

Alvarado Peña, Elizabeth (editora)
*Hacia un museo sostenible: "oferta y demanda" de los museos y centros expositivos de Lima*¹
 Lima: Museo de Arte de Lima. 2018.
 239 páginas, ilustrado

Los museos –instituciones culturales, científicas y educativas– tienen su base fundamental en el manejo de sus colecciones; en todas aquellas actividades alrededor de los objetos que resguardan, conservan, investigan y exponen. Este acervo está conformado por bienes culturales de diversa naturaleza, en su contexto histórico-artístico, social, etc. Asimismo, cumplen un papel relevante como espacios de memoria para la enseñanza sobre el patrimonio y el encuentro intercultural, que produce la reunión de diferentes visitantes y generaciones que buscan experiencias de aprendizaje.

Siendo organizaciones que cumplen un papel relevante para la educación y la conservación del patrimonio, no cuentan con los recursos necesarios para financiar y desarrollar todas sus funciones y actividades y, a la vez, brindar un servicio de calidad. Uno de los retos principales para estas instituciones es cómo ser sostenibles para cumplir con su misión y sus objetivos organizacionales.

El libro que reseñamos consta de dos partes. La primera, titulada "Oferta", es una investigación sobre la oferta de museos y otros centros de exposición en la ciudad de Lima, realizada por Ignacio Franco Vega y María del Pilar Riofrío Flores. Presenta el resultado de un estudio sobre 50 museos, 22 galerías y 15 centros culturales, que clasifica de acuerdo

HACIA UN MUSEO SOSTENIBLE

Oferta y demanda de los museos y centros expositivos de Lima



1 Libro publicado en el marco del proyecto "Diseño de estrategias para mejorar la auto-sostenibilidad de los museos y centros expositivos de Lima Metropolitana", financiado por el Programa Nacional para la Competitividad y Productividad del Ministerio de la Producción (Innovate) y desarrollado por el Museo de Arte de Lima (MALI), en asociación con el Museo de Arte Contemporáneo (MAC), Espacio Fundación Telefónica, el Centro Cultural de España en Lima y la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL).

con la naturaleza de sus funciones. En el caso de los museos se trasluce que, si bien cuentan en su mayoría con un cuerpo profesional capacitado, no formulan planes estratégicos para cumplir de manera eficiente y sostenible la conservación del patrimonio cultural, mediante la aplicación de herramientas de investigación y documentación; suelen carecer de sistemas integrales para el manejo de la información de las colecciones, de modo que sea posible optimizar el trabajo interno y, a la vez, la difusión a través de plataformas virtuales.

Las situaciones producidas por las nuevas dinámicas sociales retan al sector museístico a ofrecer mejores servicios, nos dicen los actores del estudio. Los museos deben ser accesibles, inclusivos y participativos, y generar, en síntesis, una oferta cultural que permita cumplir con su función educativa en los nuevos contextos. Su papel es primordial en la generación de espacios abiertos para la exploración, el aprendizaje y el descubrimiento de nuevos conocimientos. Deben contar con personal especializado y capacitado para poder aproximar los contenidos y las propuestas expositivas, considerando metodologías didácticas, lúdicas y participativas dirigidas a diferentes públicos.

La segunda parte, "Demanda" realizada por GfK –compañía especializada en investigaciones de mercado–, presenta un diagnóstico de la demanda actual y el potencial del público para los museos y galerías, tanto el residente, como el conformado por visitantes extranjeros; producto de una investigación cuantitativa, con metodología mercadológica aplicada al público. Los resultados se expresan con claridad, a través de una serie de gráficos contruidos con la información estadística recabada. Así, se identifican tres perfiles de visitantes: los interesados, los sociales y los curiosos, cada uno con características particulares.

El análisis evidencia la ausencia de estudios de público, razón por la cual, la mayoría de las instituciones no tienen identificados los perfiles de sus visitantes. Los estudios de público son instrumentos para la gestión del museo, que sirven para conocer el comportamiento y el grado de satisfacción de los visitantes, así como para obtener información actualizada que permita responder a sus necesidades y expectativas, además de llevar a cabo mejoras en la experiencia de visita.

Los museos y centros expositivos deben estar al servicio de la sociedad, la cual está conformada por diversos grupos de personas con niveles de comprensión particulares e intereses y motivaciones específicos. Por lo tanto, la investigación sugiere que el sector cultural necesita formular planes de *marketing* para convocar públicos más amplios. Los resultados de este estudio permitirán rediseñar las estrategias de comunicación para curar y difundir exposiciones, así como organizar la oferta de servicios complementarios, eventos culturales y programas educativos.

Esta publicación es un punto de partida para futuras investigaciones que busquen trabajar con estrategias de captación de nuevas audiencias, optimizar sus servicios, mejorar la experiencia de los visitantes y generar fuentes de ingreso. Los museos y centros expositivos deben renovarse, reestructurarse y adecuarse a los cambios sociales. Para este fin, deben contar con un plan o programa escrito, organizar actividades y desempeñar las funciones necesarias en los siguientes campos: estructura organizativa, manejo de colecciones, conservación, exposición, educación y difusión. A su vez, las instituciones deben ser accesibles en infraestructura, equipamiento e información de sus contenidos. Este estudio servirá como una línea de base para que los museos y otros centros puedan formular o cumplir su misión, visión y objetivos, y mejorar la gestión de los recursos necesarios en su búsqueda de sostenibilidad.