



## Karmele Barandiaran

Experta en museología y patrimonio cultural

## El museo Oiasso se inaugura el 20 de julio de 2006, ¿cómo considera que ha sido la aceptación en la comarca?

Ha sido muy buena, más allá de nuestras expectativas. La afluencia de visitantes durante estos seis primeros meses ha sido de 16.552 personas, de las cuales el 64% de los visitantes proceden del entorno de Irun.

Es un museo que ha nacido gracias al esfuerzo realizado por parte del Ayuntamiento de Irun y de Arkeolan, que ha calado en la sociedad irunesa. Un museo del que se ha oído hablar durante años, cercano a la ciudadanía y que por fin ha tomado cuerpo.

La romanidad en nuestro entorno, tantas veces cuestionada, es un tema original para un museo en el País Vasco y la presentación vanguardista que se ha elegido en Oiasso, han hecho que en la comarca se haya recibido al museo con enorme satisfacción.

## ¿Con qué pretensiones nace este museo?

El Museo Romano Oiasso nace con vocación social y cultural. Es un espacio de encuentro y convivencia, de especialización arqueológica, de divulgación y de presentación de actividades ligadas al ámbito temático romano.

Como museo dinámico, acorde con las nuevas tendencias museísticas, queremos hacer de él un espacio vivo, lleno de actividades, en el que siempre ocurre algo. Constituye, además, un complemento a las acciones de promoción turística de Bidasoa Txingudi.

Inserto en el tejido social, cultural, turístico y económico, debe contribuir en el desarrollo local y comarcal.

La demanda social de ocio cultural es un hecho, el plan estratégico del museo prevé su posicionamiento en el entramado social como espacio de ocio, de aprendizaje lúdico en torno a un tema apasionante como es la civilización romana.

Además, el museo será un centro de referencia del País Vasco para el conocimiento y estudio de la época romana en el Golfo de Bizkaia, con una proyección internacional.

La gestión del museo está en manos de una uter constituida por dos firmas de larga trayectoria como son Arkeolan, especializada en Arqueología y K6 especializada en museos. Las dos suman su experiencia para convertir a Oiasso en ese espacio en el que siempre pasa algo nuevo.

## ¿Cómo es el día a día desde su función de gerente del museo Oiasso de Irun?

Supongo que será parecido al de cualquier empresa u organización, es decir, valorar el día de ayer, observar y trabajar la agenda de hoy y mirar el horizonte a medio plazo. En mi caso tengo el aliciente de tratarse de una empresa del sector cultural que aporta dosis interesantes de creatividad, de ingenio e inventiva y de innovación.

Este tipo de trabajo, en lo personal, es muy satisfactorio, permite el contacto permanente con nuevas iniciativas, con personas, y eso es una semilla fundamental para la búsqueda de la calidad, para encontrar nuevas ideas de negocio y desde luego mejorar el servicio.

## ¿Qué tipo de colaboración tenéis previsto mantener con el tejido empresarial?

Nuestra idea es abrir cauces de colaboración con el tejido empresarial del entorno, ofrecer estímulos para aquellas empresas que quieran contribuir en el desarrollo del Museo. De hecho, tenemos relación con la asociación de comerciantes Mugan, con los que hemos realizado ya una serie de acciones en colaboración, con Ficoba, etc. En estos momentos estamos definiendo el tipo de relación y vinculación que queremos fomentar con el sector privado desde el propio



museo, dimensionar cuáles son las aportaciones y beneficios que se generarán para cada una de las partes.

Es evidente que hoy la contribución del sector privado a la acción social bien sea de apoyo a los sectores desfavorecidos bien sea a actividades culturales, medioambientales o deportivas es un valor en alza en cualquier departamento de marketing. Oiasso, creemos que reúne las condiciones para ser objeto de interés para todas las empresas de la comarca que quieran destacar en este terreno. La doble voluntad de Oiasso de afianzarse como centro de referencia internacional y ser "ese lugar en el que siempre hay algo nuevo que ver" para los habitantes del entorno, hace que sea un valor interesante.

### ¿Se trabaja o se está en red con otras Instituciones públicas o con otras entidades privadas?

Trabajamos en red con instituciones del sector de los museos, de la arqueología y de la cultura, en proyectos locales e internacionales de investigación y difusión. Además, en los seis meses de funcionamiento hemos desarrollado actividades mediante el establecimiento de diversos acuerdos de colaboración con otras instituciones y entidades. Por ejemplo, hemos ofrecido los cursos de arqueología en el programa Aulas Kutxa gracias al convenio firmado con Kutxa, hemos celebrado una jornada sobre museos romanos en colaboración con los Cursos de Verano de la Universidad del País Vasco, organizamos en el museo junto con la Sociedad Vasca de Gastronomía la primera Jornada de Gastronomía Romana, etc. Este año hemos establecido un acuerdo de colaboración con la Universidad del País Vasco, dentro de la convocatoria "Universidad y Empresa", para la realización del proyecto "Ilun: materiales educativos para la socialización de la cultura romana en Vasconia". Y en febrero inauguramos la exposición temporal "La estela de Montserrat" en colaboración con el Ayuntamiento de Hondarribia.

### ¿Qué tipo de público se acerca al museo? ¿Determina en alguna medida los programas de actividades, la gestión?

Un museo de estas características ha de ofrecer una programación dirigida al espectro más amplio de la ciudadanía y nuestro deber es hacerla partícipe de los proyectos que vamos desarrollando. La oferta del Museo Romano Oiasso abarca actividades de tipo especializado, divulgativo y de ocio. Por eso la tipología de público que acude es muy variada, desde adultos a familias, niños, jóvenes, jubilados, personas especializadas en temática romana o simplemente curiosos, etc. Por ejemplo, en el curso de arqueología tenemos inscritas a 45 personas con una media de edad de 50 años y en los talleres de verano pasaron 250 niños de 6 a 9 años.

Para nosotros es imprescindible estar atentos a los cambios que se van generando en los hábitos culturales y sociales para poder dar una respuesta acorde a lo que se demanda, siempre teniendo en cuenta un servicio público basado en criterios de calidad y del buen hacer.

### La búsqueda de recursos económicos en los museos, ¿hacia dónde tiende?

La colaboración entre el sector privado y el público es cada vez más creciente y necesaria dado que la concesión de ayudas públicas cada vez está más difícil. La empresa privada ha de tomar conciencia de su responsabilidad social, en ser

## CURRICULUM VITAE KARMELE BARANDIARAN EXPERTA EN MUSEOLOGÍA Y PATRIMONIO CULTURAL

### DATOS ACADÉMICOS:

Licenciada en Geografía e Historia, especializada en Historia del Arte por la Universidad de Salamanca.  
Diplomada en Museología por la Universidad de Deusto.  
Diplomada en Desarrollo Directivo y Plan de Gestión.

### TRAYECTORIA PROFESIONAL

Trabajó durante 3 años en la creación de la Sección de Museos de la Diputación Foral de Gipuzkoa.  
**Socia fundadora de K6 Gestión Cultural** desde su creación en 1989. A lo largo de su trayectoria profesional ha participado en numerosos proyectos relacionados con la creación y gestión de museos, ha realizado numerosas exposiciones temporales de temáticas variadas, y ha dirigido los contenidos y ediciones de numerosas publicaciones de carácter cultural en formato papel y digital (cd-rom, páginas web).

Desde el año 2000 es **directora del Departamento de Gestión de Museos y Centros de Interpretación de K6**. Su filosofía es aportar al sector un modelo propio de gestión y servicios ocioculturales y pretender romper moldes en la gestión tradicional de los museos, aportando dinámicas de gestión adaptadas a los cambios culturales y a las exigencias de mercado. Este Departamento asesora en planes de viabilidad y planes estratégicos de museos, desarrolla productos y herramientas específicas para la gestión de museos y ofrece la gestión integral de los mismos. Ha puesto en marcha y trabaja en la gestión de museos públicos y privados: Museo Zumalakarregi desde su apertura en 1989, Museum Cemento Rezola, desde su apertura en 2000, Centro de Interpretación Igartubeiti desde su apertura en 2001, ha dirigido la puesta en marcha del Museo Vasco del Hierro de Legazpi inaugurado en 2005. Es gerente del Museo Romano Oiasso de Irun desde su inauguración en 2006.

uno de los promotores e impulsores de la mejora en la calidad de vida de la ciudadanía, porque, al fin y al cabo, es quien garantiza directa o indirectamente su existencia.

Según datos elaborados por AEDME, la Asociación Española para el Desarrollo del Mecenazgo Empresarial, la responsabilidad social es la motivación principal por las cuales las empresas deciden realizar actividades de mecenazgo cultural.

### ¿Cómo se lleva a cabo la comunicación del museo Oiasso?

La comunicación externa del museo es clave para proyectar una imagen profesional de calidad y obtener un reconocimiento público beneficioso para su buen desarrollo.

Este es uno de los aspectos importantes a la hora de establecer la relación con las empresas privadas. Tenemos un programa de promoción con los medios de comunicación relacionado puntualmente con las actividades que desarrollamos, además de inserciones publicitarias, menciones en la página web, etc.

### ¿Cuáles son los proyectos futuros para el recientemente inaugurado museo?

Hemos elaborado un programa de actividades culturales, científicas y de ocio, dirigidas a un abanico de público lo más amplio posible. Dos exposiciones temporales, conferencias, talleres didácticos, visitas guiadas con itinerarios temáticos diferentes, cursos de arqueología, viajes a yacimientos arqueológicos del entorno y europeos, jornadas profesionales, etc.

Además de estas actividades iniciaremos una serie de acciones relacionadas con las iniciativas que vayan surgiendo a lo largo del año en colaboración con los agentes socioculturales y económicos. Por ejemplo, estamos pensando junto con el Coro Ametsa ofrecer un acto en el museo relacionado con la celebración del 50 Aniversario.

### ¿Qué razones necesitaría una empresa para colaborar con alguno de los proyectos del museo?

Para el sector privado la colaboración con el museo supone un valor añadido porque ofrece, además de los incentivos fiscales, beneficios en su estrategia de comunicación e imagen, así como en su relación con la sociedad. La posibilidad de crear una imagen positiva de la empresa en su entorno es lo que estimula a muchas empresas a contribuir. A su vez, el Museo garantiza el reconocimiento de la empresa por su colaboración, ya que estará presente en los soportes promocionales y en los agradecimientos públicos en los medios de comunicación.

Existen además otros beneficios para la entidad privada tales como acceso gratuito para un número determinado de personas, asistencia gratuita a conferencias y otras actividades, la posibilidad de utilizar espacios del museo para actos y eventos, etc. En Gipuzkoa tenemos incentivos fiscales aplicables al mecenazgo, a través de la Norma Foral 3/2004, de 7 de abril, donde se recogen las actividades que se declaran prioritarias. Esto supone una deducción, en el año 2006, del 18% en la cuota del impuesto de sociedades.

En definitiva, la aportación de financiación privada ayuda a consolidar la cultura e imagen empresarial, y a estimular el desarrollo económico y social del entorno.

