

temes-3

CARLES GARCÍA HERMOSILLA. Director del Museu Industrial del Ter

DIFONDRE EL PATRIMONI DES DELS MUSEUS LOCALS

El circuit de conèixer, protegir i difondre el patrimoni explica esquemàticament, però amb prou precisió, la tasca que fan els museus. No es pot entendre la funció d'aquests equipaments sense alguna d'aquestes tres dimensions de la gestió patrimonial. En aquest article em correspon reflexionar sobre la tercera part del circuit: la difusió. Durant les darreres dècades, aquest és probablement el punt del circuit en què s'ha transformat amb més intensitat la tasca dels museus, i el que ha exigint un reciclatge superior als professionals que ens dediquem a aquest món, especialment als museus locals.

Un nou paradigma per a la relació entre museus i entorn

Pel que fa a la relació amb la societat, els museus ja no són només un edifici i una exposició permanent. En molts sentits s'han obert cada vegada més al seu entorn, i mitjançant el patrimoni que custodien s'han incorporat a reflexions i debats que tenen un interès ciutadà més enllà de l'estrictament patrimonial o científic. Els museus acullen exposicions i activitats que participen en els debats sobre la igualtat de gènere, la diversitat cultural, la memòria democràtica o moltes altres temàtiques d'actualitat.

També ha augmentat la preocupació pels públics, des d'una perspectiva quantitativa (més visitants) però també qualitativa (adequació del discurs a la diversitat de públics). Els museus volen arribar al màxim nombre de persones, millorar les estratègies de comunicació, oferir propostes innovadores que permetin fer arribar els continguts a un major nombre de persones i grups socials. Els darrers anys la pressió sobre els museus perquè augmentin les dades de visitants ha estat una constant, i cal teixir estratègies noves per aconseguir-ho. La necessitat d'augmentar el nombre de visitants en l'actualitat no respon tant a una necessitat de rendibilització social i cultural de l'activitat del museu, reclamada pels seus impulsors, com a l'interès de generar nous ingressos per fer sostenibles els equipaments. Aquesta darrera és una necessitat accentuada en l'actual situació de precarietat econòmica i els nostres museus han fet esforços ingents en aquest sentit. Esforços que en bona part del món local no deixen de ser simbòlics en l'aspecte econòmic.

Però els nostres equipaments també han fet esforços per millorar l'accessibilitat dels museus pensant en la diversitat dels públics i dels usuaris del museu, amb un interès sincer per adequar-ne els continguts i les estratègies d'interpretació, amb un especial interès per l'educació. El turista, el ciutadà local, l'escolar, les famílies, els col·lectius amb necessitats específiques d'accessibilitat, com per exemple el públic invident, tenen necessitats i demandes específiques que els museus en major o en menor mesura estan recollint i a les quals volen donar resposta.

Bona part dels nostres museus ja no són uns simples emissors de missatges només per a aquells a qui puguin interessar. Els programes d'activitats es dissenyen a partir del diàleg amb els usuaris, públic visitant i ciutadania. Es construeixen nous discursos i programes d'activitats d'acord amb aquest diàleg, tenint també en compte les necessitats de l'entorn. Això defineix un nou model de relació amb l'entorn, basat en el compromís i atent a les pulsions de la societat, que s'ha anat fent des de fa anys un espai important en la museologia catalana i s'ha convertit en un nou model de posicionament del museu.

En aquest nou context, doncs, aquest tercer àmbit de l'acció dels museus que denominem difusió, i que tracta en el fons de la relació dels museus amb els usuaris i el conjunt de la societat, pren un relleu suplementari, ja que la relació amb el ciutadà passa a ser central en la dinàmica del museu, que es converteix en un equipament obert, atent al seu entorn i còmplice dels agents socials i la societat civil. Per tant, la difusió esdevé més complexa, i ja no és només divulgació, sinó que també demana als museòlegs estar atents a la realitat per adaptar els programes i la comunicació.

Les dimensions de la difusió del patrimoni

Fins aquí he definit el que considero un nou paradigma de relació dels museus amb el seu entorn, no desenvolupat completament però que en la meua opinió és una tendència compartida amb altres equipaments similars, especialment les biblioteques, que segurament porten un cert avantatge en aquest recorregut. El nou model no s'adiu amb el tòpic àmpliament estès que representa els museus com uns edificis imponents, temples laics, d'accés controlat, silenciosos, avorrits, ocupats per grans erudits i savis que custodien els tresors més valuosos; això està

superat. I finalment, és un model que també s'ha desenvolupat a Catalunya en l'àmbit de la museologia local.

Però més enllà de les transformacions del concepte de museu i de com afecten el tema que ens ocupa, a què ens referim quan parlem de difusió del patrimoni? Alguns dels aspectes ja han aparegut en aquesta introducció. Quan parlem de difusió del patrimoni estem parlant d'una amplíssima varietat de dimensions. Estem parlant de promoció turística, de programes educatius, de museografia, exposicions temporals i noves tecnologies, dels programes d'activitats, del màrqueting i la comunicació, del posicionament digital, de xarxes socials...

Com afronten avui els museus locals la difusió del seu patrimoni? Els grans museus han adequat les estructures a aquestes noves necessitats, i disposen d'equips específics i especialitzats per afrontar els diferents àmbits. Els museus locals, normalment de proporcions reduïdes i amb equips professionals limitats, no ho tenen fàcil per dominar totes aquestes arts de forma especialitzada. En aquests museus destaca la polivalència dels equips per sobre de l'especialització. L'amplitud de la tasca és gran, i els recursos són limitats. Tot i això han fet esforços per reduir la distància que en el circuit conèixer-protegir-difondre va de la ciència al ciutadà i per adaptar els programes d'activitats a les necessitats de les comunitats on donen servei. En el context de crisi actual, cal dir-ho, bona part d'aquests progressos entren en crisi, ja que les programacions d'activitats es redueixen dràsticament. En el cas d'aquests equipaments queda, però, el compromís, aquest nou posicionament que obre de forma radical i sense desconfiances les portes del museu al seu entorn.

En un article breu es fa difícil afrontar de forma sistemàtica totes dimensions de què consta la difusió del patrimoni. Malgrat això, sí que en voldria destacar alguns aspectes puntuals.

La imaginació al poder. Una programació cultural diversa

El principal espai de comunicació i difusió dels museus és l'exposició permanent. Això continua sent cert, però amb matisos i novetats. Els museus locals acullen, per exemple, una oferta molt dinàmica d'exposicions temporals, tant itinerants com de producció pròpia, que sovint prenen el protagonisme a l'exposició permanent. Aquesta dinàmica ajuda a reforçar els llaços amb la població local. Segons les estadístiques de museus que es poden consultar al web del Departament de Cultura, les dades de visites a les exposicions temporals programades pels museus registrats han passat de poc més d'un milió de visitants l'any 2001 a gairebé 3 milions l'any 2011.

A banda de l'augment del pes de les exposicions temporals, els museus han innovat amb programes d'activitats que inclouen tot tipus de propostes, de les més senzilles a les més innovadores. Una petita llista no exhaustiva: cicles de conferències, tallers de memòria, tallers de temàtiques específiques, propostes que vinculen cinema i patrimoni, programació d'espectacles de dansa o música vinculats als espais, incorporació del teatre i del llenguatge dramàtic a les estratègies d'interpretació, creació de rutes i itineraris, i un llarg etcètera.

Educació. Públics captius?

En l'àmbit educatiu és on probablement ha destacat més l'esforç que han fet els museus en general i els museus locals en particular durant els darrers anys. L'oferta educativa dels museus s'ha multiplicat, tant per la quantitat de públic escolar com per les activitats. El tret més destacat és la creació d'una oferta específica adreçada als diferents nivells educatius. Fins el més petit dels museus locals s'ha esforçat a adequar els seus continguts a aquest públic.

Aquesta ampliació de l'oferta ha portat un augment del públic escolar i ha generat un tòpic: el públic captiu. Aquest tòpic considera els escolars com un públic que els museus tenen assegurat i que per tant no han de guanyar-se any rere any, que arriba als nostres museus acríticament i sense esforç. És un tòpic injust que no té en compte els esforços per adequar els continguts als currículums escolars, el treball amb els centres i el professorat, i la labor de les àrees educatives de molts museus que han construït una oferta útil per al conjunt del sector educatiu.

Visita temàtica «Tecnologia tèxtil: de la fibra al fil» al Museu Industrial del Ter. Foto: Lluís Grané



temes-3) (pat

L'aposta turística i pel desenvolupament

Els agents (normalment l'administració local) que han impulsat museus en el medi local, o que compten des de fa anys amb museus locals, demanen als centres que exerceixin de pols de desenvolupament local i atracció turística. Darrerament en el medi local han sorgit molts equipaments patrimonials exclusivament amb aquesta finalitat. Així mateix, molts museus han orientat bona part de la seva acció a la promoció turística.

Aquest àmbit és un dels que encara ens reclama més esforços i en el qual les estratègies de difusió dels museus han de millorar. És un fet que des dels museus locals no sempre s'ha entès la dinàmica de la indústria del turisme i la connexió entre les estructures territorials de promoció turística i els museus ha estat complexa. Des dels museus sovint no hem sabut entendre que el turisme és una indústria i les estructures de planificació turística sovint tampoc no han sabut aprofitar el potencial dels nostres equipaments. Aquesta és una reflexió pendent, però no hi podem aprofundir en aquest article.

Millora de l'accessibilitat

Als museus catalans cada vegada costa menys trobar recursos adreçats a col·lectius amb necessitats específiques d'interpretació, com per exemple els discapacitats visuals. En aquest àmbit cal destacar el projecte «La mirada tàctil», de la Xarxa de Museus Locals de la Diputació de Barcelona, que ha dotat 24 museus de «mòduls multisensorials», adreçats especialment a aquest col·lectiu. A pesar d'aquesta experiència i d'altres similars, en aquest àmbit els museus i els seus gestors encara tenim camí per recórrer.

Mòdul multisensorial del Museu Arqueològic de l'Esquerda de Roda de Ter. Foto: Museu de l'Esquerda



Carles García Hermosilla. Difondre el patrimoni des dels museus locals.

Les xarxes socials

Els darrers anys hem vist un exemple d'aquesta renovada capacitat dels museus per adaptar-se a contextos nous. No han girat l'esquena a l'aparició de les xarxes socials i les noves possibilitats de relació amb els ciutadans que ofereixen. Només cal donar un cop d'ull a dues de les xarxes socials més populars, Facebook i Twitter, per veure que els museus, i també els museus locals, s'hi han abocat amb més o menys fortuna. Hem de tornar a fer referència en aquest punt a les dificultats del museus locals per afrontar aquests canvis quan es precisen alts nivells d'especialització i, és clar, molt de temps, en un context d'equips professionals reduïts i necessàriament polivalents.

Des del 25 de març de 2011 el Museu Industrial del Ter és present a Twitter. Font: Museu Industrial del Ter



La democratització del patrimoni

Hem vist com els museus –també els museus locals– destinen cada vegada més esforços a la millora de la difusió i la comunicació amb l'entorn. Cal ubicar aquest procés en un context de democratització de la cultura en general i del patrimoni en particular. Hi ha una voluntat sincera d'augmentar les audiències quantitativament i qualitativament. I hi ha també una voluntat d'integrar la ciutadania (incloent les minories) en la dinàmica del museu, d'estar atents a les necessitats del visitant i del ciutadà. Aquests aspectes determinen en l'actualitat la tasca de difondre el patrimoni des dels museus, cosa que els dota d'un nou dinamisme molt perceptible, especialment, en l'entorn local, malgrat les dificultats. ■