



Junta de Andalucía
Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico
INSTITUTO ANDALUZ DEL PATRIMONIO HISTÓRICO



REVISTA **PH**
ISSN 2340-7565

Sección Debate (*revista PH 102, febrero 2021*)

Debate 18: Comunicación y redes sociales en instituciones culturales

Textos provisionales [pre-prints]

El Museo Cerralbo explora vías de comunicación novedosas durante 2020

Cecilia Casas Desantes, Demian Ramos San Pedro | Museo Cerralbo

El Museo Cerralbo ha apostado decididamente por lo digital en los últimos años, aumentando esta tendencia durante el 2020. Explorar nuevas formas de comunicación, conectar con nuevas audiencias y crear contenidos digitales de calidad han sido algunas de las señas de identidad en la actividad virtual de la institución. Además, el equipo del museo ha sectorizado conscientemente sus diferentes usuarios, diferenciando entre público presencial y público virtual y generando para este contenidos ex profeso.

Dentro de estas nuevas formas de conectar con la audiencia, y siguiendo a otros museos como el MET o el Museo de Altamira, nos fijamos en los filtros de Instagram. Con su desarrollo, pretendíamos ofrecer al usuario una experiencia expandida más allá de la visita física del museo, manteniendo identificables nuestros fines y objetivos. Además vimos en ellos una manera interesante de avanzar en el desarrollo de una de nuestras estrategias de trabajo digital centrada en lanzar puentes entre el siglo XIX y el XXI. Los filtros además nos permitían establecer una nueva dinámica con nuestra comunidad, permitiendo otras posibilidades en nuestra interacción y fomentando la creatividad del usuario. A ello se sumaba el último objetivo, tal vez más sutil: que al desarrollar y compartir los filtros el usuario pudiera reconocer al Museo Cerralbo como un *maker* dentro de la comunidad de Instagram, alejándonos de la rigidez de los perfiles institucionales.

El peso de la imagen dentro de Instagram, unido a la importancia que tiene la fotografía dentro de la colección del Museo, nos hizo decantarnos por desarrollar dos filtros basados en las técnicas fotográficas más reconocibles del siglo XIX: el daguerrotipo y el colodión húmedo. Los filtros fueron desarrollados por el equipo técnico del Museo Cerralbo empleando la herramienta gratuita Spark AR. Una vez validados por Instagram e implementados, planteamos un concurso fotográfico para fomentar su difusión y la participación de nuestra comunidad. Precisamente uno de los principales puntos del concurso era que la participación debía de estar abierta a todos los usuarios, sin restringirlo exclusivamente a los posibles visitantes presenciales del museo.

La respuesta superó nuestras expectativas recibiendo un total de 282 participaciones. En términos de impacto, durante la semana del concurso (del 19 al 26 de agosto de 2020) se capturaron un total de 4.905 fotografías y vídeos empleando los filtros, alcanzando un total de 247.871 impresiones. Una vez finalizado el concurso, los filtros siguen a disposición de la comunidad, y si bien no recibimos un feedback contante como el recogido durante el concurso, los datos nos indican que siguen en activo. Así, desde que fueron publicados hasta los últimos datos (finales de noviembre) los filtros han obtenido un total de 832.484 impresiones siendo empleados en 12.658 capturas por un sector de usuarios muy joven (el 53% de los usuarios que ha empleado los filtros está entre los 13 y los 24 años).

Otra acción innovadora del Museo Cerralbo este año 2020 ha sido el estreno de su programa de podcast, Radio 19. En 2018 y 2019 tuvimos los primeros contactos con el medio gracias a tres talleres para adolescentes cuyo resultado ya entonces se colgó en Youtube, y en 2019 el equipo empezó a considerar seriamente la idea de un programa radiofónico propio.

Con la incorporación de nuevo personal al departamento decidimos abrir un perfil del Museo en Spotify para publicar listas musicales temáticas, al igual que había hecho el Museo Nacional del Romanticismo. Pronto se fueron creando una audiencia y unos seguidores fieles. Durante aquel verano la prensa española se hacía eco del aumento de consumidores de podcast en España: la tendencia seguía siendo favorable. Además de ser un medio clásico pero también moderno (como la imagen que buscamos proyectar para este Museo), compatible con tareas cotidianas, valorábamos especialmente la utilidad en usuarios con discapacidad visual.

A principios de 2020 el podcast aparecía en nuestros objetivos anuales. Durante el confinamiento realizamos varias encuestas en Twitter, en las que el 90 % de los seguidores acogió positivamente la idea de escuchar un podcast “ce-



Junta de Andalucía

Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico

INSTITUTO ANDALUZ DEL PATRIMONIO HISTÓRICO



REVISTA **PH**
ISSN 2340-7565

rralbiano". Con sus respuestas esbozamos los parámetros básicos: mensual y de media hora de duración. Mientras tanto, nuestras playlist temáticas de Spotify seguían aumentando hasta 7. Significativamente, durante la primavera de 2020 el consumo de podcast subió un 25 % en España.

Durante el verano de 2020 trazamos una estrategia de producción: elegimos un nombre moderno y que conectase rápidamente con la idea del Museo, "Radio 19", y decidimos estrenarnos con un capítulo introductorio para atraer a los consumidores de podcast que no conociesen el Museo. Durante nuestro proceso creativo, no nos fijamos en otros podcast de Museos, aunque sí en otros programas de temáticas diversas. Hoy somos más conscientes de radios y programas como los del British Museum, el MNCARS, el MET o el MACBA. Como rasgo identitario a destacar en el mundo de los podcast de museos, Radio 19 es un auténtico programa radiofónico con una imagen y línea de comunicación bien definida.

Radio 19 cuenta al finalizar 2020 con dos capítulos, y tiene otros tres en producción. Está disponible en Spotify, Ivoox, Apple Podcasts y Youtube. A principios de diciembre cuenta con casi 500 descargas o escuchas totales y más de 100 seguidores del programa en las plataformas de podcast, 460 si sumamos los de Youtube.

Como conclusión, destacar que estas dos iniciativas son dos ejemplos de las propuestas pioneras que el Museo Cerralbo se esfuerza por sacar adelante, a coste cero, pues todo el trabajo lo realiza personal del departamento, y siempre dentro de una cuidada estrategia de comunicación y planificación por objetivos en el seno del departamento. Con ellas estamos consiguiendo afianzar la presencia y la personalidad virtual de la institución, marcando nuevos ritmos en la comunicación y difusión de museos y afrontando siempre nuevos retos en nuestro trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

- Europa Press (2020) El consumo de podcast aumentó un 25% durante el confinamiento en España. *PortalTic*, 8 de septiembre de 2020. Disponible en línea: <https://www.europapress.es/portaltic/sector/noticia-consumo-podcast-aumento-25-confinamiento-espana-20200908172443.html> [Consulta: 03/12/2020]
- Ministerio de Cultura y Deporte (2020) *¿Cómo comunicamos? Las redes sociales y los museos a debate. I Encuentro Día Internacional de las Redes Sociales*. Disponible en línea: <http://www.man.es/man/actividades/actividades-extraordinarias/20200630-dia-internacional-redes-sociales.html> [Consulta: 03/12/2020]
- Ministerio de Cultura y Deporte (2020) *Encuentro virtual: ¿Cómo comunicamos? las redes sociales y los museos a debate. II Encuentro Día Internacional de las Redes Sociales*. Disponible en línea: <https://www.culturaydeporte.gob.es/mgreco/actividades/conferencias/encuentrovirtual.html> [Consulta: 03/12/2020]
- Radio 19: el podcast del Museo Cerralbo (2020). *La cultura social*, 5 de noviembre de 2020. Disponible en línea: <http://lacultura-social.es/radio-19-el-podcast-del-museo-cerralbo/> [Consulta: 03/12/2020]