremente, no para generar conductas o dependencias.

La situación de los museos locales era crítica incluso antes de la pandemia, las medidas adoptadas ante la amenaza del covid 19 concretamente, aumentaron el grado de dificultad de las instituciones acostumbradas a la resistencia. ¿Cómo reactivamos los procesos museológicos locales a través de las propuestas de valor en la pospandemia. ? este es el paso a seguir...

