

## **EXPERTOS APUNTAN EN CM MÁLAGA UNA NUEVA ERA DIGITAL PARA LA PROMOCIÓN CULTURAL Y ARTÍSTICA Y SU RELACIÓN CON LA AUDIENCIA**

**CM Málaga, Cities & Museums International Trade Fair, clausura hoy las puertas de su primera edición en FYCMA (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga), organizador del certamen junto a la Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico de la Junta de Andalucía, con el apoyo de Diario Sur**

**El evento ha marcado la hoja de ruta para las instituciones culturales y artísticas en un contexto digitalizado y tecnológicamente avanzado, donde emergen nuevas formas de interacción con los públicos y oportunidades para mejorar la gestión de los espacios**

**CM Málaga ha contado con más de un millar de profesionales inscritos procedentes de 700 entidades públicas y privadas, que han reivindicado la necesaria colaboración para la configuración integrada de destinos turístico-culturales**

*Málaga, 22 de junio de 2021.*- El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre; la secretaria general de Innovación Cultural y Museos de la Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico de la Junta de Andalucía, Mar Sánchez Estrella; el director de Diario Sur, Manuel Castillo; el presidente de Acción Cultural Española, José Andrés Torres Mora, y el diputado delegado de Cultura de la Diputación Provincial de Málaga, Víctor González, han participado hoy en el acto de clausura de la primera edición de CM Málaga, Cities & Museums International Trade Fair.

De la Torre se ha referido a la entidad de este encuentro “que responde a una temática de gran actualidad como es el diálogo y las sinergias entre museos y centros culturales con la ciudad, y la importancia transformadora de la tecnología en este proceso”. El alcalde de Málaga ha explicado que con este foro “hemos pretendido sumar experiencias para servir lo mejor posible a nuestros vecinos y a las personas que nos visitan, poniendo como base nuestro amor por la cultura”.

En este sentido, Sánchez Estrella ha destacado la actividad virtual de CM Málaga a través de todo este año, “que ha permitido que las instituciones y entidades culturales hayamos estado conectados para poder celebrar este foro”. “Ahora toca hacer balance de este primer certamen que ha llegado para quedarse”, ha señalado, y ha agradecido la profesionalidad de los distintos ponentes de las instituciones culturales de la Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico que han participado en el congreso.

Asimismo, Castillo ha indicado que “como coorganizadores de CM Málaga, este evento ha sido un máster avanzado de trabajo en equipo para el éxito de un proyecto”. El director de Diario Sur ha explicado que “el encuentro ha rebotado de energía por volver a vernos las caras, para intercambiar iniciativas y proyectos, por lo que desde hoy mismo ya estamos pensando en la próxima edición”.

De igual forma, Torres Mora se ha congratulado de “haber podido sacar este certamen adelante contra viento y pandemia. Un foro que surge de la necesidad que tenía la industria cultural de tener un espacio para intercambiar experiencias y del que nos vamos con la mochila llena de ideas”.

Por su parte, González ha recordado que “nuestro mayor patrimonio es la complicidad con la cultura de los municipios de la provincia”, al tiempo que ha reseñado que el foro ha puesto de manifiesto que “educación, cultura, patrimonio e innovación deben ir siempre de la mano”.

CM Málaga ha contado con más de un millar de profesionales inscritos procedentes de 700 entidades públicas y privadas durante los dos días de celebración. Representantes de un total de 38 países que han compartido conocimiento, negocio y experiencias. Para ello, FYCMA ha garantizado las máximas garantías de seguridad a través de medidas específicas, como la posibilidad de realizarse un test de antígenos gratuito en las propias instalaciones del recinto y

en el marco del programa municipal 'Málaga Segura' de detección temprana de la Covid-19 promovido por el Área de Turismo y Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Málaga.

### **Apuntes para un tiempo nuevo**

CM Málaga ha sentado las bases del futuro de la industria cultural y creativa. Una hoja de ruta marcada por los más de cien expertos participantes que han apuntado las líneas de trabajo de las entidades involucradas en la promoción, difusión y conservación del patrimonio artístico-cultural. Así, la catedrática de Historia del Arte de la Universidad de Málaga (UMA), Nuria Rodríguez, afirma que a lo largo de las dos jornadas se han apuntado los principales temas que perfilarán el futuro de la gestión cultural y museística, en el que la digitalización y la tecnología redefinen el concepto y el proceso de diálogo con la audiencia.

De esta manera, y entre otras conclusiones, Rodríguez reflexionaba que la tecnología y la digitalización diluyen los límites físicos de los museos y los convierten en experiencias que trascienden al propio edificio. Precisamente, a través de la tecnología están emergiendo nuevas formas y oportunidades para mejorar la gestión de los mismos, por ejemplo, a través del tratamiento y análisis de datos aplicado a la experiencia del usuario y a la conservación y cuidado del patrimonio cultural.

En este sentido, la aplicación tecnológica en la propuesta de valor requiere de nuevas formas de comunicación y difusión. Es preciso elaborar vías de diálogo adaptadas a los lenguajes tecnológicos, sumando lo digital a lo presencial para afianzar audiencias y atraer a un público más joven que vincule la experiencia museística con el concepto de ocio y disfrute de la ciudad. Un modelo híbrido, abierto a nuevos públicos y disciplinas para enriquecer las relaciones que estas entidades desarrollan con sus públicos y entornos.

En consecuencia, los expertos han afirmado la necesidad de repensar la función social del museo, su conexión con una sociedad en continuo proceso de cambio y transformación, lo que lleva a definir nuevos espacios para los tiempos actuales. Es necesario reinventar estos espacios para que respondan a las complejidades contemporáneas, como laboratorios abiertos y flexibles que fomenten las relaciones con el contexto local y territorial.

En cuanto a su impacto en el modelo turístico, han apostado por una gestión integrada de marca y reputación de los destinos, museos y centros culturales dentro de la estrategia de posicionamiento de la ciudad y su repercusión en el desarrollo económico y social. En esta línea y en referencia al paso de la pandemia, han apuntado que las soluciones de emergencia que llegaron a modo de respuesta son hoy en día una realidad por su alta rentabilidad cultural. Por último, llamaban a la atracción de visitantes locales para impulsar así una conexión con su patrimonio artístico y cultural.

### **La dimensión turístico-cultural**

El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre; el alcalde de Logroño, Pablo Hermoso de Mendoza; la alcaldesa de A Coruña, Inés Rey, y la alcaldesa de Teruel, Emma Buj, han protagonizado esta mañana, en el marco de CM Málaga, la mesa de debate 'La dimensión turístico-cultural en las nuevas urbes'. En este sentido, Francisco de la Torre ha destacado que "la mejor estrategia turístico-cultural de los destinos pasa por diseñar una ciudad atractiva para sus propios visitantes y eso derivará indudablemente en una importante promoción exterior". Del mismo modo, el alcalde ha querido señalar "la importancia de las acciones culturales a la hora de transformar el desarrollo de las zonas urbanas como es el ejemplo del Soho de Málaga".

Asimismo, Inés Rey ha querido reseñar que "todos los valores de una ciudad deben estar interconectados y coordinados para que el destino funcione como un todo a la hora de ofrecer una oferta turístico cultural sólida". "La pandemia ha propiciado que muchos de los cambios urbanos se hayan precipitado para impulsar espacios más amables para los ciudadanos, lo que nos ha permitido a su vez poder sacar la cultura a la calle", ha reseñado.

Por su parte, Pablo Hermoso de Mendoza ha señalado “el impulso que ha supuesto la crisis sanitaria a la hora de unir a la industria cultural para ‘hacer marca’ y para la puesta en marcha de un urbanismo táctico para reordenar el espacio público en favor de los ciudadanos y las actividades culturales”.

De igual forma, Emma Buj ha incidido en “el papel destacado del tejido asociativo para el impulso de la industria cultural” al tiempo que ha invitado a “sacar la cultura a la calle y repensar los espacios públicos que deben ir más allá de sus usos básico como calles, parques o plazas, para poder albergar eventos artísticos para la ciudadanía”.

El foro, que cuenta con el patrocinio de la Diputación de A Coruña, ha contado con una introducción a cargo de Mohamed Boudra, presidente, Ciudades y Gobiernos Locales Unidos – CGLU, que ha resaltado que “la pandemia ha desvelado la fuerte necesidad que tienen la ciudadanía de acudir a la cultura, que se ha mostrado como un antídoto a la crisis sanitaria”.

Este bloque temático ha tenido a Manolo Castillo, director Diario Sur, como moderador y ha visibilizado, además, el caso de éxito ¿El Museo como entidad transformadora?, a cargo de Lourdes Moreno, directora artística, Museo Carmen Thyssen Málaga.

CM Málaga ha estado organizado por FYCMA (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga) y la Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico de la Junta de Andalucía, con el apoyo de Diario Sur. El Ministerio de Cultura y Deporte, el Ayuntamiento de Málaga a través de las delegaciones de Cultura y Deporte, y Turismo y Promoción de la Ciudad; la Diputación de Málaga, y Acción Cultural Española han participado como partners institucionales. Gnos ha sido partner tecnológico. Fundación La Caixa, Eulen Art y Fundación Unicaja han actuado a su vez como partners. Han sido colaboradores la Asociación Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), Asociación de Museólogos y Museógrafos de Andalucía (AMMA), la Asociación Española de Museólogos, British Council, la Cámara de Comercio de Perú en España, Elektrart, eNEM, Extenda – Andalucía Exportación e Inversión Extranjera -Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior-, Factoría de Arte y Desarrollo, la Federación Española de Amigos de los Museos, Finnova, la Fundación Málaga Más Cultura, Futura Vive, Ibermuseos, el Consejo Internacional de Museos (ICOM), Ambassade de France en Espagne y el Institut français de España, Jing Culture & Commerce, Málaga TechPark, el Polo Nacional de Contenidos Digitales, Red de Museos y Estrategias Digitales (REMED), Tourism Data Driven Solutions (TDDS), la Universidad de Málaga e YGBART Advising and Management.

Más información en [www.cmmalaga.com](http://www.cmmalaga.com), en la página de [Facebook](#) y en los perfiles de Twitter [@cmmalagafair](#), [Linkedin](#) e [Instagram](#).

#### **FYCMA, espacio seguro**

FYCMA ha implementado un riguroso protocolo para que expositores, proveedores, participantes y asistentes hayan podido llevar a cabo su actividad con las máximas garantías de seguridad durante la celebración de CM Málaga.

Entre las medidas adoptadas, el evento ha ofrecido a todos los asistentes la posibilidad de realizarse un test de antígenos gratuito en las propias instalaciones de FYCMA y en el marco del programa municipal ‘Málaga Segura’ de detección temprana de la Covid-19 promovido por el Área de Turismo y Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Málaga.

Además, destaca la adecuación de los espacios a través de delimitaciones y señalización para asegurar una distancia interpersonal, establecimiento de flujos de entrada y salida e itinerarios para una movilidad segura por el edificio, aforos limitados, diferenciación entre asientos habilitados e inhabilitados, intensificación de la limpieza y desinfección a través de la intervención permanente de personal cualificado durante el evento, se podrán encontrar puntos de dispensación de gel desinfectante distribuidos en diferentes zonas, apuesta por la digitalización para evitar elementos de necesaria manipulación y toma de temperatura a los asistentes a su llegada al recinto, entre otras. Más información en [www.fycma.com](http://www.fycma.com).