

Ponència  
LA DIFUSIÓ DELS  
MUSEUS  
MONOGRÀFICS:  
EL CAS DEL MUSEU  
D'ART JAUME  
MORERA

9

*Per Jesús Navarro*

**E**n el decurs d'aquestes jornades s'ha procedit a la lectura de la ponència "Perspectives museístiques de Lleida",<sup>1</sup> on s'ha realitzat una reflexió general al voltant de les opcions culturals de la ciutat, les seves potencialitats, el marc territorial que han d'abastar i les seves opcions museístiques. Derivat d'aquesta reflexió, s'ha aportat un pla museístic concret que proposa la creació de tres institucions: el Museu d'Història de la Ciutat, l'Ecomuseu de l'Aigua i el Museu d'Art de Lleida, que ja han estat convenientment abordades i explicades de forma detallada en la ponència celebrada a tal efecte.

Aquest informe, a banda de les seves raonades propostes concretes en relació a la creació, organització i possible ubicació dels museus referits, suposa l'existència per primera vegada a Lleida d'un marc teòric referencial, on es tracta de manera integrada gran part del patrimoni cultural existent, que ha d'orientar la futura planificació museística de la ciutat. De fet, el nou projecte museològic del Museu d'Art de Jaume Morera, actualment en fase de discussió i rerafons d'aquesta ponència, és, des del meu punt de vista i amb permís dels seus autors, un desenvolupament concret d'aquesta proposta, encara que presenti certes diferències en relació a la concepció programàtica general. Malgrat això, en la formulació de les premisses teòriques que han d'orientar el futur programa del museu ha estat de molta utilitat el marc teòric aportat.

L'esmentat informe<sup>2</sup> proposa la idoneïtat de comptar amb un únic museu d'art que aplegui totes les col·leccions artístiques existents a la ciutat de Lleida, fusionant les poques i deficitàries institucions museístiques existents en aquest àmbit patrimonial. Aquest plantejament si bé és correcte en la seva formulació teòrica, quant a la possible racionalització dels recursos humans i materials i a l'assoliment d'una institució museística d'entitat, en una ciutat que presenta singulars mancances històriques en relació a una desitjable normalitat en matèria museística, es veu, d'una banda, confrontat amb els possibles desenvolupaments sectorials dels diferents museus, que tendeixen cada cop més a una especialització dels seus continguts i, conseqüentment, dels seus objectius programàtics de difusió i, d'altra, a les difícils i previsibles dificultats existents per assolir un acord de consens entre les diferents institucions amb competència sobre aquest tema.

Sense voler entrar en la polèmica que podria suscitar la distinta valoració dels avantatges i dels inconvenients que pot comportar l'elecció entre un model de museu interdisciplinari enfront de diversos especialitzats, el que ens interessa assenyalar aquí, i així queda apuntat en el mateix informe, és la possibilitat de consolidar, en l'actualitat, un dels museus candidats a aquesta fusió, el Museu d'Art Jaume Morera, com un museu d'art contemporani que, sense entrar en conflicte amb una perspectiva més àmplia de futura integració dels fons artístics de la ciutat, pugui esdevenir una realització factible i capdavantera quant a la normalització de la tutela i el tractament del patrimoni artístic que li són propis i a la dinamització cultural que es deriva de la funció social que ha d'acomplir com a museu. El fet que el Museu d'Art Jaume Morera sigui actualment l'únic museu en actiu a la ciutat fa molt més necessaris el reforçament i la consolidació de la seva identitat com a institució, sense esperar la possible dilucidació d'una proposta genèrica amb poques possibilitats d'ésser assumida institucionalment.

Però qualsevol tractament del futur del Museu d'Art Jaume Morera passa per revisar amb atenció la seva llarga trajectòria. El museu té més de vuitanta anys d'història, no mancats de grans entrebancs i amb mancances persistents. El que no farem aquí, però, és un repàs al seu historial d'encerts i fracassos. Assenyalarem únicament aquells aspectes que, per la seva importància i relació amb el tema que abordem, són de referència obligada per tal d'establir el punt de partida sobre què plantejar els objectius, estratègies i recursos per a la difusió.

Contràriament al que els succeï a molts dels museus de Catalunya, que després del conflicte bèl·lic representat per la guerra civil espanyola varen reprendre amb més o menys fortuna la seva dinàmica cultural o, com a mínim, la seva presència física en el si de la comunitat on eren ubicats, el Museu d'Art Jaume Morera no tornà a obrir les seves portes, exceptuant un breu període de deu anys, fins l'any 1975, i en una ubicació provisional en unes

dependències que formaven part d'una altra entitat. Aquesta llarga absència del museu en la vida cultural de la ciutat provocà la inexistència d'una imatge referencial de la institució en la consciència col·lectiva dels ciutadans de Lleida i una nul·la projecció social del fons patrimonial que contenia. Afortunadament, amb l'arribada de les institucions democràtiques, el museu experimentà una radical transformació que el situà altre cop entre les entitats objecte d'atenció ciutadana, però acomplint funcions, si no de substitució, sí vinculades fonamentalment a un dels dos eixos gravitatoris que conformen l'acció cultural de qualsevol museu d'art contemporani: la producció de tot un seguit d'iniciatives tendents a consolidar canals de difusió normalitzats de l'art més actual, suplint les mancances endèmiques que presentava la ciutat en aquell moment en relació a aquest àmbit cultural. I cal dir que ho realitzà amb força èxit. Malgrat tot, i conscients dels migrats recursos que s'hi dedicaren, la gestió de la col·lecció i la creació i consolidació del museu com a servei vinculat a un tractament modern del patrimoni, dotat dels elements físics necessaris –principalment d'un edifici propi adequat a la naturalesa de la seva funció–, i reconegut per la ciutadania, restà en un segon terme, pendent d'ésser abordades amb profunditat posteriorment. Amb els anys, però, el museu s'allunyà, per causes alienes a la institució, del camí inicialment emprès, entrant en una fase d'ensopiment gairebé crònic i sense poder mantenir una presència continuada en l'oferta cultural de la ciutat.

Amb la promulgació de la Llei de Museus de la Generalitat de Catalunya al novembre del 1990, i fruit del procés de traspàs institucional, en què la Diputació de Lleida cedí la seva titularitat sobre el 50% del museu a l'ajuntament, l'altre copatró fins aleshores, donant pas a la creació d'un nou organisme encarregat de la seva gestió, el Patronat Municipal Museu d'Art Jaume Morera, al febrer del 1993, ha iniciat un procés de redefinició de la institució com a ens museístic i dels seus àmbits d'actuació.

Abans, però, de tractar els trets distintius d'aquest procés recentment iniciat, cal assenyalar algunes de les conseqüències que s'han derivat d'aquesta nova configuració institucional: la primera és l'existència d'un únic titular de la institució. Aquest fet, que trenca amb la llarga tradició de copatronicatge amb la Diputació de Lleida, present en el museu des de la seva creació, ve a simplificar notablement la gestió i l'administració, situant-lo en unes condicions òptimes, des del punt de vista institucional, per al desenvolupament de les seves capacitats de creixement i expansió. S'obren d'aquesta manera expectatives de futur en el terreny de les inversions.

En segon lloc, i com a conseqüència del que acabem d'apuntar, el Museu d'Art Jaume Morera és ara un museu de titularitat i gestió locals, l'àmbit possible d'actuació del qual, però, derivat de la col·lecció que custodia, depassa en molt el marc territorial conformat pel municipi i, fins i tot, per la comarca. No podem oblidar que aquest museu, que ha gaudit de la participació activa de la Diputació en la seva creació i desenvolupament, ha vist històricament com la formació de la seva col·lecció i el públic sobre el qual en teoria havia d'incidir han estat lligats estretament durant molt de temps a la realitat territorial definida per l'ens provincial.

Aquests condicionaments ens traslladen a un altre punt d'atenció: com encaixa el nostre museu dins la nova articulació dels museus de Catalunya? Amb l'entrada en vigor de la nova llei de museus s'estableix una nova classificació d'aquestes institucions, qui en el cas del Museu d'Art Jaume Morera li seria d'aplicació bé la categoria «altres museus», denominació que tenen els museus que pels seus temes, contingut o abast no són estrictament d'àmbit nacional, comarcal o local, o bé la de «Museu Monogràfic», atenent la qualificació temàtica del museu, centrada en el patrimoni artístic contemporani. Independentment de les poques claredat i coherència conceptual que denota l'estructura classificatòria sancionada per la llei (satisfactòria únicament en relació als anomenats museus nacionals, que són en definitiva els grans, sinó els únics, protagonistes d'aquest entramat jurídic), no entrarem aquí a valorar la idoneïtat de les diferents categories ni la possibilitat d'establir un mapa territorial dels museus de Catalunya, que integri més flexiblement les diferents realitats constatades. Sí cal qüestionar-se, però, quina és la situació d'aquells museus que, com el nostre, no s'ajusten a les categories territorials contemplades per la llei, i que han d'actuar a cavall entre les dues concepcions aparentment contemplades: la vinculació estreta de la seva tasca amb l'entorn més immediat, definit territorialment, i la necessitat d'articular iniciatives relacionades amb la temàtica i disciplina pròpia del museu depassant el marc territorial "atípic" en què són immersos.

Finalment, com a conseqüència de la titularitat municipal del museu, aquest ha passat a situar-se directament en l'òrbita de la política cultural de l'Ajuntament de Lleida en relació al tema de les arts plàstiques, dins les quals pot assumir un paper central i vertebrador, consolidant, en el nivell de les infraestructures i de la professionalització dels serveis, la ingent tasca realitzada en aquest camp d'ençà la dècada dels vuitanta, tot obrint les portes a un

tractament integral i coordinat amb la resta d'organismes municipals amb competència en aquest tema. Aquest nou paper, però, planteja de ple un altre dels problemes a què ha de fer front el museu, típicament propi de tots els museus d'art contemporani: conciliar de manera equilibrada la gestió de la col·lecció, de què es deriven les tasques convencionalment museogràfiques, amb la funció dinamitzadora pròpia de la difusió i la promoció de l'art més actual.

Tota aquesta reflexió prèvia ens ha de servir per a poder copsar en tota la seva profunditat el punt de partida del museu a l'hora d'articular les seves aspiracions i els seus objectius, inclosos els de difusió. Així, plantejats aquests punts, ens centrarem, doncs, a aclarir quins poden ser els àmbits temàtic, territorial i de públic que ha d'abastar el Museu d'Art Jaume Morera, d'acord amb la realitat sobre la qual ha d'incidir, i en funció de les seves perspectives factibles de futur; pas necessàriament previ per a qualsevol planejament programàtic.

El Museu d'Art Jaume Morera és, com el seu propi nom indica, un museu d'art, en el sentit més genèric del terme, que ha de recollir els testimonis materials relacionats amb totes les manifestacions artístiques lleidatanes contemporànies, prestant atenció a tots i cadascun dels llenguatges i tècniques emprades, i deixant de banda, d'una vegada per totes, la dualitat tipològica que ha caracteritzat d'antuvi les seves col·leccions, forçada per la part identificada com a pintura espanyola de finals del segle XIX i principis del XX, hereva de les donacions que conformaren la col·lecció inicial. Aquesta redefinició de l'eix vertebrador de la col·lecció ens ha de permetre connectar més eficientment l'acció cultural del museu amb el seu entorn més immediat, privilegiant el tractament patrimonial del seu fons i la seva projecció social per sobre d'altres aspectes més pròpiament recol·lectors i conservacionistes d'un fons artístic més o menys divers. Al seu torn, sobre aquesta base el museu pot construir la seva identitat i projectar-se cap al futur. L'objectiu, doncs, hauria de ser esdevenir el museu d'art contemporani de Lleida, en el sentit històric del terme «contemporani» com a sinònim d'art del segle XX.

Si l'abast temàtic del museu es fàcilment identificable a partir de les potencialitats de la col·lecció, la determinació de l'abast territorial de la seva acció cultural esdevé més complexa. S'ha fet esment ja de l'especificitat del camp potencial d'actuació del museu, que s'escapa de les categories territorials contemplades per la llei de museus. L'herència històrica del museu i, en concret, l'àmbit territorial que abasten les col·leccions, ens remeten a una part del territori que va més enllà del municipi o de la comarca, tal i com ja hem assenyalat anteriorment.

Les reflexions apuntades en l'informe "Perspectives museístiques de Lleida" il·lustren prou encertadament aquestes potencialitats culturals de la ciutat de Lleida en relació al seu entorn.<sup>3</sup> Si la polaritat socio-econòmica que exerceix la ciutat en relació a una perifèria fou una de les conclusions bàsiques en els debats celebrats sobre el tema «Lleida, ciutat-regió», la funció de capitalitat cultural que desenvolupa respecte d'un vast territori constitueix un dels eixos vertebradors de qualsevol planificació cultural que pugui dissenyar-se. I tal com s'apunta, "el fet que no existeixin nuclis propers que siguin importants difusors d'activitat cultural, pot fer que l'escala de referència per a la programació cultural sigui molt més àmplia".

En el cas que ens ocupa, la inexistència d'infraestructures museístiques consolidades que abordin el patrimoni artístic contemporani és un fet constatable. Només alguns museus comarcals i locals i centres culturals contenen seccions dedicades a les arts plàstiques, i ara, recentment, gaudim d'un centre, l'Espai Guinovart, estrictament dedicat a l'art contemporani, centrat, però, en la figura d'un sol artista. Possiblement l'única institució que està en condicions d'oferir un tractament integrat de les manifestacions artístiques lleidatanes contemporànies és la nostra. Per tant, el Museu d'Art Jaume Morera hauria de construir la seva identitat prenent com a referència aquesta visió global de l'art contemporani en relació a un territori que manté punts d'identificació comuns i és objecte de diferents i variats entrecreuaments culturals. Aquest posicionament li permetria al seu torn adquirir un paper rellevant dins el mapa museístic relacionat amb l'art a Catalunya.

Aquesta amplitud de l'abast territorial ens remet directament a un augment del públic potencial, aspecte aquest indissolublement relacionat amb la funció difusora del museu. La identificació al més precisa possible del destinatari dels serveis del museu és una clara necessitat que s'ha d'abordar amb tota urgència en tots els museus. Perquè la lògica que s'amaga darrere d'aquesta aparentment innocent tasca sociològica i estadística és que, efectivament, el museu serveix la comunitat. En aquest punt, però, val a dir que, tornant al nostre cas concret, malgrat les potencialitats ofertes pel camp d'actuació territorial ja descrit en relació al seu públic potencial, es troba a faltar l'existència d'algun estudi que aporti dades fiables en aquest àmbit. No n'hi ha prou amb l'experiència acumulada sobre aquest tema pel personal del museu al llarg dels anys, ni amb el registre del nombre de visitants,

normalment l'únic recurs utilitzat pels museus per copsar l'interès que desperta la seva activitat entre els visitants. Es fa necessari, ara més que mai, un esforç suplementari que superi l'acumulació de dades purament quantitatives i tendeixi a l'anàlisi i estudi dels diferents sectors de públic, identificant les seves expectatives, les seves necessitats i, en definitiva, allò que esperen rebre del museu. No podem obviar avui la transformació que s'està operant en el si del paper de l'espectador o, millor dit de l'usuari, en relació a la seva consideració per part de les institucions que es justifiquen socialment i culturalment en funció d'ell. Aquest estudi vindria, si més no, a complementar justament els esforços de planificació museística generats des de les institucions amb el contrapès representat pel seu destinatari: el públic, actual protagonista indiscutible dels museus.

En tot cas, sí que estem en condicions d'esbossar els eixos al voltant dels quals el museu ha d'articular la seva política de difusió en relació al seu públic potencial: un que té com a objecte prioritari la mateixa ciutat, incidint en aquells sectors de públic que desconeixen l'existència del museu i consolidant aquells altres que mantenen una relació continuada amb la nostra institució, i un altre, que té com a nord la dinamització de l'àrea d'influència cultural de la ciutat, a partir de la programació d'iniciatives pròpies fruit de col.laboracions diverses, que motivin l'interès pel patrimoni artístic comú i per les manifestacions artístiques actuals. Lleida ha viscut molt de temps d'esquena a la realitat cultural de poblacions properes i ignorant totes aquelles iniciatives que han generat. Per això cal coordinar l'aprofitament social d'un patrimoni artístic que és comú i col.laborar més estretament en la producció cultural, rendibilitzant al màxim els esforços esmerçats.

Establerts, doncs, els principis generals que han d'orientar l'actuació del museu, cal dissenyar les estratègies concretes d'intervenció per tal d'anar assolint, de manera progressiva, les fites marcades en matèria de difusió i dinamització culturals. En aquesta direcció apareixen tres àmbits clars d'intervenció:

## I

La principal, i molts cops gairebé exclusiva, eina dels museus en relació a les tasques de difusió és constituïda per les **exposicions**, esdeveniments que condensen en si mateixos tota l'activitat que es realitza en el museu: des de les tasques de conservació i restauració, que molt sovint es converteixen en l'excusa que obre les portes al propi finançament, fins a les tasques de recerca, sense les quals falla la base sobre la qual estructurar els missatges i l'element decisiu en la confecció de les publicacions pròpies del museu. I el que és més important, les exposicions expressen la forma com el museu es vol relacionar amb el públic: en aquest sentit, l'exposició és el mitjà privilegiat que ens permet transmetre informació i idees mostrant els objectes de forma controlada perquè l'espectador pugui fruit d'una satisfactòria experiència comunicativa en contacte directe amb el seu patrimoni. Del seu bon resultat en depèn bona part de l'èxit social d'un museu. Per això cal que les exposicions gaudeixin d'una bona planificació prèvia amb uns objectius clars a assolir i una acurada integració de totes les tasques implicades durant tot el seu procés de creació.

Dues són les formes genèriques en què es concreta en el museu l'ús d'aquest recurs: l'exposició permanent i les exposicions temporals. L'exposició permanent, afortunadament avui ja entesa com a exposició a llarg termini i no com una exposició definitiva que es perpetua invariablement en el temps, té com a principi rector oferir una visió sintètica d'allò que conté el museu i transmetre, ajudat de les tècniques museogràfiques adients, el seu discurs interpretatiu. La nova legislació de museus a Catalunya sanciona, de fet, la seva obligatorietat per a tots els museus: "Els museus han de tenir exposada, com a mínim, una part representativa dels seus fons",<sup>4</sup> encara que resta per definir quina significació se li dóna a aquest concepte de representativitat –esperem que no sigui en el sentit de proporcionalitat matemàtica–.

En el cas d'un museu d'art com el nostre, aquesta exposició permanent hauria de tendir a realitzar un discurs generalista en què es mostressin els períodes i obres clau per entendre l'art contemporani, a través de les solucions concretes que ha adoptat en el context lleidatà. Podem dir que l'exposició permanent del museu ha d'esdevenir un aparador de la història contemporània de la creació artística lleidatana. Però aquest discurs, que podríem anomenar de consagració històrica, sancionador dels resultats de la recerca historiogràfica, ha de facilitar alhora, i sobretot, la transmissió dels continguts del museu a través d'un missatge al més diàfan possible a un públic que així ho reclama. En aquest sentit esdevé de gran interès la incorporació i maximització de les noves tècniques museogràfiques que s'han incorporat darrerament al bagatge difusor de molts museus, encara que normalment

corresponents a altres tipologies museològiques, superant el concepte de galeria d'obres, que encara mantenen molts museus en la seva exposició permanent. Cal, però, no caure en l'excés i no oblidar que, en el cas dels museus d'art, les obres tenen un protagonisme insubstituïble derivat de les seves qualitats intrínseques, que imposen l'exigència de mantenir i preservar el contacte immediat i íntim entre elles i el públic.

Compatibilitzar el discurs de la història de l'art en totes les seves dimensions –cronològiques, geogràfiques, estilístiques, sociològiques, etc.– que proposa l'exposició permanent amb la profundització parcial de certs aspectes més precisos és tasca de les exposicions temporals, que són les que poden oferir aquesta variant monogràfica del discurs generalista o, fins i tot, cercar nous punts de vista en la seva valoració. Aquest tipus d'exposició permet, al seu torn, un exercici creatiu més agosarat en els seus plantejaments i connecta directament amb la vessant més dinàmica i actual d'un museu d'art contemporani, provocant la producció i realització de propostes incisives relacionades amb l'art més actual.

Així doncs, el programa d'exposicions temporals del museu podria ésser definit al voltant dels següents eixos:

1. Difusió de la col·lecció: exposicions de revisió històrica o de tesi científica, basades en el fons artístic propi del museu, que ofereixin al públic les conclusions derivades de les tasques de recerca i estudi. Conscients del paper principal que ha de desenvolupar el museu en relació a la difusió del seu fons, aquestes exposicions esdevenen elements imprescindibles de la programació expositiva del museu.

2. Difusió dels artistes lleidatans contemporanis: exposicions retrospectives de la trajectòria, o part d'aquesta, de reconeguts artistes lleidatans contemporanis, independentment de la seva representació actual en el fons del museu. Com a institució cultural vinculada a un territori el museu té la missió de donar la màxima difusió als valors culturals i artístics representats per l'obra dels seus artistes.

3. Difusió de l'art contemporani: exposicions de tesi i/o temàtiques (elaborades des del museu o encomanades a un comissari) que presentin una reflexió sobre determinats aspectes de les manifestacions artístiques contemporànies que, per la seva significació i influència, mereixin ser destacats.

4. Promoció de la creativitat i recerca experimental: mostres que presentin els resultats de treballs d'experimentació i recerca artística. El museu, que ha d'esdevenir també centre emissor, ha de possibilitar la reflexió i la recerca innovadora, obrint pas a noves visions i alternatives de l'art contemporani i ser-ne difusor.

5. Promoció de les figures d'artistes emergents: exposicions que donin a conèixer les línies artístiques innovadores, protagonitzades per les generacions d'artistes emergents.

Donada la necessària coordinació que ha d'existir entre els diferents organismes municipals amb competència sobre les arts plàstiques i l'existència de programacions consolidades que ja aborden les darreres línies apuntades, el museu podria prioritzar els seus esforços en les tres primeres orientacions. Atès que en l'oferta cultural de la ciutat existeix un buit constatat en aquesta direcció, no cobert per cap altra institució, l'aportació del museu, si concentra la seva programació d'exposicions en els eixos esmentats, adquiriria una especial significació, tot completant i enriquint el panorama expositiu de Lleida.

A banda de la producció cultural pròpia, el museu ha de ser vehicle de comunicació i contacte amb els esdeveniments artístics que es van succeint en l'exterior com a resultat de produccions culturals alienes. En aquesta direcció, el museu hauria d'establir els contactes necessaris per tal de formar part dels circuits expositius nacionals, i aportar així, amb la integració d'exposicions itinerants dins la seva programació, una visió més general de l'esdevenir artístic. Aquest fet comportaria, per la nostra banda, un esforç de qualitat en la producció cultural pròpia, que trobaria d'aquesta manera espais més amplis per a ser valorada i visitada, fent efectiva la difusió de la cultura artística lleidatana fora de l'àmbit territorial que li és pròpia.

## II

Amb el pas del temps, el desenvolupament de les funcions pròpies d'un museu –recol·lecció, conservació, documentació i recerca, exhibició, educació, etc.– ha provocat la progressiva especialització dels continguts de cadascuna de les tasques que se'n deriven i una variació fonamental respecte al seu tractament organitzatiu intern. Cada cop més, els museus tendeixen a conformar dins dels seus organigrames estructures de treball funcionals –si més no en el pla teòric– que, en molts casos, han esdevingut departaments consolidats, dotats d'objectius propis. Aquestes estructures, guiades per la necessitat d'assumir plenament la dimensió social que

caracteritza els museus actualment, han sofert processos de redefinició, remarcant el caràcter de **servei públic** de la institució. Tanmateix, la constatació de la necessària vinculació que ha d'existir entre el desenvolupament de les funcions pròpiament museogràfiques i el seu destinatari final ha exigít, molts cops, la creació de serveis, dotats de la necessària infraestructura física, destinats a fer possible aquesta desitjada interrelació i a garantir una correcta prestació d'assistència als seus usuaris.

Els serveis que pot oferir el museu normalment oscil·len entre dos pols. D'una banda, ens trobem amb els serveis relacionats directament amb les tasques pròpies de l'activitat museogràfica: servei de documentació i recerca, biblioteca especialitzada, servei d'exposicions, servei didàctic o pedagògic, etc., serveis que ofereixen espais de participació i d'encontre amb la vida del museu i els objectes que contenen, no només per als professionals de la recerca i la investigació, sinó també i de manera fonamental per als estudiosos i el públic en general. D'altra banda, i dins del procés de millora dels equipaments i dels serveis a l'usuari, els museus incorporen, cada cop més, en la mesura que ho permet l'edifici o les seves instal·lacions, tot un seguit de serveis auxiliars, que tenen com a finalitat fer més satisfactòria la utilització i la visita: cafeteria, restaurant, zones de descans, botiga, etc.

Cal, doncs, que tots els museus estableixin un sistema de prioritats en relació als serveis públics que volen o poden oferir, i que siguin conscients que en la mesura que aquests satisfacin les expectatives dels usuaris, el museu esdevindrà realment un instrument útil al servei de la societat i ocuparà el seu lloc dins l'entramat cultural.

En aquest àmbit, doncs, el nostre museu ha de realitzar avui un esforç important per reorientar les seves tasques en la direcció de crear serveis que consolidin, en el nivell de les infraestructures, aquelles funcions que actualment ja desenvolupa. En el cas del servei d'exposicions, les directrius principals del qual ja han estat exposades, a més de potenciar la seva producció pròpia, el museu hauria d'atendre les possibles demandes i propostes dels organismes i entitats culturals (dins del seu àmbit territorial d'influència en relació a la possible explotació del fons patrimonial, accentuant d'aquesta manera el caràcter de servei. Explotació que passa en primer lloc per posar a l'abast del públic tota la informació possible en relació al fons artístic que custòdia, tant en els nivells bàsics de la catalogació i documentació de les obres, com en la recollida i estímulo dels treballs de recerca i investigació que tinguin com a objecte l'estudi de les manifestacions artístiques lleidatanes contemporànies. En aquesta direcció, la possible creació d'un servei o centre de documentació i de biblioteca especialitzada esdevindria una de les fites importants a aconseguir.

D'altra banda, i fruit del tradicional interès demostrat pel museu vers determinats sectors de públic, potencialment força importants en la dinàmica de la seva acció cultural, aquest ha de tendir a la consolidació d'un servei permanent destinat a convertir el museu en una font cultural de primer ordre i centre de recursos indispensables per a la formació integral de les persones. Tradicionalment, encara que sense negar el seu paper educatiu vers la societat, el museu ha actuat de forma passiva, deixant en mans d'un públic minoritari la comprensió del seu contingut, abandonant a l'atzar la comunicació objecte-públic i no assumint la seva funció educativa.

El museu ha de facilitar, doncs, les claus per a fer comprensibles els objectes i el material del museu i, per extensió, apropar la consideració de l'art, des de diferents lectures, al públic en general. Aquesta funció mediatitzadora del museu es concretaria bàsicament en quatre punts:

- L'exposició permanent de la col·lecció del museu, dotada dels elements propis d'una veritable comunicació museogràfica adreçada al públic en general.

- Els muntatges divulgatius, que es realitzaran en la sala d'exposicions temporals del museu, que permetran, tant per al públic més especialitzat com per al públic en general, una explicació més precisa i completa de determinats aspectes de l'exposició permanent o de parts de la col·lecció del museu no recollides en aquesta exposició.

- Els materials editats pel museu, que oferirien els recursos documentals per a l'aprofundiment de les lectures de l'exposició permanent.

- La visita guiada a l'exposició, realitzada per tècnics del museu i adreçada als diferents nivells dels grups de visitants, complementada amb les activitats didàctiques i formatives pertinents.

En aquest àmbit d'intervenció, cal fer esment d'una relació que ha estat sempre qualitativament molt important per als museus: la relació museu-escola. En els darrers anys la visita al museu, com a activitat a tenir en compte des de les escoles i centres d'ensenyament, ha estat present com un dels recursos didàctic més importants al servei d'una pràctica educativa renovadora, que superant la simple transmissió de coneixements de l'escola

tradicional, apropi els alumnes al seu entorn a partir de l'experiència pràctica. El museu permet, des d'aquesta perspectiva, el diàleg presencial amb l'objecte que pertany a la nostra cultura, a la nostra història, i del qual podem extreure diferents coneixements i valoracions. Però el museu d'art, a més a més, esdevé una font didàctica inestimable en l'àrea d'expressió artística, en facilitar el contacte directe amb l'obra d'art, introduint en l'aprenentatge la forma de veure, percebre, sentir i apreciar l'art, tot ajudant al desenvolupament de la percepció sensorial i de la formació estètica dels alumnes.

Totes aquestes possibilitats educatives apuntades que ofereix el museu poden ésser aprofitades de manera efectiva per part de les escoles. Però que així sigui dependrà de la metodologia que s'empri, la concreció d'uns objectius determinats i les propostes d'unes activitats que facin possible aquesta profitosa relació.

### III

Exposicions, centre de documentació, biblioteca i altres serveis que el museu pugui oferir, no són més que la bastimentada de la seva **política de comunicacions**. Sobre aquest darrer concepte s'estructura de fet la nova filosofia que orienta actualment els museus, diferenciant-los clarament d'aquells altres encara definits per la idea de museu-magatzem, les tasques dels quals vénen definides pel seu caràcter eminentment intern, i adoptant molts cops una posició clarament passiva en relació al seu públic. Cal tenir en compte que el protagonisme assolit en els darrers temps pels espectadors ha provocat un progressiu desplaçament de l'eix gravitador del museu, des de l'objecte que custòdia a l'usuari. D'aquí la importància assolida actualment per la política de comunicacions del museu, en el sentit més ampli, que és la que integra i dona sentit no només a la col·lecció del museu, als serveis que ofereix, sinó que també determina el caràcter i l'orientació de la relació que vol establir amb el públic: lúdica, formativa, estètica, etc.

En aquest sentit, la manera com el museu estableix i controla aquesta relació condicionarà la percepció de la seva identitat i la valoració pública de la tasca duta a terme. Estem parlant, en definitiva, de la imatge del museu, no entesa únicament des d'un punt de vista superficial o d'aparença –que també– sinó fonamentalment com a síntesi d'allò que el museu fa i com ho fa. Així, en la consecució d'aquesta imatge reflex intervenen multitud de factors: des del simple tracte al públic que visita al museu, l'aspecte que ofereixen les instal·lacions, el disseny gràfic aplicat, la qualitat de les realitzacions expositives, l'elaboració dels materials didàctics que edita, l'entorn on és ubicat, fins a les notícies i opinions que genera en els mitjans de comunicació.

Alguns d'aquests factors són directament controlables pel museu i cal fer un esforç per integrar-los dins la seva política de comunicacions, dotant-los d'objectius propis, amb la voluntat de modificar en el sentit que més interessi la percepció que del museu experimenta el seu públic potencial. No podem permetre'ns el luxe actualment de deixar en mans de l'atzar, amb l'excusa d'un cert automatisme incontrolable en la generació de la imatge del museu, un aspecte tan important de la seva dimensió pública, que molt sovint estimula l'accés a les sales i la participació en els serveis.

Cal, doncs, articular sistemes de promoció i difusió que integrin les més modernes tècniques de comunicació, tant en un sentit unidireccional (disseny i imatge corporativa, publicitat, *merchandising*, etc.), com bidireccional, a partir de l'aplicació de mètodes d'avaluació en els casos concrets d'activitats i serveis i altres propis del *marketing*, en la consideració de les demandes dels visitants i usuaris del museu.

L'esforç a realitzar pel nostre museu en aquest àmbit ha d'ésser considerable i divers. D'una banda ens trobem amb la necessitat de trencar amb la imatge tradicional de museu-magatzem que ha adquirit en els darrers temps entre l'escàs públic coneixedor de la seva existència. Aquest trencament no pot ser fruit més que d'una decidida actuació del museu en relació a la seva producció cultural i a la necessària renovació dels mètodes d'exhibició. D'altra banda, i prenent com a base aquesta nova orientació, el museu ha de connectar amb un ampli sector de públic per al qual no existeix cap referència concreta del museu, a causa del desconeixement de la seva existència, fet que pot constituir en principi un cert avantatge en no haver-hi cap element que pugui distorsionar el nou tarannà proposat. En tot cas, l'únic factor a tenir en compte és la imatge genèrica que normalment s'associa a un museu. I aquesta ha d'ésser modificada principalment a través de la programació proposada, i complementada amb l'articulació d'un sistema de serveis propi del museu. En aquest punt el recurs a les tècniques de promoció i publicitat esdevé el suport inevitable i alhora imprescindible que pot obrir les portes del museu a un entorn que ha restat normalment al marge de la seva activitat i ignorant de la seva importància com a recurs socio-cultural.



<sup>1</sup> «Perspectives museístiques de Lleida», ponència presentada per Montserrat Iniesta, Imma Lorés i Anna Oliver.

<sup>2</sup> «Perspectives museístiques de Lleida» redactat per Josep Maria Gasset, Montserrat Iniesta, Imma Lorés, Anna Oliver i Elena Orteu, per encàrrec de l'Ajuntament de Lleida.

<sup>3</sup> Vegeu el punt 1.2 «Les opcions culturals» de l'esmentat informe.

<sup>4</sup> Decret 35/1992 de desplegament parcial de la llei de museus, 7.1.a.