

BEGOÑA TORRES: “QUE LOS MUSEOS SE CONVIERTAN EN INSTITUCIONES SOSTENIBLES ES HOY EN DÍA NO SÓLO UNA NECESIDAD, SINO UNA DEMANDA”

Entrevista a Begoña Torres, directora gerente del Museo Lázaro Galdiano, Madrid

1. ¿Cuáles son los retos de los museos hoy y qué papel juegan las estrategias digitales?

Los museos hoy deben ajustarse a las nuevas maneras de pensar en un mundo digital, adoptando el rol de difusores de la información y brindando una oportunidad para aplicar los principios democráticos hacia la cultura colaborativa.

Uno de los principales retos de los museos en la adopción de esta estrategia digital es el hecho de que las nuevas redes exigen una constante actualización de contenidos, así como la creación de una estructura de trabajo en red, con equipos flexibles y multidisciplinarios que trabajen para lograr objetivos comunes. El surgimiento de nuevas aplicaciones incide además en la creación de nuevos contenidos, que deben modificar las estrategias de comunicación.

2. Hablando de Agenda 2030, ¿qué implicación deben tener los museos en los ODS?

Que los museos se conviertan en instituciones sostenibles es hoy en día no sólo una necesidad, sino una demanda por parte de los estados y desde luego de las comunidades a las que ellos sirven. El compromiso del museo con la comunidad / público, con el patrimonio integral y consigo mismo, exige hacer un mayor esfuerzo y los cambios y ajustes necesarios para poder generar su sostenibilidad y la de su entorno. Convertirse en un museo “sostenible” significa llevar a cabo una eficiente ejecución de las funciones museológicas, como resultado de una nueva comprensión de la relación con la comunidad, en la preservación y puesta en valor del patrimonio integral, y en la generación de recursos y beneficios para la comunidad y el museo.

La propuesta de un museo sostenible radica, principalmente, en crear las condiciones para su propia sostenibilidad institucional –en recursos humanos, infraestructura y logística-, que le permita realizar una moderna gestión museológica, adecuada a los requerimientos, necesidades y oportunidades del medio. Y paralelamente en posibilitar la generación de recursos a los miembros de la comunidad y el desarrollo local por medio de la implementación conjunta de proyectos y actividades de preservación activa de los recursos patrimoniales, ejerciendo un usufructo responsable del patrimonio cultural y natural.

3. ¿Cómo se está implementando esta agenda en el caso del Museo Lázaro Galdiano?

En el caso del Museo Lázaro Galdiano se ha propuesto dar prioridad a las iniciativas de trabajo que generan beneficios tangibles para la comunidad. Un museo sostenible exige asumir nuevas responsabilidades y abrir nuevos programas, por lo que tendremos que involucrar a más individuos y para ello debemos establecer alianzas estratégicas, con el fin de maximizar los recursos existentes y generar nuevos recursos. Los sectores o miembros de la comunidad no sólo serán considerados como aliados estratégicos, sino también como socios potenciales en el desarrollo de actividades y proyectos conjuntos.

Para ello se ha elaborado un Plan Estratégico, publicado en nuestra web, que define los pasos a seguir en cuatro años con el objetivo de llegar a constituirnos en un museo sostenible. Las líneas de acción propuestas requieren de una reorganización interna, de ampliación de programas y del establecimiento de responsabilidades e implican un cambio de actitud y una redefinición del trabajo que el museo realiza como institución sin fines de lucro y al servicio de la sociedad.

4. ¿Son los espacios digitales lugares de transformación e inclusividad o repiten patrones externos?

Optar por la sostenibilidad significa apostar por las inquietudes de los ciudadanos y las necesidades del entorno; lo que siempre implica un replanteamiento de las prioridades de la institución. Por supuesto el museo se tiene que adaptar al entorno digital general y muchas veces

reproduce patrones externos. Sin embargo, el museo actual es aquél que se preocupa más por las personas, que por los objetos. Consciente de su papel privilegiado como facilitador de programas de integración, muchas instituciones están priorizando los programas sociales dentro de su misión y en ese sentido están siendo realmente innovadores.

5. En base a la anterior pregunta, ¿de qué manera los museos pueden contribuir a acortar esta brecha?

Los museos se han convertido en las tres últimas décadas en lugar de encuentro de intereses múltiples para la sociedad actual. El museo ha superado numerosas contradicciones. La actual situación ha venido precedida de una profunda reconstrucción y transformación museológica, que pretende recuperar credibilidad y eficacia sociocultural.

Además, la estrategia digital se basa también en aprovechar las oportunidades y en gestionar las amenazas y los riesgos de la digitalización. Toda esta reconversión no ha resultado fácil ni sencilla, ni supone una universalidad de convicciones y criterios. El museo sigue siendo un instrumento al servicio de la sociedad, al que se le exige ajustarse a las realidades del momento y de su entorno sociocultural.

6. ¿Qué relación debe establecerse a futuro en el binomio sostenibilidad, emergencia climática y espacios digitales? ¿Cómo abordar esto desde los museos?

En los últimos veinte años ha pasado de ser un lugar para la visita de minorías, a convertirse en un ámbito masivo, con nuevas demandas y rentabilidad. Quizás la mayor transformación del museo en el siglo XXI es llegar a ser un lugar activo, un foco cultural polivalente, asumiendo el riesgo que acarrea la posibilidad de convertirse en un espectáculo por encima de sus valores culturales.

En todo caso nos parece que un museo que asuma una determinada responsabilidad social estará siempre en mejor posición para acompañar las necesidades y exigencias de las sociedades contemporáneas y garantizar su continuidad futura. En pleno siglo XXI el museo debe adaptarse una vez más a los cambios en su entorno. Hoy en día, el éxito de un museo está relacionado con la optimización de los recursos de los que dispone y la capacidad que tiene para identificar y canalizar sus potencialidades a fin de alcanzar sus objetivos de gestión.

Si la institución museística no evoluciona al mismo ritmo que la sociedad, puede desaparecer como institución, por lo que es imprescindible una adaptación y el uso de las nuevas herramientas como un verdadero medio de comunicación, como un nuevo modelo de entender la vida.