

ICOM Voices – Episodio Piloto

Transcripción en español

Escuche el podcast en: <https://soundcloud.com/icomofficial>

Sitio web del ICOM: <https://icom.museum/es>

Mathieu: Bienvenidos al episodio piloto del nuevo podcast ICOM Voices, un proyecto único que ofrece una visión entre bastidores de cómo los profesionales y pensadores de los museos de todo el mundo obtienen su inspiración, desarrollan sus estrategias y los retos a los que se enfrentan.

Tanto si es un profesional experimentado de los museos, un estudiante de museología o un curioso aficionado a la cultura, sintonice el podcast ICOM Voices, en el que debatimos las últimas tendencias y prácticas y, sobre todo, conocemos a las personas que están detrás de los proyectos museísticos.

Soy su anfitrión, Mathieu Viau Courville, y hoy hablo con los creadores de ICOM Voices y la creación del podcast: qué llevó al equipo de ICOM a crear este podcast, por qué ahora, y qué pueden esperar de esta nueva serie a lo largo de 2022.

Si no conoce el ICOM, el Consejo Internacional de Museos es la organización mundial de museos y profesionales de los museos, con cerca de 51.000 miembros en 140 países, todos ellos comprometidos con la conservación del patrimonio natural y cultural del mundo. El ICOM es la voz de los profesionales de los museos a nivel internacional y aumenta la conciencia cultural del público a través de redes mundiales y programas de cooperación.

En 2020, el ICOM creó ICOM Voices, un nuevo espacio editorial en el que los profesionales de los museos pueden publicar artículos breves sobre sus ideas y experiencias sobre el terreno, y este podcast forma parte de ese proyecto pero también de algunas de las nuevas tendencias que estamos viendo en esta era digital e hiperconectada en la que vivimos.

Uno de los grandes cambios de los últimos años ha sido la creciente popularidad de las plataformas en línea que te permiten publicar tus ideas rápidamente y compartir tus proyectos con audiencias más amplias y diversas.

Parece que hoy en día los profesionales de los museos, pero también los diseñadores, los comisarios freelance, los escritores, los críticos y demás... muchos optan por escribir y publicar sus artículos en sitios como medium.com, hyperallergic.com, incluso como posts académicos o en LinkedIn, luego puedes por supuesto bloguear, vloguear, tuitear, retuitear, Facebook, Instagram, etc.

Parece entonces que nos gustan las opciones de publicación que combinan la comunicación informal y las redes sociales con una gran visibilidad de nuestros proyectos y productos académicos.

Los artículos son cada vez más breves y están dirigidos a compartir ideas, innovaciones y experiencias sobre el terreno, pero también son atractivos y utilizan un lenguaje cada vez más conciso y van al grano.

Y los podcasts parecen formar parte de esa tendencia: ofrecen nuevas formas de entender y pensar sobre las ideas, pero sobre todo de conocer a las personas que están detrás de esas ideas.

Hoy me acompañan los creadores del podcast ICOM Voices: Aedín Mac Devitt, que es la jefa del departamento de publicaciones y documentación del ICOM; Virginie Lassarre, coordinadora editorial; Laetitia Conort, coordinadora de comunicación digital; y, por último, Alexandra Fernández, que es la responsable de comunicación y relaciones públicas del ICOM.

Aedín, ¿podríamos empezar por ti? ¿Podrías contarnos un poco más sobre la creación de ICOM Voices y cómo empezó el proyecto?

Aedín: Claro, si puedo retroceder hasta 1948, que es cuando el ICOM empezó a publicar su revista, llamada ICOM News. ICOM News era bastante institucional y contenía mucha información sobre lo que ocurría en la red del ICOM, pero también había contenido académico y artículos que aparecían en ICOM News a lo largo de los años, que todavía se citan hoy en día en algunas revistas académicas. Así que en aquel momento era una forma de que los miembros estuvieran en contacto con lo que ocurría en el campo, y era una buena ventaja recibir el ICOM News por correo cuatro veces al año.

Pero era un gasto muy grande para el ICOM, especialmente cuando el número de miembros crecía y los servicios postales parecían volverse más caóticos, especialmente en algunos países, y para ser honestos nos dimos cuenta de que muchos de los números volvían a la oficina central y ni siquiera llegaban a los miembros que debían. Así que creo que en 2015 se eliminó la edición en papel. En su lugar, seguimos publicando un par de artículos en línea, pero sin ninguna estrategia editorial real.

Mientras tanto, la UNESCO pidió al ICOM que asumiera la responsabilidad editorial de su revista *Museum International*, lo que ofrecía otra plataforma para que los miembros publicaran contenidos, pero más académicos y profesionales. Además, nuestro equipo de comunicación desarrolló nuestro boletín electrónico, abrió nuestras cuentas en las redes sociales y, de este modo, se ocupó de la comunicación institucional que faltaba en ICOM News, pero seguíamos careciendo de un espacio en el que los profesionales pudieran compartir su experiencia de forma más breve.

Y supongo que así es como surgió ICOM Voices, como una plataforma editorial profesional en la que los miembros pudieran escribir sobre sus proyectos en un formato no académico, más periodístico, supongo, y pudieran expresar sus opiniones también sobre temas que los museos están tratando hoy en día. Así que en ICOM Voices nos interesa sobre todo escuchar a los profesionales que trabajan en este campo, pero también hay espacio para artículos de opinión de investigadores y otros pensadores de museos.

Mathieu: ¿Significa esto que es el principio del fin de las revistas tradicionales con revisión por pares como *Museum International*?

Aedín: Em, no, yo no diría eso. Creo que hay espacio para ambas cosas. *Museum International*, por ejemplo, ofrece la oportunidad de profundizar un poco más en temas específicos, con un pensamiento más crítico, con referencias a otros estudios y, en definitiva, contribuye al desarrollo de la investigación museística actual. Por lo tanto, y sólo para darle una estadística, el número de lectores de *Museum International* ha crecido en un 76% entre 2020 y 2021 y yo diría que gran parte de eso se debe a la participación con más temas como el género, LGBTQ, y también el aumento de la lectura en línea de contenido revisado por pares, así que, ya sabes, hay absolutamente espacio para que ambas plataformas coexistan.

Mathieu: Sí, ICOM Voices quizás da más oportunidades a aquellos que realmente quieren compartir rápidamente sus proyectos sin pasar por el largo proceso de revisión por pares, sólo para sacar sus ideas y obtener algún feedback rápido y compartirlo con la comunidad.

Aedín: Sí, absolutamente, y así es como surgió el podcast también. Era una especie de transición lógica. ICOM Voices ya es más accesible que *Museum International*, pero el podcast

lo hace aún más accesible porque algunos profesionales todavía no tienen el tiempo o posiblemente el apoyo para escribir un artículo para ICOM Voices, así que esto les da otra plataforma y deja espacio para un poco más de broma, espontaneidad y un descanso de las pantallas.

Mathieu: Una de las principales ventajas de ICOM Voices, creo, es que proporciona a los no miembros de ICOM una buena idea de cuáles son las tendencias actuales, los temas y las nuevas prácticas que se están desarrollando en el campo de los museos hoy en día.

Ahora, si pasamos a ti, Laetitia, ¿puedes explicarnos cuáles son los principales temas y tendencias sobre los que han escrito los autores de ICOM Voices? ¿Tal vez si tienes una idea de dónde vienen estos autores?

Laetitia: Aceptamos artículos de todos los miembros del ICOM, sobre la sostenibilidad, la protección del patrimonio, el patrimonio inmaterial, el desarrollo local y las comunidades, las profesiones museísticas y los museos y Covid-19, y la mayoría de los artículos son estudios de casos, pero también pueden ser sobre una exposición, una conferencia, un libro e incluso un artículo de opinión. Recibimos contribuciones de todo el mundo, especialmente de Asia, Europa y América Latina.

Mathieu: ¿Los lectores reaccionan más a ciertos artículos de ICOM Voices cuando los compartes en las redes sociales de ICOM? Es decir, ¿la gente tiende a comentar o compartir más ciertos temas o prácticas?

Laetitia: Los artículos de ICOM Voices son los más leídos de nuestra web. Eh... tenemos un alto índice de compromiso en las redes sociales y una gran cobertura de prensa para los autores. Los temas más leídos y compartidos son sobre el papel social de los museos y los proyectos digitales en los museos.

Mathieu: Otra característica que creo que es única de ICOM Voices, y probablemente una de las razones de su éxito, es que los autores pueden trabajar y publicar en su propia lengua materna, siempre que trabajen, por supuesto, en las tres lenguas del ICOM: francés, inglés y español.

Ahora, Virginie, explíquenos el proceso real. Aunque no hay una revisión por pares propiamente dicha, los autores siguen pasando por una serie de pasos para garantizar la calidad de sus artículos. ¿Puede explicarnos los pasos básicos que sigue con los autores?

Virginie: En primer lugar, es realmente importante subrayar que los autores pueden presentar sus propuestas en inglés, francés y español, las tres lenguas oficiales del ICOM. Y como el objetivo de ICOM Voices es hacer oír la voz de los profesionales de los museos de todo el mundo, el idioma y la inclusión son un verdadero reto y son realmente esenciales.

Así pues, el equipo editorial selecciona los resúmenes basándose en criterios de calidad, originalidad, coherencia con los temas que acaba de mencionar Laetitia y, por supuesto, en la distribución geográfica.

Cuando se selecciona un artículo, nos ponemos en contacto con el autor en su propio idioma para presentarle ICOM Voces con más detalle y para presentarle la carta editorial. Así pues, nuestro papel consiste en guiar a todos los colaboradores a lo largo del proceso de redacción de su artículo, y el principal apoyo para lograrlo se encuentra en los intercambios directos que mantenemos con cada colaborador, que, para algunos de ellos, no está familiarizado con este difícil ejercicio.

Como bien dices, no hay un proceso de revisión por pares, ya que los artículos no son académicos, sino que se basan en experiencias sobre el terreno, por lo que es importante

conseguir el estilo y el ángulo propios de cada autor. Por eso es esencial una orientación estrecha en el proceso y el trabajo editorial sobre el manuscrito se adapta a cada idioma: enviamos comentarios en inglés, por supuesto, pero también en francés y español, ¡y es una buena manera de practicar también! Consiste en un ida y vuelta con cada autor sobre aclaraciones puntuales, afinando las estructuras y desarrollos, para que todos los puntos sean lo más claros y fluidos posible, para que los lectores capten exactamente el núcleo de las ideas que el autor desea transmitir.

Es gratificante ver que todos juegan y se implican en el proceso, respetando los plazos y los requisitos de redacción, por ejemplo.

Cuando la versión final está lista, el artículo se traduce. Y entonces, los lectores de todo el mundo tienen la oportunidad de leer experiencias de museos de todo el mundo en el idioma con el que están más familiarizados.

Mathieu: Y Virginie, hay que ser miembro del ICOM para presentar un artículo, ¿no?

Virginie: Sí, es necesario ser miembro del ICOM para presentar su propuesta, pero también es importante decir que ICOM Voices es entonces público, por lo que todo el mundo tiene acceso al artículo.

Mathieu: Así pues, si eres miembro del ICOM, conéctate a tu espacio ICOM y estaremos encantados de leer tu propuesta.

Mathieu: Una de las cosas realmente fantásticas de ICOM Voices y de este podcast es que puedes escuchar a colegas y profesionales de los museos cuya voz normalmente no escucharías ni leerías en publicaciones más tradicionales con revisión por pares. Estoy pensando en los guías de museos, los guardias de seguridad, los mediadores culturales... todas esas profesiones cuyo trabajo no suele implicar la publicación, y mucho menos pasar por el largo proceso de la revisión por pares. Uno llega a conocer a sus colegas en un contexto más entre bastidores.

Ahora, si pasamos a ti, Alexandra, ¿podrías hablarnos un poco más de la estrategia general de comunicación del ICOM que hay detrás de este podcast y también de ICOM Voices, porque parece que ofrece y responde a nuevas formas de llegar a nuevos públicos y comprometerse con ellos?

Alexandra: Mathieu, es muy interesante que menciones el descubrimiento de voces y el encuentro con nuevas personas de una manera muy íntima. Me recuerda a algo que dijo Olly Mann, que es el copresentador de Answer Me This y produce The Modern Mann: dos podcasts muy populares. Dijo que lo que distingue a la radio de la televisión es la intimidad y que lo que distingue a un podcast de la radio es que es “intimidad plus”, porque lo has elegido y está literalmente en tus oídos. Y eso es algo que queríamos explorar con este podcast: es una nueva forma de conectar con nuestros miembros, pero también, como has mencionado antes, de descubrir nuevas audiencias. Es precisamente este aspecto íntimo de los podcasts lo que ha contribuido a su popularidad, no sólo entre las generaciones más jóvenes -Millennials, Gen Z y Gen X-, sino también algo que hemos estado notando, especialmente desde el comienzo de la pandemia, es que han crecido en popularidad también entre la población mayor de 55 años.

Es una población que en su mayoría ya no forma parte de la fuerza laboral, tiene mucho tiempo discrecional y está realmente apegada a este aspecto de intimidad que tanto la radio como los podcasts pueden ofrecer. Así que nuestro objetivo con el desarrollo de este podcast complementario a ICOM Voices es, como ha dicho antes, aportar nuevas voces a la conversación y conectar con nuestros miembros de una manera completamente diferente, algo que nunca hemos explorado antes. Somos una red mundial que ha estado aislada y encerrada durante los últimos dos años, así que para nosotros, poder conectar con nuestros miembros de

esta nueva manera y sentir que estamos muy cerca unos de otros es algo muy importante para nosotros.

Mathieu: Ahora, traer todas estas voces de todo el mundo, por supuesto, debe traer una serie de desafíos. ¿Cuáles crees que son algunos de los principales retos a la hora de trabajar con diferentes idiomas y crear este podcast en un contexto, digamos, multilingüe?

Alexandra: Para todo lo que hacemos por escrito, el reto es un poco más fácil de afrontar porque lo tenemos todo traducido. Para el podcast, tomamos la decisión de hacer tres episodios diferentes aparte de este episodio piloto, cada uno de ellos en una de las lenguas oficiales del ICOM exclusivamente, y luego ofrecer transcripciones. Esto hace que sea un poco más difícil que trabajar con materiales escritos, porque tenemos que hacer la investigación en el idioma principal del episodio, proporcionar las transcripciones de estos episodios, lo que lleva el presupuesto general del programa a un nivel bastante más alto de lo que esperábamos, pero creemos que es absolutamente necesario que podamos proporcionar el mismo servicio que hemos proporcionado con ICOM Voices, que ya está disponible en tres idiomas. Para nosotros tiene sentido que el podcast esté disponible también en tres idiomas.

Y en cuanto a los retos, yo diría que también debemos tener en cuenta -no es realmente un reto, pero- lo que más ha funcionado en ICOM Voices, como ha dicho Laetitia, hay algunos temas que han acaparado mucha más atención que otros. Tenemos que adaptarlo al idioma elegido para el episodio para que tenga el máximo impacto con el público principal que escuchará el podcast, así que, por ejemplo, el episodio número uno va a ser en español y hemos decidido ir con el tema del trauma intergeneracional y las lenguas nativas también porque creemos que es un tema contemporáneo para la región y podría realmente interesar a los oyentes de esa región.

Mathieu: Bueno, gracias, Alex, por compartir estas ideas sobre la estrategia de comunicación del ICOM, y también gracias a Aedín, Virginie y Laetitia por llevarnos a través de la realización de ICOM Voices y cómo ha inspirado la realización de este podcast.

Con esto termina este breve episodio piloto del podcast y acompáñenme al episodio 1 que se emitirá en marzo. Como acaba de mencionar Alex, el podcast será en español, ya que me acompañarán dos colegas de América Latina.

Ahora bien, si no hablas español, no debes preocuparte. Para cada episodio podrás descargar las transcripciones en los tres idiomas del ICOM -español, francés e inglés- que podrás encontrar en la página web del podcast Voces del ICOM.

Para el episodio 2, me acompañarán dos colegas de África. Los debates serán en francés, y el podcast se emitirá en mayo.

Y el Episodio 3 lo emitiremos en directo desde Praga durante la 26th Conferencia General del ICOM, prevista para la semana del 20 al 28 de agosto. El podcast se presentará en inglés e incluirá debates en torno a algunos de los temas y cuestiones abordados durante la conferencia.

Hasta entonces, adiós y manténgase en contacto siguiendo a ICOM Voices a través del sitio web del ICOM, icom.museum: sólo tiene que buscar la sección "Involúcrese".