DIRECTIVOS



"Democratizar la cultura con calidad es posible"

ALMUDENA BERMEJO Directora del Espacio Fundación Telefónica.

Javier G. Fernández. Madrid

Ubicado en el número 28 de la Gran Vía, el Espacio Fundación Telefónica cumple el próximo 12 de mayo cinco años de actividad. Desde su inauguración en 1930, un aura de modernidad y progreso ha acompañado siempre a este icónico edificio madrileño. Desde aquí realizó Alfonso XII la primera llamada telefónica transoceánica en la que conversó con el presidente de los Estados Unidos, Calvin Coolidge. Posteriormente, albergó las oficinas de Telefónica que gestionaban la totalidad de los servicios de conexión telefónica en España y desde dónde la mujer comenzó a pelear su propio espacio en el mercado laboral.

Ahora, reconvertido en centro cultural, el Espacio Fundación Telefónica ha apostado por la tecnología y la innovación como señas de identidad para seguir transformando la sociedad española. Así, lo que nació en 2012 "con el objetivo de convertirse en un espacio emblemático en el que hacer de la cultura digital un agente de transformación social", como explica a EXPANSIÓN Almudena Bermejo, directora y responsable del centro desde su nacimiento, se ha convertido en poco tiempo en uno de los ejes vertebradores de la vida cultural de la capital. Bermejo recibe a este diario en el auditorio del centro, lugar por el que han des-

filado desde la ganadora del Premio Nobel de Literatura, Svetlana Aleksiévich, pasando por el creador de la saga Juego de Tronos, George R.R. Martin, o el artista holandés Theo Jansen.

Una mezcla de personajes de la cultura popular con autores y artistas consolidados tan original como blanco de las críticas para todos aquellos que, como apunta Bermejo, "viven y entienden la cultura desde un punto de vista contemplativo". "Con este espacio hemos transgredido varias normas del espacio cultural. A un determinado grupo de personas de este sector, el término democratizar la cultura no les gusta, parece que no tiene trascendencia. Uno de los objetivos que nos impusimos cuando abrimos este espacio fue demostrar que democratizar la cultura con calidad es posible", explica Bermejo. Las cifras, por el mo-

"Nosotros no nacimos con la vocación de ser un museo, sino un espacio cultural del siglo XXI"

Desde 2012, más de tres millones de personas han visitado el Espacio Fundación Telefónica

mento, respaldan la gestión de la periodista. Desde 2012, más de tres millones de visitantes han recorrido los 6.000 metros cuadrados que conforman la instalación. Destacan las exposiciones dedicadas a personajes como Tesla, Julio Verne o Houdini, a la que sustituirá una trilogía sobre mujeres. "Tenemos a un personaje en la cabeza para sustituir a Houdini, un icono del mundo del teatro que es maravilloso y a partir de ahí vamos a organizar una trilogía sobre mujeres célebres", adelanta la responsable del centro.

"Nosotros no nacimos con la vocación de ser un museo, sino un espacio de cultura del siglo XXI. Creemos que hay un hueco que afortunadamente se está llenando, en el que lo cultural no tiene por qué observarse desde un punto de vista contemplativo y poco experiencial. Aquí queremos que la gente venga y que disfrute de lo que está viendo. Nuestra metodología expositiva es muy disruptiva, muy creativa y lo digital juega un papel fundamental", destaca. Prueba de ello es que desde septiembre del año pasado cuentan con el primer showroom de realidad virtual abierto al público de España. Además, y como parte de su exposición permanente Historia de las Telecomunicaciones, el espacio ha

construido una reproducción de una cabina de mediados del siglo XX que incorpora unas gafas de realidad virtual que permiten hacer un recorrido por la historia del rascacielos.

La innovación a la hora de comunicar es otro de los elementos que caracteriza la actividad de la institución. No en vano fue el primer centro cultural en abrir cuenta en Snapchat, la red social de los millennials. "El uso de las redes sociales ha cambiado mucho el perfil del asistente a nuestros contenidos. Hemos conseguido atraer a un tipo de público más joven que normalmente no se interesa tanto por los contenidos culturales pero al que seduce nuestra oferta", apunta la directora del espacio. Los jóvenes de entre 18 y 35 años representan el 34% de los visitantes del centro, seguidos de los adultos de 25 a 55 años, que suman

"Hemos conseguido atraer a un tipo de público más joven que normalmente no se interesa por la cultura"

El 34% de los visitantes que acuden al espacio se sitúan entre los 18 y 35 años de edad