

Dr. Francisco Javier Soria López

Director de la División de Ciencias y Artes para el Diseño

INFORME DE TERMINO DE SERVICIO SOCIAL

COMUNICACIÓN Y DESARROLLO INTERINSTITUCIONAL DEL MMAC JS

Clave: **XCAD000833**

14 de enero de 2022 – 18 de noviembre de 2022

Responsable del proyecto: **Emmanuel Gibrán Upalikiin Hidalgo**

Asesor interno: **Mtro. Roberto Antonio Padilla Sobrado**

José Pablo Sánchez Santiago

Matrícula: 2173030943

Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica

División de Ciencias y Artes para el Diseño

Cel : 7774399592

svnxsvntivgo@gmail.com

ÍNDICE

ÍNDICE	1
INTRODUCCIÓN	¡Error! Marcador no definido.
OBJETIVO GENERAL	¡Error! Marcador no definido.
ACTIVIDADES REALIZADAS	¡Error! Marcador no definido.
METAS ALCANZADAS	¡Error! Marcador no definido.
RESULTADOS Y CONCLUSIONES	¡Error! Marcador no definido.
RECOMENDACIONES	¡Error! Marcador no definido.
BIBLIOGRAFÍA Y/O REFERENCIAS ELECTRÓNICAS	¡Error! Marcador no definido.
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

INTRODUCCION

El ICOM (Consejo Internacional de los Museos) define a los museos como “una institución sin ánimo de lucro, permanente y al servicio de la sociedad, que investiga, colecciona, conserva, interpreta y exhibe el patrimonio material e inmaterial. Abiertos al público, accesibles e inclusivos, los museos fomentan la diversidad y la sostenibilidad, con la participación de las comunidades, los museos operan y comunican. Ofreciendo experiencias variadas para la educación, el disfrute, la reflexión y el intercambio de conocimientos.”

La relación que hay entre los museos, el proceso de educación y la aproximación a la cultura siempre ha estado estrechamente entrelazada. Los museos cumplen con una función primordial en el desarrollo de la sociedad, como difusores de información y como mecenas del arte, la cultura y la ciencia.

Teniendo en cuenta su importancia es alarmante los datos que muestra el INEGI en relación como ha disminuido el número de asistentes a los museos desde el 2018, sumado a esto la pandemia limitó aún más y dificultó las labores de difusión de estos recintos.

Es por esto por lo que el área de comunicación de los museos es fundamentalmente importante en el proceso dar visibilidad a la audiencia de la existencia, talleres, exposiciones y eventos que se presentan en los museos.

En ese mismo ámbito el Museo Morelense de Arte Contemporáneo Juan Soriano (MMAC) funge como acervo de la obra del artista Juan Soriano y una de las mayores casas de cultura del norte del estado de Morelos. Y parte de sus labores se encuentran en el área de comunicación, equipo que se encarga del acercamiento a la audiencia para dar a conocer la información relevante con el museo, la creación de contenido audio visual que se comparte en las redes sociales, la creación y planificación de estrategias de comunicación, así como el registro fotográfico de eventos del museo y de las exposiciones de este.

OBEJTIVO GENERAL

1. Creación de Contenido Audiovisual para promover las actividades del museo.
2. Registro de estadísticas generales.
3. Apoyo en la Realización de eventos.
4. Registro Fotográfico de los Eventos del museo.
5. Registro fotográfico de las exposiciones.

ACTIVIDADES REALIZADAS

Las actividades realizadas para alcanzar los objetivos fueron:

1. La planeación de cinematográfica de los contenidos audiovisuales que se hicieron para el museo, dirección de arte, scouting, planeación de tomas, guion, investigación de referencias.
2. Creación de propuestas graficas para contenido de la parrilla de redes sociales.
3. Investigación documental sobre exposiciones y temas referentes al museo.
4. Creación de e-cards e infografías informativas sobre eventos del museo.
5. Creación de animaciones para redes sociales con la ayuda de los programas Adobe Premiere, Adobe Aftter Effects, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Procreate.
6. Elaboración de animaciones Motion Graphics para promoción de eventos culturales.
7. Elaboración de Collage Digital y Motion Graphics para la parrilla de contenido de las redes sociales del museo.
8. Bitácora de Análisis de métricas de Instagram, Twitter y Facebook.

Los temas más frecuentes fueron la vida y obra de Juan Soriano, el material se obtuvo del acervo del museo, biblioteca y material de archivo.

Las actividades más frecuentes fueron las entrevistas en video sobre los usuarios del museo hablando sobre su experiencia en este, los eventos y las exposiciones temporales expuestas. Las entrevistas a los artistas invitados de las exposiciones presentadas. Y el registro fotográfico de los eventos en el museo, noches de museo, festival de ilustración, presentaciones de libro, conferencias, masterclass, talleres.

METAS ALCANZADAS

1. Se alcanzó a realizar el material propuesto en el lapso definido para redes sociales.
2. Aumento en el tráfico y permanencia de la audiencia de redes sociales.
3. Amplio conocimiento en cuanto a la producción de un video, desde la preparación hasta la edición de este.
4. Amplio conocimiento del proceso de registro fotográfico de eventos.
5. Amplio conocimiento en el análisis de métricas de redes sociales.
6. Amplio conocimiento de narrativa visual en producciones

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Durante el tiempo de mi servicio pude percatarme de la forma de trabajo real de los equipos del área de comunicación, y la importancia tienen estos en las organizaciones donde trabajan, del trabajo que se hace detrás de cada elemento gráfico que se exhibe al público, tanto en redes como material impreso.

El Museo Morelense de Arte Contemporáneo Juan Soriano se hace presente en redes sociales compartiendo material constantemente. Lo que ha reflejado un aumento en el tráfico de visitantes tanto digitales como físicos a las instalaciones del recinto cultural.

Para ello se trabajó la conceptualización del contenido multimedia desde la tendencia en las redes y las referencias de los museos mas importantes. Se creo una parilla de contenido y se hicieron las escaletas del material audiovisual que se produjo.

El contenido ayudo a generar interés en la audiencia que se vio reflejado en un aumento en las visitas al Museo Morelense de Arte Contemporáneo y un mayor engagement del publico de redes sociales. Un objetivo muy importante fue la de generación de dinámicas que logaran que la audiencia acudiera a los eventos del museo.

Uno de los proyectos mas importantes fue "ILUSTRANTE 2022" una feria de ilustración que invitaba a jóvenes artistas, desde redes se lanzo una convocatoria para que los artistas interesados mandaran su portafolio de marca y se hiciera una

selección de los que estarían vendiendo sus productos y un grupo mas selecto fue expuestos en el área de talleres. Este proyecto conto con la asistencia del Gobierno del estado de Morelos y la secretaria de cultura del estad de Morelos.

La feria supero las expectativas planteadas y fue gracias a la colaboración de los artistas emergentes y la estrategia comunicativa del museo. Se logro atraer al publico e incrementaron los seguidores en las redes sociales.

Agrego que pude aprender que las instituciones culturales del estado no son independientes y constantemente son reguladas por la secretaria de cultura. Todo el material que se comparte primero debe ser aprobado por la secretaria de cultura lo que alenta el proceso. Pero al mismo tiempo te reta a buscar formas creativas de mantener la autenticidad del proceso de diseño y al mismo tiempo cumpla con los requisitos y necesidades del gobierno.

En resumen, parte importante de la difusión de las actividades recae en el equipo del área de comunicación. Sus labores, permiten que el público conozca los servicios, eventos y material cultural que el museo tiene para ofrecer, de mantener el interés en la audiencia y de construir comunidad alrededor de el, es responsable de los patrocinadores, y del trato con ciertos proveedores de servicios.

También cabe resaltar y aplaudir el trabajo que se encuentra detrás del contenido que se produce, teaser, entrevistas, contenido para redes, registro de los eventos. Uno de los mayores aprendizajes fue la logística de la producción del material. quisiera dar un reconocimiento a Julieta Loreta jefa de prensa del MMAC quien fue mi supervisora.

RECOMENDACIONES

Basándome en las lo anterior, me parece que el museo amplia constantemente su segmento con los diferentes eventos que se realizan en sus instalaciones. Las audiencias son diferentes, pero siempre están en la búsqueda de brindar diferentes contenidos.

Reforzar con la comunicación con mayor constancia en las estrategias de publicitarias es necesaria, para poder tener un mayor engagement. Son necesarias mas juntas con el equipo para que los procesos sean mas precisos y no se pierda el tiempo en correcciones.

También son necesarias estrategias publicitarias fuera de las redes sociales que permitan que los transeúntes y la audiencia que concurre por los alrededores pueda conocer al museo, ya que, en encuestas de la zona, menos del 60% conoce el museo y también desconocen los servicios que ofrece y que es gratuito.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS Y DIGITALES.

<https://expansion.mx/vida-arte/2019/07/01/la-asistencia-a-los-museos-del-pais-cayo-un-11-durante-2018-reporta-el-inegi#:~:text=Entre%20los%20principales%20motivos%20por,15%25%20simplemente%20no%20le%20interesa.>

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/14103/TFG-N.331.pdf;jsessionid=039EBAFEA9AB624CCDD72067D51D30E5?sequence=1>

<https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/5243>

<https://icom.museum/es/covid-19/recursos/museos-y-covid-19-8-pasos-para-apoyar-la-resiliencia-de-las-comunidades/>

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

<https://www.timeoutmexico.mx/ciudad-de-mexico/arte/feminismo-ilustrado-ilustradoras-mexicanas-trazan-la-equidad-de-genero>

<https://www.mexicoescultura.com/actividad/252508/nancy-van-overveldt-70-anos-de-obra-artistica.html>

<https://culturainquieta.com/es/arte/pintura/item/16562-remedios-varo-pintora-visionaria-surrealista-y-olvidada.html>

<https://www.instagram.com/p/CgKQv0JP86w/>

<https://www.instagram.com/p/Cclb8rcOK0p/>

<https://www.instagram.com/p/Cht6SU9Aq9h/>



MMAC

**JUAN
SORIANO**



MMAC





























