

NOTA DE PRENSA REMED

REMED AFIANZA UNA RED DE 400 PROFESIONALES EN LA BÚSQUEDA DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS PARA LOS MUSEOS

- La Red de Museos y Estrategias Digitales REMED se convierte en un referente para el mundo hispanohablante a la vanguardia de los nuevos modos de producción y difusión de la cultura en tiempos de crisis.
- Participan más de 400 profesionales de 180 museos, 17 universidades españolas y más de 40 empresas de gestión cultural, tecnológicas y entidades culturales.
- REMED celebrará en marzo el I Congreso Internacional de Museos y Estrategias Digitales (CIMED). La convocatoria permite la transferencia de conocimientos de alto valor estratégico y el desarrollo de las TÉCNICAS REMED, un manual de supervivencia para museos y profesionales

<https://remed.webs.upv.es>

<https://remed.webs.upv.es/congreso/>

12 de enero de 2021

REMED se ha convertido ya en una referencia para los museos de todo el mundo en el ámbito hispanohablante. La Red de Museos y Estrategias Digitales se creó durante el confinamiento de marzo de 2020 con el objetivo de ayudar a los museos, públicos y privados, grandes, medianos y pequeños, a buscar soluciones tecnológicas de valor estratégico frente a la crisis de la COVID, en un momento marcado por los cierres temporales o intermitentes.



SOMOS 400

Diez meses después de su creación, REMED registra 400 colaboradores de todo el Estado español, entre los que se encuentran profesionales, docentes e investigadores. La invitación a formar parte de la red sigue abierta a quien desee participar. La variedad de especialistas que conforman REMED es una garantía de trabajo colaborativo y permite abordar un proceso de cambio complejo desde la mayoría de los puntos de vista posibles.

En REMED colaboran, por el momento, profesionales de 180 museos, 17 universidades y más de 40 empresas que realizan proyectos digitales en el mundo de la cultura. Profesionales del Museo del Prado, del Thyssen, del Reina Sofía, el Museo Picasso de Málaga y del de Barcelona, el Centro Pompidou de Málaga, el Metropolitan de Nueva York, el IVAM, Bombas Gens, el MNAC de Catalunya, así como profesionales de otros museos nacionales como el de Arqueología, Antropología, Arte Romano, Ciencia y Tecnología, de Escultura o el de Altamira. Además, en REMED existe una importante representación de distintos museos pequeños y medianos de ciencias naturales, de bellas artes, arqueológicos, universitarios, antropológicos, etnográficos, de los oficios, tecnológicos, museos específicos, etc. de distintas ciudades. Y como la red tiene un fuerte componente investigador, se cuenta con la colaboración de universidades como las de Madrid, Barcelona, Cantabria, Granada, Málaga, Murcia, Navarra, Zaragoza o Valencia.

TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS PARA EL CAMBIO DIGITAL

El objetivo de REMED es velar por la transferencia de conocimientos y acompañar a estas instituciones culturales en los **cambios digitales** que la pandemia ha obligado a implantar de forma acelerada.

La red traslada las estrategias más a la vanguardia en la mejora de los recursos de los museos, de modo que la tecnología puede convertirse en una aliada en la búsqueda de los nuevos modos de interrelación con los públicos. Por esta razón, una de las apuestas fuertes de REMED ha sido la convocatoria, para los próximos 25 y 26 de marzo, del I Congreso de Museos y Estrategias Digitales (CIMED), un encuentro telemático al que



acudirán un centenar de profesionales destacados del ámbito nacional e internacional, como Merete Sanderhof, Isabel Crespo, Irina Grevtosova, Elena Villaespesa o Conxa Rodà, entre otros. La conferencia inaugural correrá a cargo de Decano de la Universidad de Innovación de la Universidad Estatal de Florida, Paul Marty.

CAMBIO DE PARADIGMA EN EL MUNDO DE LA CULTURA

Vivimos un momento histórico que apunta un cambio de paradigma en el mundo de la cultura. REMED ofrece una red contactos, nuevas sinergias y un lugar donde compartir soluciones tecnológicas y organizativas, así como las mejores actitudes para una época de desafíos.

REMED actúa al tiempo de guía y de ayuda al abordar temáticas de valor estratégico. Temas como el Open Data, las redes sociales, la realidad extendida o el estudio de las audiencias; la gamificación, la nueva narrativa o el impacto educativo del contenido digital. Nuevos retos, ya presentes, que están transformando de forma súbita los perfiles profesionales de los que trabajan en estas instituciones dedicadas a la salvaguarda del patrimonio compartido y la memoria.

La red nació del departamento de Comunicación Audiovisual, Documentación e Historia del Arte (DCADHA) de la Facultad de Bellas Artes de València. Es una iniciativa del profesorado del Màster Interuniversitario de Gestión Cultural UV-UPV. Está coordinada por la profesora Ana Martí Testón, en colaboración con Adolfo Muñoz, profesor y director de la división de AR del Instituto de diseño y Fabricación (IDF) de la UPV.

La investigación de las nuevas metodologías, el respeto a la misión y los valores de los museos o la alianza entre tecnología, museos, educación y comunicación son algunos de los temas que, el primer viernes de cada mes, se debaten online y de forma transversal en el seno de la red. Son lo que se ha dado en llamar VIERNES REMED. Una experiencia de la que surgen las TÉCNICAS REMED, un manual de supervivencia para museos en una encrucijada marcada por la imperiosa necesidad de idear nuevas estrategias que integren los adelantos tecnológicos que moldean los perfiles sociales de forma constante.



- **Persona de contacto para entrevistas: Ana Martí Testón***, Coordinadora de REMED:
anmartes@upv.es
- Teléfono: 637071425
- Imágenes disponibles: <https://remed.webs.upv.es/prensa/>

Visite nuestras webs, más información de prensa en:

<https://remed.webs.upv.es/prensa/>

<https://remed.webs.upv.es/congreso/prensa/>

...

(*) Ana Martí Testón. Coordinadora actual de REMED, e impulsora de este proyecto.

Profesora e investigadora en la Universitat Politècnica de València (UPV), y pertenece al Departamento de Comunicación Audiovisual, Documentación e Historia del Arte (DCADHA) y al Instituto de Diseño y Fabricación (IDF). Su campo de investigación se centra en el análisis de estrategias de comunicación para instituciones culturales y museos a través de medios digitales.