INFORME TÉCNICO N° 04

[Del 01 de noviembre al 4 de diciembre de 2024] - **Desembolso 4**

[Contrato de prestación de servicios 4600102311 de 2024]

Corporación Museo de Arte Moderno de Medellín-MAMM

Lote # 3

Nit: 890.984.010-5

Objeto: contrato de prestación de servicios para activar la estrategia de formación de públicos en la ciudad de Medellín desde el enfoque de museos, con énfasis en arte moderno.

Valor total del convenio: $955.705.992 (Novecientos cincuenta y cinco millones setecientos cinco mil novecientos noventa y dos pesos). IVA Incluido.

María Mercedes González. Representante legal y Directora general

[Cel 3157694354/Correo: mm.gonzalez@mammedellin.org / https://www.elmamm.org]

INFORME DE GESTIÓN Y AVANCES

En el presente informe damos cuenta de los avances y compromisos cumplidos en el **periodo considerado entre el 1 de noviembre y el 4 de diciembre de 2024**. Durante este periodo se llevaron a cabo actividades asociadas al eje 1 (apropiación de la cultura), eje 2 (gestión de audiencias), eje 3 (diversificación de públicos), y las articulaciones con otros museos.

Resumen general de accesos, experiencias y población impactada 1 de noviembre - 4 de diciembre		
EJE	**Experiencias / Actividad**	**Avance**
EJE 1	Accesos libres	**7.070 accesos libres**
	Experiencias inmersivas	4 actividades realizadas (1 de ellas en articulación con otro museo)
	Experiencias guiadas	2 actividades realizadas (1 de ellas en articulación con otro museo)
	Experiencias itinerantes	Finalizadas y reportadas en informes 2 y 3.
EJE 2	Sostenibilidad de comunidad	1 taller (de 2 sesiones de trabajo) realizado. Productos narrativos divulgados.
EJE 3	Diversificación de la oferta para públicos potenciales	1 actividad realizada
	Experiencia formativa para públicos estratégicos (Seminario)	Finalizada y reportada en informe 2.
COBERTURA	Experiencias de cobertura- corregimientos	Finalizada y reportada en informe 3.

En total, avanzamos en el desarrollo de 8 actividades del convenio, las cuales se detallan a continuación según cada eje específico. Las cifras por distribución de género se exponen considerando el número de participantes efectivos, es decir todos aquellos que luego de realizar la preinscripción asistieron a la actividad.

Para el caso de las experiencias en las que el número de participantes esté por debajo de la meta, se evidencia en el mismo listado los datos y número total de preinscritos, de tal modo que pueda observarse quienes se preinscribieron, pero no hicieron efectiva su participación.

No	Experiencias de Formación Inmersiva-Eje 1	Participación
1	EN LAS NUBES. Laboratorio textil con mediadores. 1 de noviembre.	# inscritos: 60 # Participantes: 25
2	TRÁFICO SONORO. Experiencias de escucha en el Parque de la Conservación. 23 de noviembre	# inscritos: 61 # Participantes: 25
3	ATAR-RAYAS. Laboratorio textil con mediadores. 26 de noviembre	# inscritos: 32 # Participantes: 17
4	Respiración y Presencia. Laboratorio de Escucha Profunda con Ximena Alarcón	# inscritos: 71 # Participantes: 36
TOTAL PARTICIPANTES- 103 personas- Formación inmersiva		Mujeres participantes: 81 Hombres participantes: 22

No.	Experiencias guiadas -Eje 1	Participación
1	PENSAMIENTO Y ESPÍRITU. Experiencias de interpretación en el Museo de la Fundación Aburrá. 21 de noviembre	# Participantes: 21 personas
2	Recorrido guiado para estudiantes del SENA. 14 de noviembre	# Participantes: 79 personas
TOTAL PARTICIPANTES- 100 personas- Experiencias guiadas		Mujeres participantes: 49 Hombres participantes: 51

No.	Experiencias para Gestión de audiencias - Eje 2	Participación
1	Taller: ¿Cómo narrar la cultura?. Dos sesiones. 16 y 23 de noviembre	# Participantes: 36
TOTAL PARTICIPANTES- 36 personas- Experiencia de diversificación de oferta para públicos potenciales		Mujeres participantes: 23 Hombres participantes: 13

No.	Experiencia de formación para diversificación de oferta para públicos potenciales - Eje 3	Participación
1	Laboratorio de mediación. 14 de noviembre	# Participantes: 20
TOTAL PARTICIPANTES- 20 personas- Experiencia de diversificación de oferta para públicos potenciales		Mujeres participantes: 16 Hombres participantes: 4

INFORME TÉCNICO

1. EJE 1. APROPIACIÓN DE LA CULTURA

1.1 EXPERIENCIAS DE ACCESO LIBRE A MUSEOS:

Durante el periodo comprendido en el presente informe, se ha garantizado un **total de 7.070 accesos libres,** cuyo cumplimiento se evidencia mediante tres acciones: el ingreso en taquilla de visitantes pertenecientes a estratos 1, 2 y 3, la distribución y entrega de boletería a públicos estratégicos y las actividades abiertas al público tales como noche extendida y cine al aire libre, desarrolladas en las siguientes fechas:

- **Noche extendida 29 de noviembre /Hora 6 a 10 p.m./ Plazoleta MAMM/ # Participantes: 835 personas**. El último viernes del mes el Museo abre sus puertas en horario extendido hasta las 10:00 pm. Realizamos recorridos libres con mediadores y proyección de cine al aire libre. En noviembre, la película presentada fue: "Beetlejuice Beetlejuice" (Dir. Tim Burton / 2024 / Estados Unidos / 104 min).
  Sinopsis: Tras una inesperada tragedia familiar, tres generaciones de la familia Deetz regresan a Winter River. La vida de Lydia, todavía atormentada por Beetlejuice, da un vuelco cuando su rebelde hija adolescente, Astrid, descubre la misteriosa maqueta de la ciudad en el desván y el portal al Más Allá se abre accidentalmente. Con los problemas que se avecinan en ambos reinos, es sólo cuestión de tiempo que alguien diga el nombre de Beetlejuice tres veces y el travieso demonio regrese para desatar su propio caos.

- **Boletas entregadas a públicos estratégicos # Boletas distribuídas: 5.030** durante el mes de noviembre que corresponden a **1.820** pases dobles y/o pases familiares, con los cuales se entrega beneficio a un total de **5.030** personas, integrantes de públicos estratégicos, personas e instituciones clasificados en barrios estratos 1, 2 y 3, logrando así el cumpliento parcial de la meta pactada en los compromisos del convenio. Entre las entidades con las que se ha establecido contacto para la distribución de boletería se encuentran: Universidad de Antioquia (semillero de investigación), Mood Bienestar, SENA, Colectiva Justicia Mujer, Circo MOMO, Institución COMBOS, Secretaría de Juventud, Programa Jóvenes en Paz, U de Colombia, Fundación Acoger y Acompañar Funaya, I.E Diego Echavarría Misas, proyecto Escuelas de Participación Ciudadana, UNOA Aseo Integrado, Librería AntiMateria, Biblioteca Pública Piloto, Institución Universitaria Pascual Bravo, I.E Carlos Vieco Ortiz, Sistema de Bibliotecas Públicas, Programa Parceros Secretaría de Seguridad.

  En los primeros días de diciembre se entregaron también **405 boletas** que corresponden a **810 beneficiarios** de ingreso libre al Museo, en las instituciones Fundación Universitaria Bellas Artes y CENSA.

- **Ingreso QR museo # Visitantes que diligenciaron el formulario: 346 personas en el mes de noviembre, y 49 personas durante los primeros días de diciembre.** Formato diligenciado por

visitantes en taquilla del museo, para esta evidencia se adjuntan también algunas de las cuentas de servicios recaudadas.



Fotografías/ evidencias de entregas de boletas públicos y entidades receptoras



Fotografías/ noche extendida

Con relación a la encuesta de caracterización de Públicos correspondiente al Sistema de Información Cultural #SIC-, se informa que desde la activación del nuevo formulario por parte de la Secretaría (el día 14 de noviembre) en el MAMM se han registrado **325 respuestas** a la fecha de este informe, sumando un total de **2.205** usuarios encuestados correspondientes a un total de 6,7% del total de accesos libres. La meta de las encuestas es 3.311 registros (un 10% de accesos libres).

Resumen de cumplimiento de este componente:

Meta por cumplir	%	Cantidad total	% Cumplimiento al 4 de diciembre	Cantidad cumplimiento al 4 diciembre	Pendiente por cumplir
Accesos libres	100%	33.110 entradas	100%	**33.110 entradas** (Cifras acumulativas)	0%

Anexo/ evidencia	**Anexos:** cartas de recepción de boletería por parte de las instituciones, fotografías de entrega, fotografías de cine al aire libre y noche extendida, respuestas del formulario de entrada libre Formación de Públicos (taquilla). ***Ver Carpeta general: Eje 1. APROPIACIÓN /Acceso libre***

1.2 EXPERIENCIAS FORMATIVAS INMERSIVAS:

En el periodo comprendido por el presente informe se realizaron cuatro (4) actividades de este componente, bajo la modalidad de laboratorio con mediadores o artistas, y una de estas experiencias fue realizada bajo la articulación con entidades de la Mesa de Museos.

A continuación se detalla la experiencia realizada:

- **EN LAS NUBES. Laboratorio textil con mediadores. 1 de noviembre. 2:00 a.m. a 5:00 p.m. Lugar: MAMM. # Participantes 25.**
  ¿Por qué a veces no hay nubes en el cielo? ¿A qué velocidad se mueven y dónde se crean? ¿Son frías o calientes? ¿Se chocan entre ellas? ¿Cuánto pesan? ¿Por qué tienen formas diferentes? Te invitamos a este laboratorio textil para detenerse y contemplar el aire y el agua, componentes vitales para crear una nube. Durante nuestro encuentro los hilos serán la excusa para "estar en las nubes" mientras conversamos sobre distancias, pesos y la migración en los cielos.

- **TRÁFICO SONORO. Experiencias de escucha en el Parque de la Conservación. 23 de noviembre. 9:00 a.m. a 11:00 a.m. Lugar: Parque de la Conservación. # Participantes 25.**
  ¿Cómo suena un bosque? ¿Acaso un jaguar podría escuchar nuestra respiración? Adentrémonos al mundo de los sonidos en donde las formas se vuelven sensaciones. Durante este encuentro crearemos dispositivos sonoros para amplificar nuestros oídos y escuchar a otros seres diminutos; además, conoceremos los rincones y espacios que habitan algunos animales que han sido víctimas del tráfico ilegal en nuestro país.

- **ATAR-RAYAS. Laboratorio textil con mediadores. 23 de noviembre. 2:00 a.m. a 5:00 p.m. Lugar: MAMM. # Participantes 17.**
  Un suave oscilar que nos arrulla y mece. Vaivén: movimiento alternativo de un cuerpo que, después de recorrer una línea, vuelve a describirla en sentido contrario. ¿Cuántas horas esperas frente al mar? ¿Sientes que el tiempo corre más lento junto a las olas? En Atar-Rayas, nuestro laboratorio textil, estaremos acompañados del ir y venir de la palabra y del hilo; además nos dejaremos llevar por este vaivén mientras leemos textos y distintos cuentos que evocan el mar y exploran el Pacífico en un tejido colectivo. Te invitamos a este espacio en el que exploramos el nudo y tejido característico de las redes de pesca, mientras traemos los relatos marinos.

- **RESPIRACIÓN Y PRESENCIA. Taller de Escucha Profunda con Ximena Alarcón. 30 de noviembre. 2:00 a.m. a 4:00 p.m. Lugar: MAMM. # Participantes 36.**
  Este será un taller para aproximarnos a la práctica de la Escucha Profunda (Deep Listening®), desarrollada por Pauline Oliveros. Juntos vamos a explorar cómo la escucha a la respiración misma, activa la conciencia de nuestras relaciones vitales y emocionales a través del tiempo y el espacio; además, experimentamos con nuestra expresión vocal para profundizar en cómo dejamos huellas de aire en el cuerpo y en el aire que respiramos como vínculo relacional cotidiano que evidencia nuestras presencias.




Algunas experiencias inmersivas / Noviembre

Meta por cumplir	%	Cantidad total	% Cumplimiento 4 diciembre	Cantidad cumplimiento 4 diciembre	Pendiente por cumplir
Experiencias formativas inmersivas	100%	10- experiencias 250- personas	100 % actividades	10- experiencias #Participantes: 209 % Asistencia: 84%	0%
Anexo/ evidencia	**Evidencias:** registro fotográfico de las actividades, listados de asistencia (que incluye listado general de inscripciones, guías pedagógicas y relatorías. ***Ver Carpeta general: Eje 1 APROPIACIÓN / experiencias inmersivas***				

1.3 EXPERIENCIAS GUIADAS:

Durante el último mes se llevaron a cabo dos (2) experiencias guiadas con públicos estratégicos, bajo formatos de ***recorridos comentados,*** experiencias para adultos realizadas por mediadores MAMM; una de ellas en articulación con entidades de la Mesa de Museos:

- **PENSAMIENTO Y ESPÍRITU. Experiencias de interpretación en el Museo de la Fundación Aburrá. 21 de noviembre. # Participantes: 21 personas.** Esta actividad, organizada en colaboración entre el Museo de la Fundación Aburrá y el Museo de Arte Moderno de Medellín, propone un recorrido reflexivo en torno a piezas

prehispánicas recuperadas de prácticas de guaquería en Colombia, objetos desprovistos de contexto arqueológico que desafían las nociones tradicionales de autenticidad y veracidad.

- **Recorrido guiado para estudiantes del SENA de formación en medios gráficos visuales y producción de multimedia. 14 de noviembre. # Participantes: 79 personas.** Visita por algunas de las exposiciones temporales.



Fotografías / Experiencias guiadas

Meta por cumplir	%	Cantidad total	% Cumplimiento 4 de diciembre	Cantidad cumplimiento 4 de diciembre	Pendiente por cumplir
Experiencias guiadas	100%	18- experiencias 360- personas	100% actividades	18- experiencias #Participantes: 554 % Asistencia: 154%	0%
Anexo/ evidencia	**Evidencias:** registro fotográfico de la actividad, listados de asistencia, guiones base de los recorridos. ***Ver Carpeta general: Eje 1 APROPIACIÓN / experiencias guiadas***				

1.4 EXPERIENCIAS ITINERANTES:

Durante este periodo no se desarrollaron experiencias itinerantes. La totalidad del componente fue ejecutado en meses anteriores y reportado en informes 2 y 3.

Meta por cumplir	%	Cantidad total	% Cumplimiento 4 diciembre	Cantidad cumplimiento al 4 diciembre	Pendiente por cumplir

Experiencias itinerantes	100%	4- experiencias 120- personas	100 %	4- experiencias #Participantes: 176 % Asistencia: 147%	0% actividades
Anexo/ evidencia	**Evidencias:** registro fotográfico de las actividades, listados de asistencia, guías pedagógicas y relatorías. ***Ver Carpeta general: Eje 1 APROPIACIÓN / experiencias itinerantes***				

2. EJE 2. GESTIÓN DE AUDIENCIAS

2.1 CONSTRUCCIÓN O SOSTENIBILIDAD DE COMUNIDAD:

El taller ¿Cómo narrar la cultura? fue una iniciativa destinada a formar a comunicadores, periodistas, gestores y productores culturales de la ciudad. Un espacio diseñado para convocar a jóvenes y adultos de las comunas Belén, Buenos Aires, La Candelaria, Laureles – Estadio, Manrique, Poblado, Robledo y San Cristóbal, con el propósito de descubrir nuevas maneras de comunicar la cultura de Medellín.

Este taller, realizado en alianza con Compás Urbano, una agencia de apropiación de ciudad que promueve el arte y la cultura en Medellín y en el Valle de Aburrá, contó con la participación de 26 asistentes con diversos enfoques diferenciales, incluyendo afrodescendientes, víctimas del conflicto, población LGBTIQ+ y personas con discapacidad. Fue un proceso que nos invitó a celebrar y crear a través de la diversidad.

Durante este espacio creativo, recibimos a invitados y referentes como Juan Diego Mejía, escritor y docente, exsecretario de Cultura de la ciudad; Gastón Bustos, creador de contenido; y Verónica Muñoz, artista y gestora cultural de Ba.Co (Barrio Colombia Distrito de Artistas). Juntos, exploramos la importancia de comunicar la cultura de manera efectiva.

En un total de ocho horas de encuentros, compartimos conocimientos sobre la creación de estrategias digitales, herramientas y metodologías innovadoras. Realizamos dos ejercicios de creación y retroalimentación de contenidos: el primero, el sábado 16 de noviembre, en las salas de exposiciones temporales del museo; y el segundo, el sábado 23 de noviembre, en un recorrido por los talleres de Barrio Colombia del artista Alejandro Gutiérrez. Durante este recorrido, visitamos la exposición "Grabadores de Domingo" y Lab1401 con el artista Juan Santiago Uribe.

Esta propuesta involucró al museo con la comunidad de artistas locales y generó conexiones entre los participantes y los artistas visitados. Algunos de los productos resultantes de este espacio fueron reels y carruseles que compartimos en nuestras historias y en el feed de nuestro perfil de Instagram.




Fotografías / Experiencia formativa gestión de audiencias

Meta por cumplir	%	Cantidad total	% Cumplimiento 4 de diciembre	Cantidad cumplimiento al 4 de diciembre	Pendiente por cumplir
Comunidad construida y consolidada	100%	1 encuentro mensual de 2 horas, con mínimo 20 participantes 1 producto de cocreación.	100%	100% Plan de la comunidad y el diseño metodológico Cronograma e invitados. Convocatoria y selección de participantes Proceso formativo de 2 sesiones. Productos de cocreación.	0%
Anexo/ evidencia	**Evidencias:** listados de asistencia, fotografías, pantallazos productos de cocreación. ***Ver Carpeta general: Eje 2 GESTIÓN DE AUDIENCIAS***				

3. EJE 3. ESTRATEGIAS PARA LA DIVERSIFICACIÓN ARTÍSTICA Y CULTURAL

3.1 OFERTA PARA PÚBLICOS POTENCIALES Y/O NUEVOS:

En el mes de noviembre realizamos una segunda versión del laboratorio de mediación, para subir la cantidad de participantes en este componente:

- **Laboratorio de mediación. 14 de noviembre. 9:00 a.m. a 4:00 p.m.**
  La convergencia entre la conversación y la experimentación posibilita que el cuerpo, el espacio y los objetos se conviertan en formas de construir conocimiento que puede circular para ensancharse en el encuentro con el otro. Durante este laboratorio nos aproximamos a herramientas conceptuales, lúdicas y didácticas que nos permiten obtener herramientas para la mediación cultural, para interpretar arte contemporáneo y promover el consumo cultural en forma de museos.

El laboratorio estuvo dirigido a estudiantes de artes, diseño, humanidades y áreas afines con intereses en arte y educación



Fotografías /Laboratorio de mediación

Meta por cumplir	%	Cantidad total	% Cumplimiento 4 diciembre	Cantidad cumplimiento al 4 diciembre	Pendiente por cumplir
Diversificación de ofertas potenciales	100%	4- procesos formativos (adaptados en nuestro caso a 3 procesos) 80- personas	100% actividades	3- experiencias finalizadas #Participantes: 88 % Asistencia: 110%	0%
Anexo/ evidencia	**Evidencias:** listado de asistencia, registro fotográfico, guía de planeación. ***Ver Carpeta general: Eje 3 DIVERSIFICACIÓN / Oferta públicos potenciales***				

3.2 EXPERIENCIA FORMATIVA PARA PÚBLICOS ESTRATÉGICOS:

La información descriptiva del cumplimiento de este componente fue desarrollado en el informe #2.

Meta por cumplir	%	Cantidad total	% Cumplimiento 4 diciembre	Cantidad cumplimiento al 4 diciembre	Pendiente por cumplir

(1) Módulo de experiencia formativa dirigida a públicos estratégicos.	100%	(1) módulo de experiencia formativa. 240 participantes entre 8 instituciones	100 %	1 - módulo de experiencia formativa comprendida por un panel y un taller. #participantes: 205 (entre 8 instituciones) 85,4% de asistencia	0%
Anexo/ evidencia	**Evidencias:** tabla de contenidos seminario, planeación taller dirigido por MAMM y MdeA, relatoría del taller, listados de asistencia, fotografías. ***Ver Carpeta general: Eje 3 DIVERSIFICACIÓN / Seminario***				

4. EXPERIENCIA DE CALIDAD - COBERTURA:

La información descriptiva del cumplimiento de este componente fue desarrollado en el informe #3.

Meta por cumplir	%	Cantidad total	% Cumplimiento 4 diciembre	Cantidad cumplimiento al 4 diciembre	Pendiente por cumplir
Experiencias de cobertura	100%	4- Experiencias 120- personas	100 %	4- experiencias #Participantes: 143 % Asistencia: 119%	0%
Anexo/ evidencia	**Evidencias:** registro fotográfico de las actividades, listados de asistencia, guías pedagógicas y relatorías. ***Ver Carpeta general: Experiencias de cobertura***				

5. ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN:

El museo ha implementado un ecosistema digital diseñado para facilitar la difusión integral de las actividades del programa, aprovechando su sitio web, redes sociales, publicaciones periódicas y el envío de correos masivos dirigidos a su base de datos. Esta estrategia integral fortalece la ejecución de todas las actividades programadas. Este año, se ha destacado en la página de inicio del sitio web un artículo fijo que resalta la estrategia de accesos libres, asegurando su visibilidad constante para todos los públicos.



Las estrategias de comunicación y difusión del programa han sido desarrolladas de manera orgánica a través de las redes sociales oficiales del Museo de Arte Moderno de Medellín, que cuentan con una audiencia comprometida e interesada en contenidos culturales y artísticos. Entre las plataformas utilizadas se encuentran Instagram, Facebook, X, el sitio web institucional www.elmamm.org y Mailchimp para las campañas de e-mail marketing de la programación.

Actualmente, contamos con la aprobación del diseño de la boletería, de la cual ya se ha entregado el 98,75%, así como de las plantillas para la difusión de eventos en redes sociales. Las estadísticas de interacción y uso de cada red social se recopilaron a partir de las publicaciones que promocionan las diferentes actividades del convenio, obteniendo los siguientes resultados acumulados con los resultados del informe anterior.

En este último periodo realizamos esfuerzos de difusión para eventos como el Laboratorio textil. En las nubes, las experiencias en el Museo de la Fundación Aburrá y en el Parque de la Conservación, el Laboratorio textil. Atar-rayas, el Taller de Escucha profunda con la artista Ximena Alarcón y la Noche Extendida.

RED SOCIAL	INTERACCIONES
Facebook	518
Instagram	15.447
X	185
TOTAL	**16.150**

Ver las demás evidencias en el anexo: Carpeta General- Piezas gráficas / Redes sociales

6. ARTICULACIÓN CON OTROS MUSEOS

Como se ha mencionado dentro de la ejecución del proyecto en componentes de experiencias inmersivas y guiadas, en noviembre desarrollamos articulaciones con dos entidades de la Mesa de Museos:

- **Museo de la Fundación Aburrá.**
  Llevamos a cabo una experiencia guiada llamada *Pensamiento y espíritu*, en la que colaboramos para realizar una mediación a partir de herramientas de interpretación como la observación crítica y la conversación para acercarnos de manera significativa a los contenidos del museo. Esta experiencia fue realizada el 21 de noviembre con 21 participantes.

- **Parque de la Conservación**
  Llevamos a cabo una experiencia inmersiva y colaborativa entre mediadores del MAMM y guías del Parque para construir dispositivos de escucha y generar reflexiones sobre el tráfico ilegal, y el impacto del ruido de la ciudad sobre los animales y humanos. Esta experiencia fue realizada el 23 de noviembre con 25 personas.

Ver evidencias de acuerdos firmados, facturas y soportes de pago en: Desembolso 4 / Articulaciones con museos

7. ELEMENTOS RIESGOS, ACCIONES PREVENTIVAS, ACCIONES DE MEJORA, ACCIONES CORRECTIVAS:

Luego de la ejecución del convenio se identifican las siguientes acciones y recomendaciones de mejora que pueden fortalecer tanto los procesos de apropiación cultural por parte de la ciudadanía, como la gestión entre los aliados estratégicos involucrados.

- ➔ Se recomienda que pueda empalmarse mucho más el inicio de la ejecución de actividades del programa, con la instalación de la mesa técnica, ya que ese sería el escenario ideal para resolver a tiempo inquietudes y encuadrar las actividades para contribuir a un mejor logro de los objetivos. Dar especial atención a las novedades de cada año, por ejemplo en temas de comunicaciones o articulación con externos, para sincronizar interpretaciones de estudios previos.

- ➔ Es importante agregar en todos los formatos de Alcaldía como asistencia y reporte de beneficiarios mes a mes, una categoría adicional a hombre/mujer, que responda otras formas de identificación de las personas participantes.

- ➔ Considerando las dinámicas de participación de Medellín en actividades de orden social y cultural, el museo llevó a cabo la inscripción de un número mayor de personas al esperado para cada actividad, con el fin de acercarse mucho más a la media de participación total esperada. Sin embargo, en las experiencias inmersivas fue retador alcanzar la participación esperada. Creemos que de nuestra parte podemos mejorar en los tiempos de difusión y en los días/horarios destinados para estas actividades. Para pocos meses de ejecución se dificulta la disponibilidad de espacios y la programación de tal cantidad de actividades.

- ➔ Es importante resaltar que para que una actividad se logre una alta inscripción tal hecho no siempre garantiza que por lo menos la mitad de las personas asista. Por esta razón, se integra a los informes las cifras detalladas de ***número de inscripciones previas*** y ***número de participantes***, evidenciando así que se llevó a cabo un proceso masivo de convocatoria e información. Tal situación podrá verse reflejada en los mismos listados de asistencia.

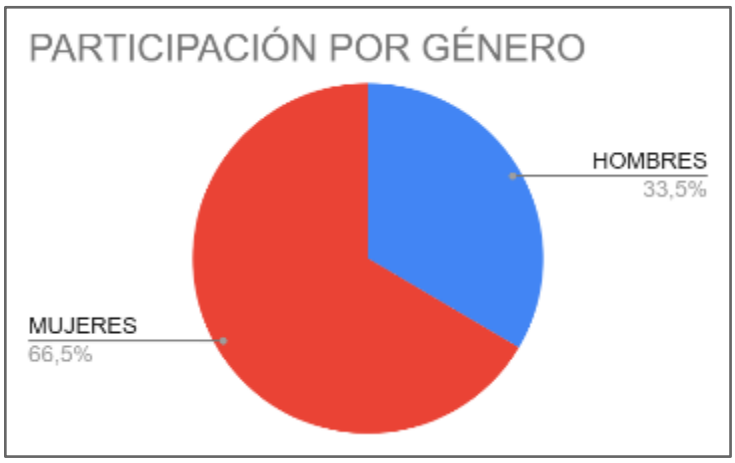
- ➔ La fecha de inicio del proyecto ha generado desafíos en el acceso a los espacios necesarios para las experiencias de cobertura e itinerancias, especialmente debido a la alta demanda cultural que se concentra hacia finales de año. Esto ha reducido parcialmente la disponibilidad de los lugares, resultando en la cancelación o reprogramación de algunas actividades. Para futuras versiones de este programa, se recomienda considerar un inicio anticipado que tenga en cuenta los períodos de mayor oferta cultural, ya que programar en una época menos concurrida favorece el acceso a estos espacios y facilita una ejecución más fluida y coordinada del proyecto.

- ➔ Para lograr un uso efectivo de la boletería entregada en la categoría de accesos libres, sería ideal sincronizar con campañas desde la estrategia de comunicación colectiva de Formación de Públicos. Es un recurso con potencial que por motivos de tiempo se queda corto en impacto efectivo y podría ser muy bueno para articulación con instituciones educativas públicas, promover la visita mediada al museo.

8. ELEMENTOS DE IMPACTO GENERAL:

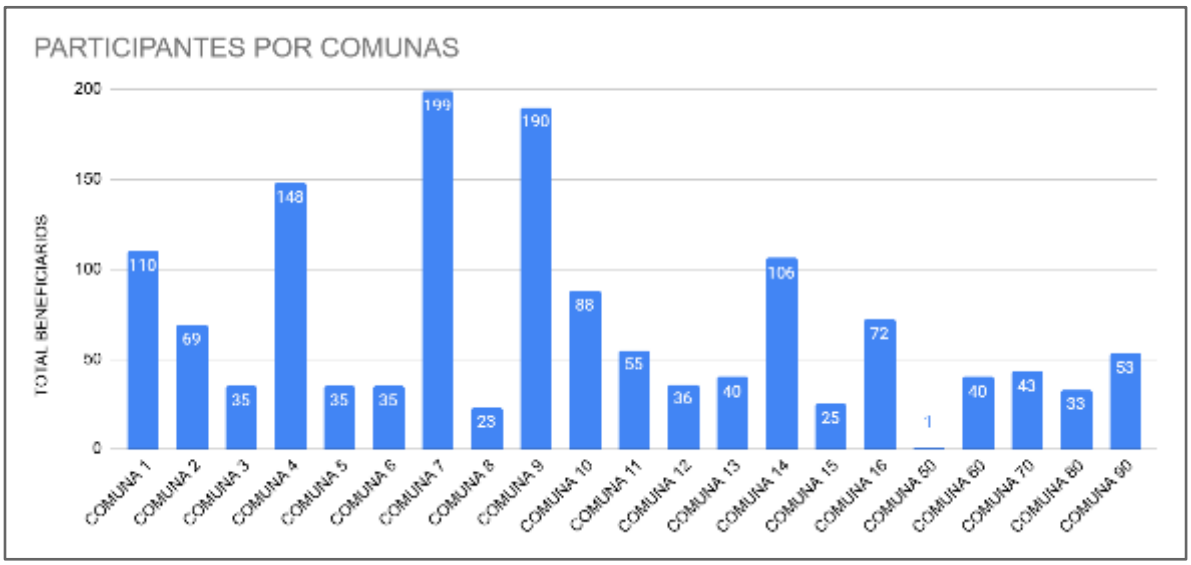
Al finalizar las experiencias de los diferentes ejes, uno de los indicadores de impacto que sigue siendo muy importante para la ejecución del convenio es la participación mayoritaria de mujeres en las actividades, tomando como dato concreto para cada caso el # asistencia efectiva a cada experiencia, luego de la inscripción previa. Esto fue particularmente alto en las experiencias guiadas, ya que una de las instituciones atendidas es solo de mujeres, en el seminario fue de 66%, y en las experiencias inmersivas que tuvieron un componente textil o prácticas artísticas asociadas todavía en el imaginario a roles femeninos.

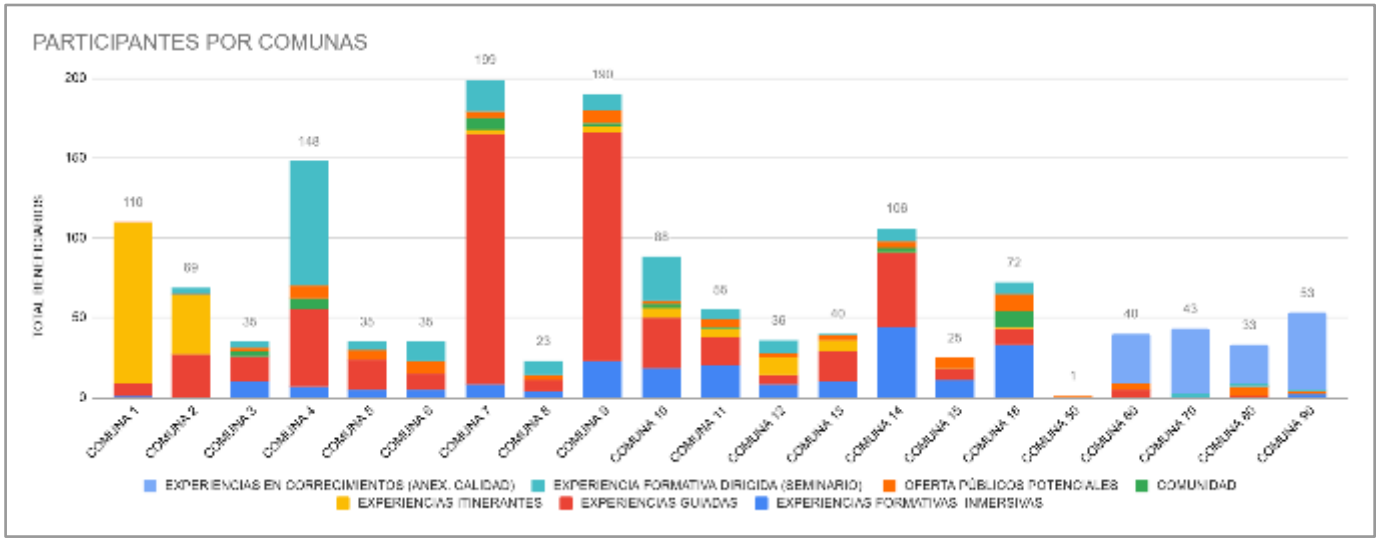
En los informes presentados esta tendencia se mantiene:



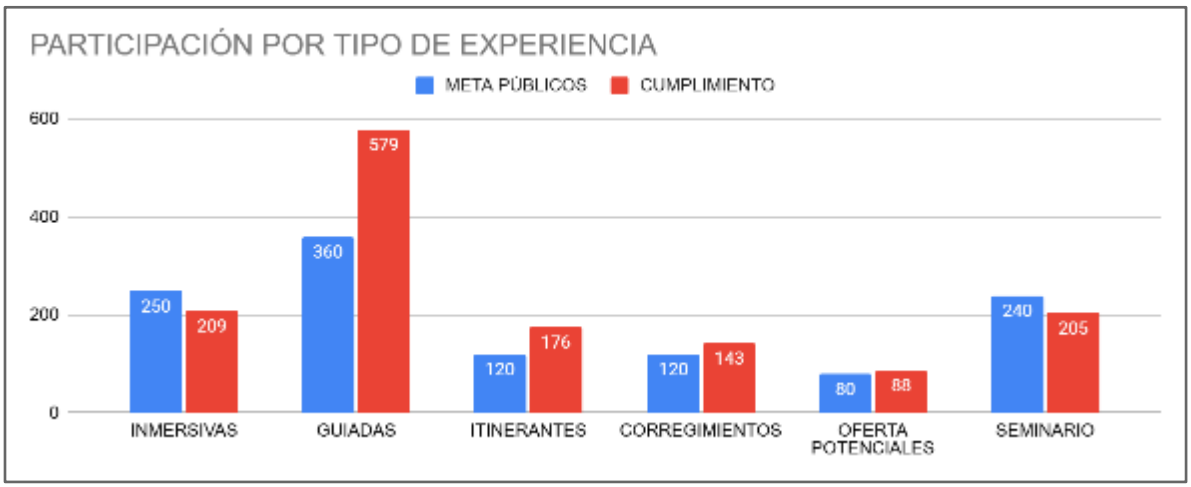
EXPERIENCIAS	HOMBRES	MUJERES
INMERSIVAS	49	160
GUIADAS	170	409
ITINERANTES	69	107
COMUNIDAD - GESTIÓN DE AUDIENCIAS	13	23
OFERTA PÚBLICOS POTENCIALES	38	50
SEMINARIO	69	136
COBERTURA EN CORREGIMIENTOS	73	70
TOTAL	**481**	**955**

Los participantes acumulados de experiencias guiadas, inmersivas, itinerantes, coberturas en corregimientos, seminario y oferta a públicos nuevos y/o potenciales es de **1.436 personas**. De estos participantes, la mayoría pertenecen a las comunas 9 - Buenos Aire y 7 - Robledo, seguidos por comuna 4 - Aranjuez, 1 - Popular, 14- Poblado, 10- La Candelaria, 16 - Belén y 2- Santa Cruz.





La participación por cada tipo de experiencia se observa por encima de la meta de públicos para experiencias guiadas, itinerantes, oferta a públicos potenciales y coberturas, superando la participación en más de 110%. En el seminario hay oportunidades para mejorar y aumentar el número de beneficiarios, así como en experiencias inmersivas. En ambos casos, la meta se cumplió entre el 84% y 85% de participantes esperados.



9. LOGROS /CONCLUSIONES-REFLEXIONES:

A lo largo del desarrollo, se han logrado importantes avances que han impactado no solo a los visitantes tradicionales, sino también a públicos que antes no tenían acceso a estos espacios culturales. A continuación, se presentan algunas de las reflexiones y conclusiones clave que han surgido durante este proceso.

La descentralización del museo, llevada a cabo mediante experiencias itinerantes, ha permitido romper las barreras físicas del edificio. Esto ha facilitado el acceso a públicos que, en muchas ocasiones, no toman la iniciativa de visitar un museo. De este modo, se ha logrado proyectar un museo por y para la ciudad, que va más allá de sus muros, democratizando el acceso al arte y acercándose a sectores de la población menos familiarizados con estos espacios.

Uno de los logros más destacados ha sido el interés creciente de diversas instituciones públicas por llevar a sus estudiantes al museo. A través de este proyecto, muchas de estas instituciones, que anteriormente no podían cubrir los costos de ingreso, han podido acceder a las actividades culturales ofrecidas. El programa Formación de Públicos ha sido fundamental para facilitar este acercamiento, permitiendo que nuevos públicos se involucren activamente con el museo.

Por otro lado, se ha notado un interés particular entre los visitantes por conocer el funcionamiento interno del museo. Este deseo de exploración ha sido canalizado mediante el Laboratorio de Mediación, el cual ha revelado la necesidad de crear espacios de experimentación educativa. Los arte-educadores de la ciudad consideran al MAMM como un referente en el ámbito de las artes, y ven en este espacio una oportunidad para desarrollar procesos educativos innovadores que integren las artes de manera significativa. De igual manera, a lo largo de este proceso, hemos logrado diversificar de manera significativa la audiencia de nuestras noches extendidas, gracias a la cuidadosa selección de películas. Hemos observado que, al incluir películas de animación o con temáticas atractivas

para familias y público infantil, hemos facilitado la participación de familias, quienes se apropian del espacio y activan la dinámica de nuestra plazoleta. Este acercamiento nos permite profundizar en la conexión con públicos que habitualmente no frecuentan el museo. Además, estos aprendizajes han sido determinantes para orientar la selección de películas en las noches extendidas, promoviendo un contenido atractivo para estos segmentos.

Otro logro significativo de este proceso ha sido acercar el museo a comunidades que, debido a su lejanía del centro urbano o la limitada disponibilidad de transporte y recursos, no habían tenido acceso a nuestras instalaciones. La visita al Centro Educativo Boquerón nos permitió comprender de cerca la necesidad de una mayor presencia de las artes en áreas rurales. Las experiencias y reflexiones generadas a partir del trabajo con la obra de la maestra Débora Arango fueron una muestra reveladora de cómo se perciben las artes en la ruralidad. Muchos estudiantes expresaron que, en su percepción, los museos sólo son accesibles para quienes cuentan con recursos económicos, lo que nos invita a reflexionar como institución y a continuar implementando acciones en estos territorios, donde nuestras propuestas culturales son recibidas con gran entusiasmo y aprecio.

Asimismo, la visita a varios corregimientos de Medellín nos permitió descentralizar nuestras estrategias de acercamiento al público, afrontando los desafíos propios de espacios rurales. Esta experiencia facilitó una conexión integral entre naturaleza, arte y educación, además de generar reflexiones sobre la percepción contemporánea del cuerpo.

Durante esta ejecución hemos logrado expandir nuestras experiencias itinerantes a nuevos espacios y públicos más amplios. En colaboración con el Politécnico Gran Colombiano, realizamos la experiencia itinerante *A mí no me enseñaron*, la cual nos permitió acercarnos a jóvenes sin un vínculo previo con las artes y las manifestaciones modernas y contemporáneas. Este acercamiento representó un desafío tanto metodológico como estratégico, pues requería adaptar el enfoque a una audiencia de jóvenes y adultos cuyas necesidades y expectativas difieren de las de adolescentes o niños. Esta experiencia nos brindó nuevas perspectivas para enriquecer nuestros discursos y explorar enfoques innovadores en el desarrollo de nuestras actividades.

Sobre la articulación con otras entidades de la Mesa de Museos, resaltamos la apertura de nuestros colegas para realizar actividades de manera dialogada, fortaleciendo cada una desde su hacer las actividades diseñadas. Las experiencias fueron muy satisfactorias y podrían fortalecer el sector a futuro.

ENLACE DE CARPETA DEL INFORME CON TODAS LAS EVIDENCIAS:
https://drive.google.com/drive/folders/1jVs3QSspmEzZznbKjU0yO9BRYiDYZCwX?usp=drive_link

10. INFORME FINANCIERO-ADMINISTRATIVO

Información general y financiera del convenio	
1. Entidad asociada	Corporación Museo de Arte Moderno de Medellín-MAMM
2. Nit	890.984010-5
3. Fecha de corte	4 de diciembre / 2024
4. Dependencia responsable	Secretaría de Cultura Ciudadana
5. Número del contrato	CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS 4600102311 DE 2024
6. Objeto del contrato	Contrato de prestación de servicios para activar la estrategia de formación de públicos en la ciudad de Medellín desde el enfoque de museos, con énfasis en arte moderno.
7. Valor total del contrato (con IVA)	**$ 955.705.992**
8. Valor ejecutado acumulado a la fecha (con IVA)	**$ 953.104.280**

Evidencias// Ver Carpeta general: Informe financiero

11. PAGOS DE SEGURIDAD SOCIAL, CERTIFICADO DE PAZ Y SALVO Y PARAFISCALES

Fecha del Documento (día/mes/año)	Fechas de cobertura de la certificación del pago realizado al Sistema de Seguridad Social Integral (nombre del mes o los meses que cubre)	Relación de los datos de quien firma el documento (Nombre del Revisor Fiscal, CC, N° Tarjeta Profesional)
04 /12/2024	Diciembre	JUAN GUILLERMO SOTO OCHOA C.C 8.406.012 34620-T

Evidencias// Ver Carpeta general: Parafiscales