

**PRIMER ENCUENTRO DE DIRECTORES DE MUSEOS Y CENTROS  
DE ARTE CONTEMPORÁNEO DEL ESTADO ESPAÑOL**

**Públicos, audiencias: experiencias y relaciones**

2ª mesa de trabajo. CAAC, 20 de octubre de 2018

Participantes: David Barro (DIDAC), Karin Ohlenschläger (LABoral) y Manuel Segade (CA2M)

Moderadora: Nekane Aramburu (Es Baluard)

## **MESA 2. Públicos, audiencias: experiencias y relaciones.**

**Participantes: Manuel Segade, Karin Ohlenschläger y David Barro**

**Moderadora: Nekane Aramburu**

En la segunda mesa de trabajo de este Encuentro de Directores de Museos y Centros de Arte Contemporáneo del Estado español se debatió sobre las acciones y estrategias que deben seguir los museos y centros de arte contemporáneo para desbordar la "caja blanca" y convertirse en "lugares de experiencias", estableciendo una interlocución activa y directa con sus diferentes públicos.

La encargada de moderar y presentar esta mesa fue Nekane Aramburu, secretaria de ADACE y directora de Es Baluard - Museo de Arte Moderno y Contemporáneo de Palma, que antes de dar paso a los ponentes habló de algunas de las iniciativas que su museo ha puesto en marcha para tratar de generar y consolidar esta interlocución, desde el Observatorio de Públicos hasta el programa de educación y formación "Medi-Acción", pasando por el Proyecto Museu (<http://proyectomuseu.org/>) que se define "como una plataforma para el debate público acerca de las instituciones culturales". Iniciativas en las que siempre han trabajado de forma transversal y horizontal, tratando de implicar a las diferentes áreas y departamentos del museo.

Nekane Aramburu señaló que en Es Baluard han asumido como un objetivo central de la institución intentar "llevar el museo más allá del museo" y trabajar de forma activa con sus "contextos de proximidad". Han desarrollado así una intensa labor de lo que ella describe como "apostolados externos". Labor que ha permitido acercar la institución a diferentes barrios de Palma ("hemos llegado casi a apropiarnos de un autobús que recorre toda la ciudad") y también a diversos pueblos tanto de Mallorca como de las otras islas de Baleares.

A juicio de Aramburu, es necesario que los museos tengan un funcionamiento lo más orgánico posible, es decir, que sean permeables a su entorno y asuman, parafraseando a Gilles Deleuze, una lógica rizomática. En este sentido, ella piensa que [los museos] deben tener siempre muy en cuenta las necesidades y expectativas de sus diferentes audiencias, evitando caer en la endogamia y la autocomplacencia elitista ("demasiado habitual en nuestro sector"), y tratando de adaptar su "lenguaje al lenguaje de la gente".

Antes de dar paso al primero de los intervinientes de la mesa, Nekane Aramburu comentó que en el caso concreto de Es Baluard, un museo con más de 600.000 visitantes anuales, el 70% de los cuales son turistas, el "sentido de pertenencia" -esto es, "que la población local sienta el museo como algo propio, como algo que realmente le pertenece"- es quizás su principal "punto débil". Por ello, el debate en torno a cómo (re)pensar la relación que los museos mantienen con sus públicos le parece fundamental.

### **INTERVENCIÓN DE MANUEL SEGADE**

La ronda de charlas introductorias de la segunda mesa del encuentro la abrió Manuel Segade, director desde diciembre de 2015 del Centro de Arte Dos de Mayo-CA2M de Móstoles (Madrid). Segade comenzó su intervención señalando que el CA2M es una institución que tiene unas circunstancias contextuales muy especiales: por un lado, está en lo que podemos describir como la periferia del centro ("que a veces es la más salvaje que existe, pues ni si quiera posee la cualidad exótica de otras periferias"); por otro, es el único museo / centro de arte contemporáneo público

dependiente de la Comunidad Autónoma madrileña. "Todo esto nos coloca en un lugar extraño", señaló, "en una situación de marginalidad muy singular que, lógicamente, no podemos obviar a la hora de pensar nuestra gestión y programación".

Manuel Segade contó que ya Ferran Barenblit, el primer director que tuvo el CA2M, y Pablo Martínez, responsable de su Departamento de Educación y Actividades Públicas durante los años de gestión de Barenblit, tomaron conciencia de que los usos que mucha gente estaba realizando de este espacio no eran los convencionales de un museo, algo que el centro debía asumir e intentar incorporar como parte de su identidad. Hay que tener en cuenta que en Móstoles, una ciudad de clase obrera con una gran carencia de infraestructuras y equipamientos públicos, muchas personas usan el CA2M como una suerte de plaza pública, donde, por ejemplo, los adolescentes pueden acceder a wifi gratuito o utilizar los baños sin tener que consumir nada.

"Ante una situación como esta", explicó Segade, "una cosa que puedes hacer es actuar como el flautista de Hamelín. Es decir, si ya tienes gente en el museo que está haciendo cosas que no son ver exposiciones o asistir a algunas de las actividades que organizas, buscas maneras de seducirlos para que lo hagan. Pero también puedes entender e incorporar esos usos no previstos como nuevos usos del museo".

Curiosamente, estos usos no previstos pueden llegar a generar simbiosis muy interesantes. Un ejemplo ilustrativo de esto es el caso de un grupo de mujeres que quedaban en la cafetería del CA2M, más barata que las otras que hay en la zona, para charlar y tejer. Esto generaba ciertos conflictos con los dueños de la cafetería, una concesión privada, porque se llevaban mucho tiempo y consumían muy poco. Manuel Segade explicó que para tratar de encauzar este conflicto lo que se decidió fue reservarles un espacio propio dentro del museo. Espacio que se decoró con un tapiz de la artista Teresa Lanceta que forma parte de la colección del CA2M. En agradecimiento, este grupo de mujeres tejió un toldo para cubrir el huerto que hay en la terraza del museo y que ha permitido que este pueda sobrevivir al duro verano del sur de Madrid. "Y con el tiempo", añadió Segade, "han terminado desarrollando hasta un proyecto propio, el 'hamacódromo', donde recurren a estrategias propias de las estéticas relacionales para reivindicar el derecho a la pereza de las amas de casa (un derecho del que estas no han podido gozar nunca)".

Tras mencionar algunos ejemplos más de cómo se ha ido materializando esta simbiosis entre el CA2M y sus comunidades de usuarios no especializados, Manuel Segade planteó que es fundamental pensar cómo los museos y centros de arte contemporáneo pueden generar lo que él describe como un "marco de baja institucionalidad". Un marco en el que la interlocución activa con los públicos no pasa necesariamente por el diálogo, sino que tiene que ver "con la propia presencia de los cuerpos en el espacio, con cómo esos cuerpos ocupan y utilizan el lugar". "Es necesario ver al usuario de los museos y centros de arte contemporáneo", subrayó, "no como un mero ojo, sino como un cuerpo complejo y completo. Un cuerpo donde operan diferentes marcas, de etnia, de clase, de género. (...) Porque incorporar la crítica interseccional a la labor que realizamos me parece fundamental, especialmente cuando trabajas, como nosotros, en un lugar como Móstoles, donde las problemáticas asociadas a la etnia, la clase y el género están muy presentes en la calle".

Manuel Segade indicó que otra decisión que se tomó antes de que asumiera la dirección del CA2M y que ha decidido mantener es que los programas educativo y de actividades públicas sean independientes de la programación expositiva. "Evidentemente se establecen conexiones, pero no programamos un ciclo de cine en función de las exposiciones en cartel ni hacemos que las visitas guiadas tenga que ver obligatoriamente con la temática de las muestras que haya en cada

momento", explicó. En este sentido, Segade señaló que la autonomía del programa educativo ha posibilitado, por ejemplo, la puesta en marcha de iniciativas como Equipo Sub21, donde trabajan durante un año con un grupo de jóvenes de entre 16 y 21 años que desarrolla una programación propia y establece, utilizando para ello los canales de comunicación y difusión del museo, relaciones con grupos de jóvenes de otras partes de España e incluso de Latinoamérica ("grupos de jóvenes que, de algún modo, se convierten también en interlocutores indirectos del CA2M"). A este respecto, contó que en la inauguración de la exposición con la que conmemoraban los diez años del museo, uno de los integrantes del Equipo Sub21 se sumó espontáneamente a la foto institucional, sin importarle demasiado que allí estuviera el propio Ministro de Cultura. "Esto es, bajo mi punto de vista, un muestra muy ilustrativa de lo que llamo 'baja institucionalidad'", precisó.

En relación al programa educativo del CA2M y su expansión fuera del centro, Segade también contó que gracias a la ayuda y complicidad de determinados profesores han podido hacer que varios artistas realicen "residencias pedagógicas" en institutos de la zona sur de Madrid. "Están allí durante todo un año, impartiendo una clase semanal. Y la experiencia, tanto para los alumnos como para ellos, creo que está siendo muy enriquecedora", aseguró. Por ejemplo, con el colectivo Todo por la praxis, grupo artístico interdisciplinar en activo desde 2007, los alumnos de uno de los institutos con los que colaboran han podido desarrollar un ejercicio de autogestión dentro del su propio centro, experimentando de primera mano las potencialidades, pero también las complejidades, dificultades y limitaciones, de la autogestión como metodología organizativa.

Antes de finalizar su intervención, Manuel Segade señaló que en torno al 35 % del presupuesto para programación del CA2M se dedica a las actividades educativas y los programas públicos. "Esto es poco habitual, y si podemos hacerlo es también por cómo estamos canalizando nuestra propuesta expositiva", explicó. En este sentido, Segade recordó que cuando comenzó a trabajar en el CA2M le pareció que se estaba aplicando mucha "imaginación institucional" en todo lo relacionado con lo educativo, pero bastante menos en las exposiciones "que eran, por decirlo así, más convencionales". En estos años han intentado que eso cambie, tratando de incorporar las innovaciones implementadas en el programa pedagógico al programa expositivo, siendo quizás *Elements of Vogue*, muestra que revisaba la historia de la performance afroamericana, uno de los casos en los que, a su juicio, mejor lo han conseguido.

#### **INTERVENCIÓN DE KARIN OHLENSCHLÄGER**

La segunda charla introductoria corrió a cargo de Karin Ohlenschläger, directora de LABoral, una institución relativamente joven (se creó en el año 2007), específicamente dedicada al arte, la ciencia, la tecnología y las nuevas industrias culturales y creativas.

Ubicado en Gijón, en una zona en expansión de la ciudad (donde también están el Parque Científico y Tecnológico de Asturias o el Campus que tiene en esta localidad la Universidad de Oviedo), Karin Ohlenschläger explicó que este centro se crea con el objetivo de contribuir a dinamizar y transformar una región que había sufrido un fuerte proceso de des-industrialización en la década de los 80 del siglo pasado y que, a diferencia de otras regiones con problemáticas similares, no había sido capaz de aprovechar las ayudas europeas para su reconversión.

Según Ohlenschläger, en Asturias esos fondos europeos se habían utilizado para que cada ayuntamiento pudiera crear su propio centro cultural. "Había mucha arquitectura nueva, pero los edificios estaban vacíos y nadie tenía una programación estable", aseguró. A principios de los años 2000 se pone en marcha un Plan General que, siguiendo directrices europeas, apostaba por la

transformación de una sociedad industrial en una sociedad informacional, concibiendo la cultura como un actor fundamental para posibilitar dicha transformación. La creación de LABoral era una de las principales herramientas para conseguirlo. "El problema fue que los políticos que habían impulsado este plan, una fracción del PSOE de Asturias, cayeron en desgracia. Y al estallar la gran crisis de 2008, todo quedó paralizado", explicó Karin Ohlenschläger.

Cuando ella asume la dirección del centro, en abril de 2016, trata de recuperar la idea sobre la que se había articulado aquel plan. Una idea que le sigue pareciendo útil y beneficiosa para una región como Asturias. Ohlenschläger señaló que al llegar a la LABoral de lo primero que tomó conciencia fue de que se trataba de una institución con muy pocos recursos, aunque, eso sí, con mucha gente dentro con ganas de hacer cosas. Por las propias características del centro (la LABoral no es un espacio de conservación, sino de producción), en los dos años y medio que lleva al frente del mismo, lo que se ha priorizado es el trabajo con lo que ellos describen como los "usuarios" del centro (esto es, las personas que se relacionan de una manera activa y participativa con las actividades que se organizan), más que en buscar un aumento cuantitativo de su número de visitantes.

Karin Ohlenschläger comentó que en su opinión las prácticas artísticas contemporáneas pueden y deben jugar un papel muy importante desde un punto de vista pedagógico, complementando, cuestionando y expandiendo el conocimiento que se obtiene a través de la formación reglada. "Las prácticas artísticas contemporáneas", subrayó, "llevan incrustadas en su ADN una transversalidad que puede ser de gran ayuda para comprender e interpretar la complejidad de la experiencia contemporánea". A este respecto, Ohlenschläger contó que en colaboración con la Consejería de Educación del Principado de Asturias tienen un proyecto para introducir el arte contemporáneo y el uso crítico de las nuevas tecnologías dentro de las aulas de colegios e institutos de la comunidad. "Es un trabajo pedagógico experimental", explicó, "que sin dejar de respetar el currículum escolar, incorpora otras formas de concebir y articular la enseñanza y el aprendizaje".

En una línea parecida están llevando a cabo otro proyecto, en este caso de patrocinio privado, en el que utilizan el arte como una herramienta de aprendizaje transversal, al tiempo que plantean la necesidad de concebir la tecnología no como un fin en sí mismo, sino como un medio. "Nuestro objetivo", precisó Ohlenschläger, "es contribuir a que los jóvenes con los que trabajamos, que son ya nativos digitales, adquieran un conocimiento que les permita ser más activos y críticos a la hora de usar las herramientas digitales y de relacionarse con la industrias tecnológicas del entretenimiento". "Lo hacemos", añadió, "desde la convicción de que estas herramientas son, a día de hoy, una parte consustancial de nuestra realidad, elementos que están condicionado nuestra forma de relacionarnos, de trabajar...".

Desde la LABoral también se está haciendo un intenso trabajo con asociaciones y colectivos en riesgos de exclusión y/o que sufren algún tipo de discriminación. Ohlenschläger explicó que con estos colectivos se están llevando a cabo proyectos de diversa índole en los que participan artistas que ponen sus habilidades y conocimientos al servicio de los mismos y para los que la experiencia también supone un importante proceso de aprendizaje que, entre otras cosas, les posibilita salir de su zona de confort.

Karin Ohlenschläger no quiso concluir su intervención sin antes volver a insistir en que, debido a su transversalidad, a su capacidad de generar y vehicular nuevos discursos y narrativas, las prácticas artísticas son fundamentales para abordar la experiencia contemporánea. En su opinión, en una situación como la actual, en la que vivimos una profunda crisis sistémica que afecta a todas las esferas de la vida de los ciudadanos, tienen la potencialidad de funcionar como herramientas para

la transformación social y cultural. "Y esto es algo que los que estamos al frente de los museos y centros de arte contemporáneo debemos tener muy en cuenta", concluyó.

### **INTERVENCIÓN DE DAVID BARRO**

David Barro, director de la Fundación DIDAC. Instituto do Deseño e das Artes Contemporáneas, con sede principal en Santiago de Compostela, fue el encargado de cerrar la ronda de charlas introductorias de la mesa de trabajo *Públicos, audiencias: experiencias y relaciones*.

Barro inició su intervención señalando que es necesario cuestionar y combatir la actual obsesión por las cifras que existe en los museos. Una obsesión "relativamente reciente" que, en su opinión, está siendo "muy destructiva" para ellos, pues les obliga a entrar en una dinámica de competencia y crecimiento que es, a medio y largo plazo, insostenible. A este respecto, recordó que cuando trabajaba en la Fundación Serralves, tras la inauguración de una exposición muy exitosa, le dio la enhorabuena a João Fernandes, por aquel entonces director del centro, y este le dijo, "no me las des, pues ahora viene lo peor: pensar lo que tenemos que hacer para que a la próxima venga más gente".

Más que buscar un aumento exponencial de la audiencia, a su juicio lo que debería hacerse es apostar por ir generando diversos micro-públicos con los que poder establecer una relación compleja y duradera. "Pero sé que es muy difícil convencer a los políticos de que a veces puede ser positivo reducir el número de visitantes o de espectadores", reconoció. En este sentido, David Barro recordó que cuando trabajaba en la Fundación Luis Seoane, de la que fue director entre febrero de 2014 y octubre de 2016, en un momento dado decidió dar las cifras reales de visitantes a las exposiciones, es decir, excluyendo los asistentes a las otras actividades que se organizaban en el museo. "Esto puso en evidencia lo artificioso que son esos datos", señaló, "pues había mucha diferencia entre nuestra cifra de visitantes y la de los de los otros museos de la ciudad. Una diferencia que resultaba claro que no se correspondía con la realidad, lo que generó bastante revuelo mediático".

David Barro explicó que ha decidido poner en marcha la Fundación DIDAC porque considera que en una coyuntura como la actual, y especialmente en un territorio como Galicia, es fundamental atreverse a dar "un paso más allá" e intentar poner en marcha nuevos espacios y estructuras que, por un lado, no dependan de "políticos y banqueros" y, por otro, "les resulten útiles a los propios profesionales". "La Fundación DIDAC", precisó, "es una entidad sin ánimo de lucro (todos los beneficios obtenidos son reinvertidos en el desarrollo de su programación y actividades) que nace de una pequeña empresa de diseño y en cuyo patronato están, entre otros, el diseñador Pedro Feduchi o la coleccionista Sofía Santos (que fue presidenta del Patronato del Centro Galego de Arte Contemporánea-CGAC). Se financia, fundamentalmente, por el dinero que aportan mecenas privados, aunque también recibe algunas subvenciones públicas".

Uno de los principales objetivos de esta fundación es trabajar para que en Galicia vuelva a haber un público para el arte contemporáneo. "Un público que estaba ahí y que, por razones de muy diversa índole, se nos fue", se lamentó Barro. "Por eso admiro mucho lo que está consiguiendo el CA2M. En Galicia no tenemos ningún museo que haya conseguido una singularidad como la que ha logrado este centro. El único que podría llegar a tener alguna opción es la Fundación Seoane, pero ahora mismo tiene una caries dentro que se lo impide". El resto de los museos, se teme, podrían intercambiar perfectamente sus colecciones y programaciones, y "nadie se daría cuenta".

Según David Barro, a nivel más específico, otro de los objetivos fundamentales por los que se creó la Fundación DIDAC fue para contribuir a promover la cultura y la práctica del diseño en Galicia.

Por ello, el diseño ocupa un papel central en el proyecto y en el programa expositivo y de actividades de esta fundación. "Ahora, por ejemplo", contó, "vamos a empezar a trabajar como institución consultora de la Xunta de Galicia para un proyecto muy interesante que busca introducir el diseño en las empresas, esto es, concienciarlas de la importancia del diseño para la mejora de su competitividad".

David Barro aseguró que la situación que vive actualmente el arte contemporáneo en Galicia es, en sus palabras, "catastrófica". "El proceso de progresivo desmantelamiento que ha sufrido el Museo de Arte contemporáneo de Vigo-MARCO es muy triste (y, en cierta medida, también sorprendente.... yo pensaba que algo así le ocurriría antes al CGAC). Por su parte, el MAC (el Museo de Arte Contemporáneo de la Fundación Naturgy, antes Fundación Gas Natural Fenosa) está celebrando ahora la que muy probablemente será su última exposición<sup>1</sup>... En fin, todo muy desalentador".

En este punto Barro quiso poner de relieve que es muy importante que seamos conscientes de que las instituciones artísticas no mueren de un día para otro. "Se van dejando morir poco a poco", denunció. "Y esto ha tenido un resultado especialmente devastador en Galicia, donde a día de hoy no hay ninguna colección que permita conocer que ha pasado con el arte gallego desde los años 80 hasta la actualidad". En este sentido, David Barro anunció que una de las cosas que quiere hacer la Fundación DIDAC es generar un archivo visual en torno a lo que ha sucedido en el arte y el diseño gallego desde 1968/70, cuando Luis Seoane e Isaac Díaz crearon el Laboratorio de Formas (la "Bauhaus gallega"), hasta nuestros días.

Según Barro, la Fundación DIDAC pretende funcionar como una suerte de "institución satélite" que tenga la capacidad de orbitar alrededor de otras instituciones (generando dinámicas de colaboración y co-producción entre ellas) y ayude a vertebrar el sector artístico gallego. "DIDAC nace", precisó, "con la idea de constituirse como una institución satélite que es capaz, por ejemplo, de articularse con otras instituciones para ayudarles a sacar adelante proyectos que en la coyuntura actual no pueden llevar a cabo".

Quizás el principal potencial de esta "institución satélite" es su flexibilidad, su capacidad de maniobrar rápidamente por no estar sujeta a las lógicas y los tiempos de la burocracia. "Nuestra sede oficial tiene solo 480 metros pero si, por ejemplo, la Colección DKV nos llama para hacer una exposición de grandes dimensiones, no tenemos problemas para colaborar con otras entidades e instituciones y encontrar un espacio donde pueda hacerse (...). Es decir, somos pequeños, pero tenemos la flexibilidad suficiente para, si las circunstancias lo requieren, hacernos temporalmente más grandes", aseguró.

A juicio de David Barro para trabajar mejor con esas micro-audiencias con las que se puede establecer una relación compleja y duradera, un modelo muy útil es el de las "Kunsthallen". "Bajo mi punto de vista, en España lo que faltan son espacios artísticos intermedios que no sean alternativos", subrayó. De algún modo, es justo eso lo que aspira ser la Fundación DIDAC que, en palabras de Barro, nace con la idea de convertirse en "una alternativa a lo alternativo" o, más exactamente, a la precariedad que [lo alternativo] conlleva. De hecho, a ellos les gusta auto-describirse como una "institución pura y dura" que, eso sí, entiende la flexibilidad como un eje

---

<sup>1</sup> Efectivamente, según [esta noticia](#) publicada por *La Voz de Galicia* pocos días después de la celebración del encuentro, el MAC cesará su actividad el 30 de diciembre, tras clausurar la 15ª Mostra de Arte Naturgy.

organizativo y programático clave y en la que el espacio se concibe "más como un medio que como un fin".

Asumiendo que en la cuestión de cómo llegar al público no hay recetas mágicas, David Barro considera que, especialmente en el caso de entidades e instituciones de formato pequeño y mediano, es muy importante saber qué medios resultan más adecuados no para legitimar tu propuesta sino para conseguir que vaya gente a las exposiciones y actividades que organizas. "A mí me interesa mucho más que hablen de las cosas que hacemos en *La Voz de Galicia* que en los suplementos culturales de los grandes medios nacionales. ¿Y por qué? Pues porque va a tener más repercusión en mi público objetivo", subrayó. Esto, claro está, si hablamos del público objetivo que tiene ya una cierta edad. "Si lo que te interesa es llegar a la gente joven", añadió, "los medios convencionales sirven ya más bien poco. Es mucho más importante la difusión por redes sociales".

En cualquier caso, David Barro piensa que el problema de la escasez de público para las exposiciones y actividades de arte contemporáneo quizás no radica tanto en que los museos no estén consiguiendo comunicar lo que hacen<sup>2</sup>, sino en el propio mensaje, esto es, "en cómo se está comunicando la relación con el arte". "Creo que hace falta un *re-branding*, hacer más blandas las instituciones, menos dirigidas (que no quiere decir menos rigurosas)", explicó. A su juicio, es muy importante pensar qué hay que hacer para (volver a) llegar y fidelizar a esas micro-audiencias locales que han abandonado los museos". "Porque yo no quiero trabajar solo para turistas. Quiero trabajar para el que tengo al lado. Y contribuir así a construir una escena cultural fuerte en Galicia", recalcó.

Para poder llevar a cabo un proceso de remodelación de las instituciones museísticas que posibilite que estas se imbriquen con la sociedad, David Barro considera que es fundamental aplicar las "buenas prácticas" a la totalidad de las cosas que se realizan. "No es solo necesario exigir buenas prácticas en el proceso de selección de los directores. También en la gestión cotidiana de los museos", argumentó. "Es algo que, aunque no lo parezca, la gente joven valora mucho. De hecho, hay muchos sectores profesionales que no se acercan al arte contemporáneo porque consideran que este se encuentra muy alejado de un modelo de gestión y desarrollo basado en las buenas prácticas".

Ya en la fase final de su intervención, señaló que espera que la Fundación DIDAC, con su estructura flexible, con su vocación de ejercer como una especie de "institución satélite", contribuya a la (re)construcción de un sector artístico gallego potente y vertebrado en el contexto ibérico. Se trata de una entidad aún muy joven pero que goza ya de una importante implantación y proyección, algo que en gran medida ha sido posible, explicó Barro, "gracias al apoyo que nos han brindado - que nos están brindando- numerosos pequeños mecenas a los que, en muchos casos, ni siquiera conocía antes de comenzar esta aventura".

## DEBATE

Tras la charla de David Barro comenzó un debate abierto en el que el primero en intervenir fue Manuel Segade. En relación a la cuestión de la comunicación, de cómo los museos deben afrontar y vehicular su trabajo comunicativo, Segade comentó que estamos en un "momento de profundos cambios en el que hay que repensarlo todo". "Los medios convencionales", subrayó, "ya no tienen

---

<sup>2</sup> A este respecto, Barro señaló que tanto en la Fundación Luis Seoane como en la Fundación DIDAC, las cosas que ha organizado diseño han tenido siempre tres o cuatro veces más de espectadores que las de arte contemporáneo, aplicando en ambos casos una estrategia comunicativa similar.

la capacidad de influencia que poseían hace unos años. Y eso es algo que hay que empezar asumir". A este respecto puso un ejemplo que a su juicio resulta muy significativo. "La publicación durante un mes de una *banner* publicitario sobre una exposición del CA2M en cualquiera de ellos, nos reporta cinco o seis visitas a la web, mientras que la publicidad en una red social, que por otro lado es mucho más económica, puede generarnos 900 o incluso más visitas. Y esto ocurre además con todo tipo de públicos, no solo con el público más joven".

En este sentido, Manuel Segade explicó que desde el CA2M están luchando para conseguir de la Comunidad de Madrid, que es quien gestiona la inversión que realizan en publicidad, destine una partida para los medios especializados, "pero no tanto porque confiemos en que eso nos va ayudar a generar nuevos públicos, ni siquiera a consolidar los que ya tenemos, sino porque consideramos que es fundamental que existan, que la labor que hacen sigue siendo muy necesaria". Por otro lado, Segade ve las redes sociales como una herramienta más para potenciar esa "baja institucionalidad" de la que habló en su charla. "Las redes sociales son un lugar en el que ya no puedes controlar del todo la imagen que proyectas de tu centro. Creo que debemos tomar conciencia de la potencialidad que tiene eso y aprender también a des-institucionalizar nuestra forma de usarlas", subrayó.

Sobre el problema de la escasez de proyectos pedagógicos con un cierto grado de estabilidad en gran parte de las instituciones museísticas públicas del Estado español, con casos tan alarmantes como el que, según David Barro, se está produciendo en Galicia, Manuel Segade señaló que tiene que ver con las condiciones de precariedad y la falta de autonomía que dichas instituciones padecen. Unas condiciones que hacen que incluso instituciones en auge como el CA2M esté perdiendo personal. "Ahora mismo, por ejemplo, estoy literalmente sin personal en el Departamento de Exposiciones", contó. "Y en breve, si nada lo remedia, tampoco lo tendré en el de Actividades. Pero lo delirante es que cuando, con el visto bueno político, hemos solicitado a la Consejería de Hacienda que se cubra la plaza vacante en Exposiciones, nos han dicho que de momento no se hará, porque al no ser de atención al público, no se considera prioritaria".

Según Segade este proceso lo han sufrido otros centros públicos que, al igual que el CA2M (que tiene solo diez años), fueron creados sin una relación de puestos de trabajo. Muchos de ellos se encuentran en estos momentos en una situación límite, incluso en algún caso al borde de la desaparición. "Nosotros somos ahora mismo un centro pujante en temas como educación, pero en dos o tres años, si el proceso que acabo de describir no se frena y revierte, probablemente ya no lo seremos", advirtió. Tal vez una salida puede estar en generar fórmulas de colaboración público-privadas como las que ha apuntado David Barro, pero Manuel Segade confesó que en este momento no es nada optimista.

Otra cuestión en torno a la que quiso hablar fue sobre la creciente tendencia a utilizar la noción de innovación en los programas educativos de museos y centros de arte contemporáneo. "Es una palabra que me da alergia", señaló. "Bajo mi punto de vista más que innovar lo que hay que hacer es copiar bien lo que funciona en otros sitios, eso sí, adaptándolo a tu propio contexto".

Manuel Segade también contó que en temas de educación, el diálogo más intenso y fructífero que ha tenido en los últimos años el CA2M ha sido con las otras organizaciones que forman parte de la red CLUSTER. Organizaciones enclavadas, al igual que el CA2M, en zonas periféricas de grandes ciudades europeas. "Con ellas hemos desarrollado un proceso de intercambio y colaboración que, en realidad, no hemos mantenido hasta el momento con otras instituciones del Estado español. Creo que sería muy interesante poner aquí en marcha algún proyecto similar", indicó.

Retomando el tema de la comunicación, y en relación también al mandato, "casi genético", de compromiso social que tienen los centros y museos de arte contemporáneo (un compromiso que, en su opinión, debe ser más de acompañamiento que de liderazgo), Manuel Segade comentó que uno de los proyectos expositivos no solo más potentes sino también más exitosos que ha llevado a cabo el CA2M en los últimos años, ha sido la ya citada muestra *Elements of Vogue*. "Por esta muestra han pasado más de 50.000 personas (la media anual de visitantes al museo es de unos 100.000) y eso a pesar de que tuvo muy poco apoyo oficial y de que ningún suplemento cultural hablo de ella. (...) Creo que esto ejemplifica muy claramente la necesidad que tenemos en los museos y centros de arte de repensar qué y cómo comunicamos", subrayó.

Tras esta intervención de Manuel Segade, David Barro hizo un pequeño inciso. A su juicio, el problema que nos encontramos hoy es que a los detractores del arte contemporáneo, este ya nos les produce un rechazo visceral, como ocurría antes. "Ahora lo que sienten es simple y llanamente indiferencia. Les da igual. Es como si para ellos no existiera. Y eso, claro está, nos coloca en una posición muy complicada", advirtió.

Después tomó la palabra Daniel Castillejo que planteó que el problema es también que la mayoría de los políticos actuales, con escasas y honrosas excepciones como la de José Guirao, tienen muy pocos conocimientos de cultura en general y de arte contemporáneo en particular. "Y cuando ocurre algo así", se lamentó, "cuando los políticos son tan profundamente incultos como en la actualidad, es normal que la cultura tenga un papel cada vez más irrelevante".

Por otra parte, Castillejo señaló que él se rebela contra la idea de que los museos tienen que aprender a "vivir al día". "Yo creo que vivir al día es vivir sin posibilidad de futuro, con todo lo que eso implica". A su juicio, defender que hay que vivir al día supone asumir, "aunque parezca lo contrario, aunque aparentemente pueda entenderse como una consigna *hippie*", los postulados "ultra-liberales" que promovieron en la década de los 80 del pasado siglo "gente como Margaret Thatcher, Ronald Reagan o Juan Pablo II".

Daniel Castillejo coincide con David Barro en la necesidad de cuestionar y combatir la "dictadura de las cifras" que "tanto parece gustarle a los políticos actuales". A este respecto, Castillejo habló de lo devastador que ha sido para todos los museos el llamado "efecto Guggenheim". En su opinión, buscar un público masivo es demasiado a menudo sinónimo de favorecer y promover una relación meramente fetichista y consumista con el arte.

En este punto, Francisco Baena replicó que quizás también somos muy prejuiciosos a la hora de interpretar el tipo de relación que esos públicos masivos establecen con las creaciones artísticas. Baena recordó que recientemente la Galería Uffizi ha publicado los resultados de una amplia investigación que ha llevado a cabo sobre las visitas a su museo (investigación que han realizado con una potente aplicación de *Big Data*) según la cual esos usos consumistas son mucho más minoritarios de lo que se suele pensar. En este sentido, él cree que es necesario hacer autocrítica y empezar analizar la experiencia del público masivo trabajando con datos reales y no solo con suposiciones.

Admitiendo la necesidad de hacer esa autocrítica, Daniel Castillejo planteó que las dinámicas a las que obliga la gestión de públicos masivos suele conducir inevitablemente a una banalización y fetichización de la experiencia artística. "Las colas, esos textos tan *naifs*, los recorridos dirigidos... creo que no crean conciencia de estar recibiendo conocimiento", señaló. A su juicio, esas dinámicas terminan socavando la labor de investigación, conservación y educación de los museos, pues dicha labor se pone al servicio casi exclusivo de la búsqueda de visibilidad y presencialidad.

En este sentido, Castillejo considera que al trabajo educativo de los museos hay que dotarlo de un carácter más científico. Se debe analizar, por ejemplo, si a los escolares que van en visitas guiadas a museos desde que son niños hasta que llegan a la adolescencia, eso le supone algún tipo de aprendizaje real. "Porque demasiado a menudo se hacen cosas, pero no se sabe para qué se hacen", aseveró.

A este respecto, Álvaro Rodríguez Fominaya señaló que hay algunos estudios internacionales que van en esa línea, pero cuya aplicación es muy costosa, pues implica un seguimiento durante años. Estos estudios plantean que, de algún modo, sí que se produce un cierto proceso de aprendizaje de cultura visual: se aprende a ver y a analizar las imágenes críticamente. Por su parte, Benjamin Weil indicó que ese vínculo e intercambio con vocación de continuidad entre la institución museística y la escuela es lo que busca el programa *Reflejarte. Educación responsable* que impulsa el Centro Botín.

Sobre la cuestión de los públicos masivos, Juan Antonio Álvarez Reyes recordó una acción de Isidoro Valcárcel Medina en la que este se colocó a primera hora de la mañana en la cola de una exposición sobre pintura impresionista que organizaba la Fundación Mapfre y a cada nueva persona que llegaba le dejaba ponerse delante suya. Era el último día de esta muestra y al final, como no paraba de llegar gente, Valcárcel Medina no pudo entrar en ella.

En relación al tema de la emancipación del público, Álvarez Reyes cree que es muy importante tener en cuenta lo que plantea Jacques Rancière en su ensayo *El espectador emancipado*. En dicho ensayo, el filósofo francés nos recuerda que para las prácticas artísticas más innovadoras y experimentales del siglo XX, tanto en el ámbito de las artes visuales como en otros campos, la potencial emancipación del público pasa siempre por su involucración activa en el proceso creativo, "por ser parte de la acción". Sin embargo Rancière afirma que otras acciones, como la vista, la mirada en sí misma o la voluntad de análisis y conocimiento pueden provocar la reflexión y las conexiones conceptuales. Esto, según Juan Antonio Álvarez Reyes, no quiere decir que no haya que darle importancia a la participación del público, pero sí que esa participación no garantiza en sí misma su emancipación y que quizás es necesario volver a poner en valor el papel que la mirada, el análisis y la reflexión han tenido históricamente en las artes.

En torno al desinterés que la mayor parte de la población tiene por el arte contemporáneo, Álvarez Reyes señaló que esto es algo que, como pudo comprobar en los IV Encuentros de Cultura y Ciudadanía organizados por el Ministerio de Cultura y Deportes, sienten también en otros muchos sectores culturales. "No es exclusivo del arte contemporáneo que, por otro lado, nunca ha interesado mayoritariamente a su tiempo", subrayó. "Sin ir más lejos ahora tenemos en el CAAC una exposición dedicada al artista y escritor experimental sevillano José Luis Castillejo que en los años 80 dejó de producir obra porque no tenía público". "Creo que tenemos que valorar más la labor de investigación, de reflexión y producción de pensamiento crítico que estamos realizando", añadió. Una labor que a menudo se menosprecia por la presión que se siente de ir a más. Presión que, según Álvarez Reyes, muchas veces es más auto-impuesta que exigida por los políticos.

Álvaro Rodríguez Fominaya señaló que algo que no debe olvidarse es que la presión por las cifras es mucho mayor en los centros que dependen de financiación privada. De hecho, en muchos de estos centros, sobre todo en el ámbito anglosajón, existe una tensión creciente entre los cada vez más disminuidos departamentos curatoriales y los cada vez más poderosos departamentos de desarrollo, *marketing* y comunicación.

Respecto a lo que planteaba Daniel Castillejo de si los programas educativos que emprenden los

museos generan un aprendizaje real, Karin Ohlenschläger señaló que en el caso de la LABoral, lo que sí han podido comprobar es que los proyectos pedagógicos que realizan con institutos y centros educativos suelen tener un gran efecto motivador entre los alumnos, si bien es verdad que por falta de recursos, nunca han podido llevar a cabo un seguimiento a medio y largo plazo ("algo que realmente sería fantástico poder hacer"). Castillejo respondió que él no cuestiona el valor de los proyectos educativos que llevan a cabo los museos. "Hay muchos casos interesantes, sin duda, pero yo hablo de lo sistémico más que de lo casuístico", quiso aclarar. "No es que yo cuestione que la labor educativa en los museos sirva de algo. Todo lo contrario. Lo que pienso es que como es tan importante, debemos analizar de forma muy rigurosa cuáles son los efectos reales que produce".

Para Nekane Aramburu el problema, en gran medida, es de comunicación. "En Es Baluard, por ejemplo, estamos justo ahora realizando un libro para dar a conocer nuestras experiencias en este campo. Y lo más probable es que ese libro no trascienda el contexto endogámico, de gestores culturales y gente vinculada profesionalmente al mundo del arte, en el que nos movemos", señaló, "si no planteamos nuevas estructuras de difusión y un cambio en el lenguaje mediante el que comunicamos". Ohlenschläger, por su parte, cree que la situación es mucho peor en España que en otros países de su entorno. "Pues más allá de que desde los museos podamos comunicarnos mejor o peor", precisó, "aquí muchos políticos siguen viendo la cultura como un florero, es decir como algo completamente prescindible".

Manuel Segade retomó el tema de la "obsesión por los números" y comentó que, como había indicado Juan Antonio Álvarez Reyes, él también cree que con frecuencia es más una presión autoimpuesta que real. "Bueno, en realidad depende del político que te toque: algunos siguen empeñados en pedir que se cuente multiplicando". Pero en el caso del CA2M, Segade aseguró que los políticos con los que han trabajado parece que han entendido y asumido la importancia de los micro-públicos, de buscar una imbricación con el entorno y acompañar los procesos de transformación que en este se generan.

En relación a la cuestión de cómo se puede conectar con los nuevos públicos, Benjamin Weil señaló que algo que le enerva es lo que él describe como la "obsesión por la *instagramabilidad*". "Hemos llegado a un punto en el que parece que si lo que hacemos no tiene calidad de *instagramabilidad*, si no es *instagramabilizable*, carece de relevancia. Y esto me molesta mucho". En este sentido, Weil recordó que unos días atrás una colega le había recriminado que se hubiese prohibido hacer fotos en las exposiciones del Centro Botín, porque de esa manera se perdía el efecto de *instagramización*. "Pues no me importa. Desde que lo hemos hecho, notamos que las que personas que vienen a nuestras exposiciones ralentizan el paso, miran, hablan entre ellas. Mientras que en otros museos la gente solo hace fotos para subirlas a las redes (...). Sinceramente, me preocupa mucho que la única solución que tengamos para llegar a los jóvenes sea Instagram", subrayó.

Según Daniel Castillejo, la crítica formulada por Benjamin Weil también pone de manifiesto la contradicción de que mientras a nivel estratégico y discursivo se le da cada vez más importancia a los públicos virtuales, luego lo que los políticos y la opinión pública reclaman es que los museos se llenen de público real, "porque es el que realmente da dinero". Weil considera que quizás no es tan contradictorio pues se piensa que si consigues enganchar con un público virtual, este va terminar generando un público real.

Por su parte, Manuel Segade cree que en realidad esa gente que en los museos se dedica a hacer fotos de todo lo que ve y a compartirlas por Instagram y otras redes sociales, también está

estableciendo a su manera un diálogo con el espacio museístico y las obras que este alberga. Segade considera que quizás a veces nos dejamos llevar por prejuicios a la hora de ver y valorar como las nuevas generaciones se relacionan con el arte y la cultura. En relación a esto recordó que Beatriz Colomina, en una conferencia que impartió en la Fundación Telefónica, contó que la famosa foto en la que vemos a un grupo de adolescentes de visita en el Rijksmuseum que, enfrascados en sus móviles, dan la espalda al cuadro *La Ronda de Noche*, no es lo que parece. "Lo que esos chicos estaban mirando en sus móviles era, en realidad, información sobre el cuadro de Rembrandt a partir de un código QR que les había facilitado sus educadores (...). Estoy de acuerdo en que nuestro objetivo no puede ser la *instagramabilidad*, pero, sinceramente, no permitir hacer fotos en un museo me parece un error". Benjamin Weil replicó que él es consciente de que no es una "solución perfecta". "Pero, de verdad, son muchos visitantes los que me dicen que están encantados de poder ver exposiciones sin tener que sortear a gente haciendo fotos y grabando vídeos (...). A mí lo que me preocupa es que, quizás por esa obsesión por las cifras, termine siendo más importante la imagen de la exposición que la exposición misma".

En este punto del debate intervino Luisa Espino, Jefa de la sección de arte de *El Cultural*, que planteó que como alguien que trabaja en un medio de comunicación cree que es fundamental que las instituciones hagan un trabajo sistemático y generoso de difusión por las redes sociales de sus exposiciones. "Poned todas las fotos que podáis en Instagram", señaló. "Hay muchas exposiciones y a nosotros [esas fotos] nos son de gran ayuda para hacernos una idea de las mismas".

Por otro lado, en relación a la obsesión por las cifras en los museos, Espino recordó que recientemente han abordado este tema dentro de la sección "Dardos" de *El Cultural*, en la que dos personas escriben desde posiciones distintas en torno a una cuestión. "Una de ellas era Isidoro Valcárcel Medina que nos decía que él lo que le pide a los museos es que no le cuenten, que le dejaran entrar y salir libremente (...). En el otro lado estaba Guillermo Solana, director del Museo Thyssen-Bornemisza, que nos habló de una exposición que apenas tuvo visitantes pero que para él fue un dulce fracaso".

Luisa Espino también expuso una duda que le surgió tras participar como moderadora en una de las mesas de trabajo de los ya citados IV Encuentros de Cultura y Ciudadanía. Dos de los proyectos que se presentaron en esa mesa estaban financiados por la Fundación Daniel & Nina Carasso. Una fundación que ahora está detrás de proyectos que se llevan a cabo en muchos centros y museos del Estado español, algo que ella no tiene claro si es positivo o negativo. En relación a esto, Manuel Segade señaló que en lo que respecta al CA2M, el apoyo que le ha brindado esta fundación le parece modélico. "Vienen a aprender del proyecto y no interfieren en nada, mostrando una confianza ciega en lo que hacemos", aseguró. "Para nosotros es un ejemplo modélico de patrocinio, sin fiscalización ni intervención".

Juan Antonio Álvarez Reyes volvió a tomar la palabra para comentar que a la hora de abordar el tema de los públicos en los museos, algo que no podemos obviar es que el "centro" se está desplazando. O, más exactamente, está perdiendo su monopolio hegemónico frente a la periferia. "Desde un punto de vista artístico-cultural, y también político", señaló, "yo creo que ahora en el Estado español lo más interesante está sucediendo fuera de Madrid. Y fuera también del foco mediático (que es otro centro)". Sobre esto incidió Daniel Castillejo, que aseguró que a pesar de la escasa atención que los medios, incluso los especializados en cultura, le prestan a las instituciones museísticas periféricas ("en la mayoría de las ocasiones por razones operativas, no por falta de interés", quiso puntualizar), hay una especie de "*meta-marketing*" invisible que permite que la información de y sobre estos centros esté circulando.

El galerista Julio Criado, uno de los agentes culturales andaluces invitados al encuentro, contó una experiencia personal que, como padre, había vivido recientemente. "Un día recibí una carta del colegio de mi hijo en el que explicaban cuáles iban a ser las visitas extra-escolares del curso: una sería al cine, otra al circo y otra a un zoo. Cuando hablé con los profesores y les pregunté que porqué no se había incluido una visita a un museo, me dijeron literalmente que ir a un museo para que los niños pasearan por los pasillos no tenía sentido".

A juicio de Criado, esta anécdota pone de manifiesto la necesidad de que los museos se planteen, por un lado, cómo de importante y prioritario es para ellos la creación de públicos. Y, por otro, qué es lo que debe significar e implicar crear público: ¿es aumentar el número de visitas o proporcionar las herramientas necesarias para que los ciudadanos comprendan la importancia del arte para el desarrollo del individuo, para la creación de sujetos críticos? "Porque en mi opinión", indicó, "no vale únicamente con que los niños vayan al museo: tienen que ir con unos objetivos muy claros. Y los educadores deben saber cuáles son".

A este respecto, Yolanda Torrubia, Conservadora Jefe del CAAC, comentó que, sin negar que los museos pueden trabajar mejor sus programas pedagógicos, a menudo el problema apuntado por Julio Alarcón tiene más que ver con el propio funcionamiento del sistema educativo. Hay que tener en cuenta que, al menos en el caso concreto de Andalucía, la mayoría de los centros escolares, tanto públicos como concertados, trabajan por proyectos, sobre todo a nivel de infantil y primaria, y las salidas que realizan tienen que justificarse en función del proyecto que se haya establecido para ese trimestre.

"En este sentido", explicó, "a nosotros nos ha ocurrido que desde el Departamento de Educación se han ofrecido a determinados colegios actividades didácticas muy elaboradas y específicas, y nos han dicho que no argumentando que no se adaptan al proyecto que tienen para ese trimestre (que puede ser, por ejemplo, la vuelta al mundo o la cocina)". "Sin duda, creo que los museos pueden hacer más, pero parte de la responsabilidad la tienen también quienes deciden cómo se organizan los programas educativos de los centros escolares. Programas que, hoy por hoy, no facilitan ni promueven las visitas a espacios culturales", insistió.

En relación a esta cuestión, Benjamin Weil habló de la necesidad de que los museos lleven a cabo actividades pedagógicas fuera del contexto escolar y aludió a un proyecto del Museo Stedelijk de Ámsterdam, proyecto que él considera modélico en ese sentido, donde se invita a los niños a preparar y realizar visitas guiadas de exposiciones para sus amigos y familiares. Por su parte, Julio Alarcón quiso aclarar que es consciente de que la creación de públicos no puede depender únicamente de los museos. "Los centros escolares deben también estar comprometidos con ella", subrayó.

Manuel Segade volvió a intervenir para comentar que, en su opinión, en todas las acciones e iniciativas que pongan en marcha, incluyendo, por supuesto, las de carácter explícitamente educativo, los museos y centros de arte contemporáneo tienen que intentar ser coherentes con su compromiso con la contemporaneidad. Algo que, reconoce, no siempre es fácil, pero que no por ello se debe dejar de intentar. Por otro lado, Segade señaló que una propuesta del CA2M que a su juicio ejemplifica la posibilidad de que los museos desarrollen un trabajo pedagógico al margen de sus programas educativos es el nuevo proyecto de señalética, *Usos infinitos*, que ha llevado a cabo la artista Dora García. Un proyecto en el que a través de una serie de "acciones mínimas pero significativas" en diferentes lugares del museo (incluido, por ejemplo, los baños), se insta a los usuarios, tanto a los que van a ver las exposiciones y actividades como a los que usan el CA2M por otros motivos, a cuestionarse su posición y (re)pensar el tipo de relación automatizada que están

estableciendo con dichos lugares.

En la fase final del debate, tomó la palabra Regina Pérez Castillo (comisaria, crítica de arte y profesora de la Universidad de Granada) que planteó que a su juicio un tema clave en el debate en torno a los públicos es cómo "generar afectividad" desde el museo. Según Pérez Castillo, estamos en un momento de cambio de paradigmas sociales que está teniendo un gran efecto en la educación. "En la sociedad actual", advirtió, "ya no basta con mirar. Las nuevas generaciones están saturadas de imágenes y no perciben las obras artísticas como algo diferente al resto de las múltiples representaciones que les llegan".

En un contexto así, ella considera que los gabinetes educativos deberían tener un papel central dentro de los museos, pues son su principal herramienta para "generar experiencias significativas con las que enganchar a públicos no especializados". Para poder hacerlo, aclaró, tienen que desarrollar propuestas pedagógicas que no reproduzcan procesos de conocimiento unidireccionales. "Ya hay iniciativas muy interesantes al respecto", aseguró, "y creo que las instituciones museísticas tienen que apostar firmemente por ellas".

Tras la intervención Regina Pérez Castillo, Nekane Aramburu cerró el debate aludiendo a algunas de las cuestiones abordadas en el tramo final del mismo. Por un lado indicó que, como había mostrado Manuel Segade al hablar del reciente proyecto de señalética realizado por Dora García, los museos y centros de arte contemporáneo pueden romper muchas de las barreras que les constriñen a través de proyectos realizados ex profeso para la institución por artistas. En el caso de Es Baluard, comentó, gracias a un *workshop* impartido por Andrés Jaque y Nerea Calvillo se ha podido generar un espacio educativo específico para el museo. Por otro lado, Aramburu también planteó la necesidad de que las instituciones museísticas reflexionen un poco más sobre la sostenibilidad de todo lo que hacen, sobre cómo pueden trabajar y comunicar de una forma más ecológica. Por último, anunció que Es Baluard va a organizar en octubre de 2019 las XX jornadas DEAC que tendrán como punto de partida y eje articulador la noción de "museos transversales". "La convocatoria ya está lanzada y estamos abiertos a recibir propuestas", señaló.