

II JORNADES D'ESTUDIS DE LA MAR



© dels autors, 2020

ISBN: 978-84-09-25109-4

Dipòsit Legal: PM 857-2020

Disseny i maquetació:

Moiré | www.moire.cat

Impressió:

Gráficas Ulzama

No es permet la reproducció total o parcial d'aquest llibre ni de la coberta, ni el recull en un sistema informàtic, ni la transmissió en qualsevol forma o per qualsevol mitjà, ja sigui electrònic, mecànic, per fotocòpia, per registre o per altres mètodes sense el permís dels titulars del copyright.

**II JORNADES
D'ESTUDIS
DE LA
MAR**

CONTINGUTS

7

PRÒLEG

Albert Forés Gómez

15

LA PLANIFICACIÓ MUSEOLÒGICA: EL CAS DEL PLA DIRECTOR DEL MUSEU MARÍTIM DE MALLORCA

Jordi Padró / Olga Llobet

37

NECESSITAT D'UN INVENTARI DEL PATRIMONI MARÍTIM DE MALLORCA

Manuel Gómez Planas

51

UNA HISTÒRIA ORAL DE LA MAR A MALLORCA: DE LA MEMÒRIA INDIVIDUAL AL RELAT COL·LECTIU

Catalina Gayà Morlà /
Marta Rizo García

73

ENTRE LA CONSERVACIÓ I LA GESTIÓ DE LA PROXIMITAT. PER A QUÈ SERVIM ELS MUSEUS?

Jordi Abella Pons

**EDUCACIÓ, ACCESSIBILITAT
I PARTICIPACIÓ, EL CAS
DEL MUSEU D'HISTÒRIA DE
MANACOR**

M. Magdalena Salas Burguera /
María José Rivas Antequera

93

**LA INTERPRETACIÓN
DEL PATRIMONIO COMO
HERRAMIENTA DE
COMUNICACIÓN EN MUSEOS**

Isabel Fernández Domínguez

115

**PROJECTES CULTURALS COM
UNA OPORTUNITAT, PER A QUI?**

Bàrbara Roig Isern

143

**LES EXPOS, LA MAR I ELS
DUBTES**

Mireia Mayolas Créixams

165

**MUSEOS ACCESIBLES PARA
TODOS (ACCESIBILIDAD
DESAPERCIBIDA)**

Enrique Rovira-Beleta Cuyás

191

PRÒLEG

El Museu Marítim de Mallorca neix a principis de l'any 2018 i genera un espai d'il·lusió, provoca que tot l'entorn s'envolti d'expectativa, tant des de la comunitat com des de dins el mateix àmbit dels museus. El fet que una administració decideixi crear un museu en temps d'incertesa econòmica, quan encara no s'ha superat la crisi de l'any 2008, no és gaire comú: aquests es consideren, en general, de segon ordre en la relació de prioritats socials i del règim públic. I que sigui l'àmbit públic qui hagi apostat per un centre cultural, amb vocació de ser un dels eixos clau del panorama museístic mallorquí, marca inevitablement el destí del Museu Marítim de Mallorca. Es converteix en un espai observat.

Aquells que l'observen des del primer dia, i també aquells que s'hi han anat sumant, han trobat en el Marítim de Mallorca un museu amb la vocació d'esdevenir un espai participatiu i de formació immers en el procés de creació i posada en marxa de les seves seues: el Museu de la Mar del Port de Sóller i el Centre Cultural ses Voltes a Palma. Uns inicis que en cap cas haurien estat possibles sense la força i l'empenta de moltes persones i entitats com l'Associació dels Amics del Museu Marítim, que, d'ençà que va desaparèixer el Museo Marítimo de Baleares (1951-1972), no s'han donat mai per vençudes i han lluitat perquè la nostra terra tenguí un centre que es responsabilitzi del patrimoni marítim.

De fet, moltes d'elles varen ser presents, al llarg de l'estiu de 2018, a tota una sèrie de reunions consultives amb diferents agents socials sensibles a la creació del Museu, que es varen organitzar per recollir els anhels que tenien sobre el Museu. Fruit de diferents converses i jornades de treball, sorgiren les Primeres Jornades d'Estudis de la Mar: la vocació era poder pensar i repensar quins eixos es volien tractar des del Museu per poder-los implementar i adaptar a les seues gestionades pel Consorci Museu Marítim de Mallorca: l'espai expositiu del Centre Cultural ses Voltes i el Museu de la Mar, que era un museu tancat des de l'any 2012 que necessitava ser revisat.

Les conclusions de les Primeres Jornades d'Estudis de la Mar varen confluïr en tres eixos de treball, que han estat desplegats i implementats al llarg del curs 2019-20:

- El *Decàleg de bones pràctiques de la mar*, que marca els valors i els eixos entorn els quals gira el Museu.
- La recerca sobre la memòria oral, marítima, de Mallorca, que ha generat una sala audiovisual al Museu de la Mar, al Port de Sóller amb «La remor de la memòria».
- La recerca entorn de les peces i dels materials que han de nodrir les sales expositives del Centre Cultural ses Voltes, que ha permès també localitzar i posar ordre a l'antiga col·lecció del Museo Marítimo de Baleares.

Partint d'aquesta primera experiència i amb la intenció que unes segones Jornades d'Estudis de la Mar contribuïssin a la formació museística il·lenca —més enllà de la temàtica marítima—, es va programar la segona edició d'aquest esdeveniment, que es vol consolidar. Aquest cop, l'objectiu era pensar i repensar com

haviem de dissenyar l'espai museístic del Centre Cultural ses Voltes.

Amb el títol #Mostramlamar, les Segones Jornades d'Estudis de la Mar es varen desenvolupar entorn de tres eixos:

- Els treballs de recerca iniciats pel Museu Marítim de Mallorca.
- Els projectes educatius i de gestió de diferents museus i centres culturals.
- L'accessibilitat al món dels museus.

Per poder abordar les diferents temàtiques i aspectes que els museus han de tenir en compte per poder esdevenir espais accessibles, es va comptar amb diferents especialistes de museus i camps de treball museístics, la qual cosa va generar una combinació de projectes de referència en el seu àmbit de treball, més enllà de la dimensió com a entitat. Es varen presentar projectes educatius i expositius com el del Museu Marítim de Barcelona o de gestió del territori com el Museu d'Història de Manacor.

Aquesta primera publicació del Museu Marítim de Mallorca recull alguns dels treballs presentats a les Jornades. No hi són tots, la pandèmia de la COVID-19 ha provocat situacions personals i institucionals diverses que no han possibilitat aquest fet. Tots, però, són presents en el treball que està desenvolupant el Museu Marítim de Mallorca per dur a terme l'exposició que ha de nodrir les diferents sales del Centre Cultural ses Voltes, com un espai d'inclusió i de pensament.

Els treballs exposats han aportat dades i han plantejat debats entorn de la figura dels museus i la seva accessibilitat, entenent aquesta com a participació de la institució, més enllà de les

barreres físiques, com a espais permeables a la societat i generadors de dinàmiques i propostes que els fan essencials per al desenvolupament diari del territori, poble, ciutat o barri. Esdevenen espais de pensament crític que contribueixen al desenvolupament social, amb major o menor impacte en l'àmbit de treball: social, educatiu, comunicatiu... en definitiva, de recerca i experimentació.

Recuperant l'inici d'aquest pròleg, des del Museu Marítim de Mallorca volem agrair la resposta positiva que varen generar les Jornades: a tots els ponents, que hi varen voler participar des del primer moment; també als diferents col·lectius i professionals vinculats al món de la mar, i als museus que varen participar en els debats generats.

Les Segones Jornades d'Estudis de la Mar varen ser possibles gràcies als treballs presentats per: Jordi Padró i Olga Llobet d'Stoa, Manuel Gómez Planas del MMM, Catalina Gayà Morlà del MMM, Jordi Abella de l'Ecomuseu de les Valls d'Àneu, Magdalena Salas i Maria José Rivas del Museu d'Història de Manacor, Isabel Fernández experta en interpretació del patrimoni, Rufino Fernández del Museu Thyssen Bornemisza, Bàrbara Roig del CCCB, Mireia Mayolas del MMB, Erme Pedroso d'Albaola, Enrique Rovira Beleta de Rovira Beleta Accesibilidad SLP i Oriol Ripoll de Jocs al segon.

I la tasca comunicativa i de narració de Laia Seró, Adrián Tomás, la coordinació de Catalina Gayà Morlà i el treball gràfic de l'estudi de disseny gràfic Moiré. Amb qui ha estat un plaer treballar.



ALBERT FORÉS GÓMEZ

Director gerent del Consorci Museu Marítim de Mallorca

МАЯ 201

МОСТРА

M

IM LA MAR

**LA PLANIFICACIÓ
MUSEOLÒGICA:
EL CAS DEL PLA
DIRECTOR DEL
MUSEU MARÍTIM
DE MALLORCA**

**JORDI PADRÓ /
OLGA LLOBET**

Resum de l'article

L'article contextualitza els processos de planificació museològica, imprescindibles per definir la identitat i el posicionament de tota institució museística i per donar resposta als seus compromisos en relació amb la societat i el patrimoni. Presenta el cas concret del pla director del Museu Marítim de Mallorca, com a centre de nova generació.

Paraules clau

Planificació, museologia, museu, marítim, Mallorca. Planning, museology, museum, maritime, Mallorca.

Els plans museològics

Tot centre museístic i patrimonial requereix d'un procés de planificació que permeti aconseguir uns resultats que responguin a uns objectius precisos predeterminats i que facilitin l'avaluació posterior del funcionament. Les obligacions, els requisits, les exigències i les necessitats dels equipaments i centres patrimonials són difícilment estandarditzables: cada centre presenta unes peculiaritats i característiques pròpies; la tipologia del patrimoni, els espais, els públics, el marc institucional i tot un seguit de components fonamentals generen una dinàmica específica, que fan que cada projecte sigui necessàriament diferent.

La decisió d'organitzar o remodelar un centre museístic, o qualsevol altre tipus d'equipament patrimonial que respongui a les exigències actuals de la societat, pot tenir uns efectes destacats en l'àmbit social, cultural, educatiu, econòmic, urbanístic, etc. La planificació ha de ser un instrument fonamental per obtenir un rendiment adequat als recursos que s'hi destinen, ja que es tracta, en definitiva, de garantir el compliment d'uns objectius i l'aplicació correcta d'uns recursos humans, materials i financers. Cal adoptar criteris de racionalitat per obtenir el millor rendiment d'aquests recursos. Abans de prendre una determinada opció cal identificar i conèixer la multiplicitat d'interessos i de requisits d'una intervenció d'aquest tipus i s'han d'establir els mecanismes necessaris per poder assegurar el control i la coordinació en totes i cadascuna de les fases del procés, per garantir el compliment del servei a la societat i de les funcions bàsiques de la gestió del patrimoni: adquisició, documentació, conservació,

investigació i difusió. En tot cas, els condicionants que determinaran la programació museística estaran condicionats per quatre aspectes fonamentals:

Els usuaris

- Identificació dels usuaris i dels seus interessos i motivacions.
- Necessitats d'acollida, de confort i de servei a la diversitat de visitants i usuaris.
- Característiques dels diferents serveis públics que se'ls oferiran.

El patrimoni

- Tipologia, volum i dimensió dels béns patrimonials de què es disposa.
- Requisits i necessitats de documentació, conservació i recerca.
- Opcions i requisits per facilitar la presentació, comunicació i ús públic del patrimoni.

Els espais físics

- La correlació entre les funcions i els espais de la institució patrimonial.
- Les circulacions de persones i de béns patrimonials.
- La dotació de les infraestructures i d'equipaments necessaris.
- Les condicions ambientals i de seguretat.

Els mecanismes de gestió

- La dotació de personal
- Els requisits legals i institucionals i el marc organitzatiu
- Els recursos econòmics i financers

En tot procés de planificació d'un equipament museístic, en primer lloc, és imprescindible partir d'un pla museològic (o pla director, segons la terminologia emprada en cada territori). És a dir, un document on es plantegi el marc general de l'acció, s'hi determinin els paràmetres de l'operació global a emprendre: objectius generals, posicionament, línies estratègiques, naturalesa i dimensió de les instal·lacions i fases de tot el procés de programació. Aquest document, alhora, és molt important que sigui fruit del diàleg i consens entre els diferents agents més implicats en el projecte. Davant de la necessitat de definir adequadament un museu o una institució patrimonial des del punt de vista conceptual, establir-ne els objectius i els paràmetres fonamentals d'actuació, cal aplicar una metodologia que ens permeti analitzar el punt de partida i, a partir d'aquesta anàlisi, prendre decisions de futur. Per tant, el pla museològic o pla director d'un museu és l'eina bàsica de planificació que el defineix conceptualment i estableix els criteris fonamentals d'acció: objectius, prioritats i plans de treball. És, doncs, una eina fonamental i imprescindible per caracteritzar i organitzar un museu.

Cal reconèixer que la programació museològica ha anat evolucionant en les darreres dècades i s'ha caracteritzat per una diversitat de pautes de treball. En el darrer terç del segle xx es van desenvolupar diversos esquemes de programació de museus i, en aquells moments, la planificació museològica estava sovint superditada a l'arquitectura.¹ En el millor dels casos es concebia com una fase prèvia que servia per elaborar el programa a partir del qual es dissenyaria l'arquitectura del museu. Les necessitats funcionals, que es traduïen en una necessitat espacial, anaven per davant de les reflexions més conceptuals sobre la caracterització i el posicionament del museu.

De mica en mica, però, la programació museològica es va anar empeltant de la metodologia general de la planificació estratègica

i de les noves pràctiques i reflexions sorgides en l'àmbit genèric de la gestió cultural.² Cada vegada, doncs, es té més en compte la importància de la definició conceptual i el posicionament estratègic de tota institució museística, alhora que va consolidant-se un model integral i sistèmic de planificació que concep el museu com un tot. Per tant, l'experiència de la planificació museística posa de manifest la conveniència de conjuguar la metodologia de la planificació estratègica amb la necessitat de conceptualitzar i organitzar adequadament un tipus d'equipament cultural complex i multifuncional, com solen ser els equipaments museístics.

Una fita a destacar a nivell estatal fou la publicació del Ministeri de Cultura (d. a., 2005) de la proposta de pla museològic. Es tracta d'un eina que té virtuts diverses, com la d'haver servit per unificar criteris terminològics (per exemple, establir la diferència entre pla, programa i projecte), i que constitueix un avanç destacat vers una visió sistèmica i orgànica del museu, concebut com un tot i no pas com la suma d'una sèrie de funcions i d'espais. Aquesta publicació, tot i que reconeix que les fases que proposa no són necessàriament lineals i que el model no és altra cosa que una referència que caldrà adaptar a cada cas concret, des del nostre punt de vista planteja un ordre il·lògic, atès que no respon a un procés ordenat i natural de presa de decisions: la definició institucional i el plantejament conceptual són anteriors a l'anàlisi i diagnosi del punt de partida i de les necessitats del museu. Alhora, és un model de planificació que no té en compte la necessitat d'incorporar la societat civil mitjançant eines participatives.

En paral·lel i sovint en sintonia amb les pautes proposades pel Ministeri de Cultura, s'ha anat generalitzant la necessitat dels museus —i en indrets diversos l'obligació— de disposar sempre d'un document on es recullin els objectius, les bases teòriques i les línies mestres d'actuació. En el cas de les Illes Balears l'obligatori-

etat de disposar d'un pla director ja es va establir en la Llei 4/2003 de museus, i es va desenvolupar reglamentàriament en el Decret 38/2019. El model de pla director obligatori per als museus balears que s'estableix en el capítol II d'aquest Decret segueix fil per randa el pla museològic ministerial esmentat i no l'interpreta de forma flexible. Per tant, cau en el mateix error: posa el carro davant dels bous, de tal manera que els plantejaments conceptuals i la definició dels principis bàsics del museu són anteriors a l'anàlisi del punt de partida, la qual cosa va en contra de la metodologia de la planificació estratègica i, en general, del sentit comú.

En el nostre cas, els prop de 25 anys d'experiència de planificació museística d'STOA³ ens han demostrat que el camí natural passa en primer lloc per analitzar i diagnosticar el punt de partida, detectant necessitats i potencialitats; i seguidament, partint de les conclusions inicials, definir el plantejament conceptual, el posicionament i les grans decisions de futur del museu, per finalment acabar detallant els programes concrets d'actuació i els requisits i necessitats de dotació i de funcionament. Aquesta lògica permet avançar de manera ordenada i és la manera habitual i adequada d'abordar aquest tipus de projectes. Cal reconèixer, a més, que avui en dia la major part de plans museològics segueixen aquest esquema. Podem citar com a exemple, entre molts, un cas de la mateixa temàtica que el que ens ocupa: l'Euskal Itsas Museoa (Museu Marítim Basc).⁴

No hem de perdre de vista que el pla museològic o pla director és un instrument estratègic de planificació que ha de definir la identitat i el posicionament de la institució museística i donar resposta als grans reptes que se li plantegen per complir amb els compromisos en relació amb la societat i el patrimoni.

El context i les circumstàncies del pla

El nou Museu Marítim de Mallorca és hereu de l'antic Museo Marítimo de Baleares, inaugurat el 1951 a la planta baixa del Consolat de Mar. Aquella institució museística no va tenir una trajectòria llarga i va tancar portes l'any 1972, per les obres de reforma de l'edifici. El tancament, inicialment provisional, va esdevenir definitiu i es va desfer la col·lecció formada per un conjunt d'objectes que testimoniaven la història marítima de les Balears des del segle XVIII fins als inicis del XX. Posteriorment, el 1978 es va constituir l'Associació d'Amics del Museu Marítim per recuperar-lo. Després de molts anys i d'un procés ple d'obstacles i frustracions, el Ple del Consell de Mallorca, en sessió de 9 de novembre de 2017, per fi va acordar la constitució del Consorci Museu Marítim de Mallorca amb l'objectiu de crear i gestionar el museu i investigar, conservar, recuperar i difondre el patrimoni marítim i portuari de Mallorca, així com el llegat històric que suposen



totes les activitats relacionades amb la mar i els ports, i estimular i fomentar els treballs que tractin sobre aquests.

En iniciar el camí, el museu necessita un pla director que li serveixi com a eina fonamental de planificació i gestió. La redacció del pla es fa en una etapa en què el Museu no disposa encara d'una seu principal definitiva, a l'espera del desenvolupament i l'execució de l'avantprojecte «La mar es mi tierra»,⁵ obra dels arquitectes Juan Palencia i Marta Colom, seleccionat per a la futura urbanització de la zona portuària del Contramoll-Mollet de Palma. A la proposta de Palencia i Colom s'hi preveu la dotació d'un equipament que ha d'esdevenir seu del Museu Marítim de Mallorca, amb grans zones d'exposició estable i temporal, àrees internes de treball i reserva i els serveis públics habituals en un museu, a més de propostes molt suggeridores, com la integració del taller de mestres d'aixa i un espai en mar per al patrimoni flotant del centre.

A l'espera d'aquest futur il·lusionador, l'objectiu del pla director és ordenar l'acció del Museu en una etapa de transició que tanmateix és igualment engrescadora, en representar la culminació d'un llarg trajecte de demanda social d'un museu dedicat al patrimoni marítim de l'illa. Com hem comentat, el pla director del Museu Marítim de Mallorca se cenyeix a les disposicions del que determina el Decret 38/2019 del Govern de les Illes Balears al capítol II sobre el pla director que han de tenir els museus. En el procés d'elaboració vam seguir el camí habitual que portem a terme en aquest tipus de projectes: l'anàlisi i la diagnosi inicial (que inclou el treball de camp i les entrevistes i reunions amb els agents implicats), la definició conceptual i, finalment, els programes i les accions que cal dur a terme. Una vegada finalitzat tot el procés, vam adaptar el contingut al guió indicat en el decret que, tal com hem comentat anteriorment, no s'ajusta a la lògica d'un procés natural de planificació.

No es pretén amb aquest article resseguir fil per randa les disposicions del pla, però sí destacar-ne algunes que es consideren fonamentals. D'entrada és important assenyalar que el pla director estableix la caracterització del Museu Marítim de Mallorca a partir d'una sèrie de conceptes estratègics. En primer lloc, es tracta d'un centre fortament imbricat en la societat mallorquina. Aquest és un dels trets d'identitat principals del Museu Marítim de Mallorca, ja que es tracta, de fet, d'un museu vivament demandat per la societat mallorquina a través d'accions diverses de reivindicació popular des de la clausura de l'antic Museo Marítimo de Baleares.

Per altra banda, el Museu concep el patrimoni marítim des d'una òptica multidisciplinària, entenent la mar com a objecte o com a mitjà que té a veure amb vivències o expressions culturals diferents —la pesca, la navegació o l'oci marítim, però també el llenguatge, la gastronomia o l'art—. Un patrimoni que, a més, juga un paper primordial en la identitat col·lectiva dels mallorquins i mallorquines; i és que, en efecte, en un context sotmès a un canvi demogràfic fort i a l'impacte del turisme de masses, el Museu ha d'esdevenir el referent de la identitat marítima de Mallorca, en liderar l'estudi i la preservació d'una cultura que ha definit fortament la societat mallorquina.

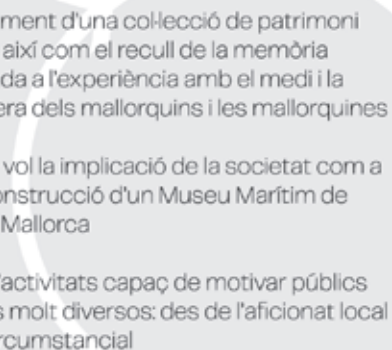
Es tracta d'un museu posicionat en la defensa activa del medi marítim, i que, a més de treballar estretament amb i per a la comunitat local, es postula també com un centre amb una oferta potent i de qualitat per al turisme cultural, un Museu que, tot i actuar principalment des de Palma, treballa amb un àmbit d'estudi més ampli, que és el territori que conforma el conjunt de l'illa.

CONCEPTUALITZACIÓ ESTRATÈGICA

- A Un centre fortament imbricat en la societat mallorquina
- B Dedicat a posar en valor el patrimoni marítim de Mallorca des d'una òptica multidisciplinar
- C El referent en la transmissió de la identitat marítima mallorquina
- D Un Museu que defensa activament la preservació del medi marítim
- E Amb seu a Palma, però amb esperit descentralitzador
- F Que abanderi una oferta de turisme cultural sòlida, potent i de qualitat

CONCEPTUALITZACIÓ ESTRATÈGICA

El Museu es vertebrarà entorn de 3 eixos que es retroalimenten

- El desenvolupament d'una col·lecció de patrimoni marítim mòbil, així com el recull de la memòria popular vinculada a l'experiència amb el medi i la identitat marinera dels mallorquins i les mallorquines
 - Una gestió que vol la implicació de la societat com a base per a la construcció d'un Museu Marítim de Mallorca i per a Mallorca
 - Un programa d'activitats capaç de motivar públics amb interessos molt diversos: des de l'aficionat local fins al turista circumstancial
- 

La temptativa d'un museu en xarxa, el «sistema» del Museu Marítim de Mallorca

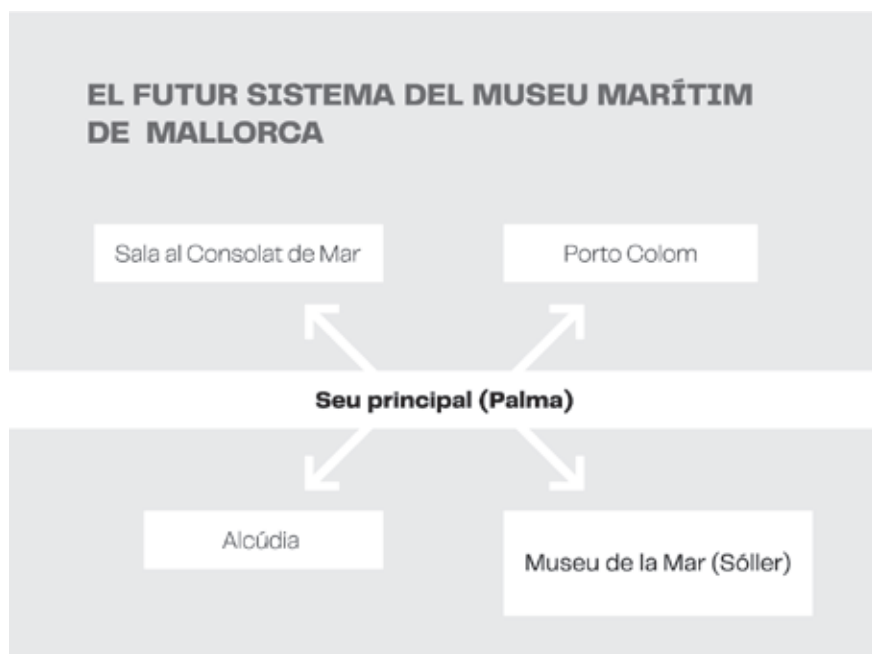
El pla director determina l'àmbit d'actuació del Museu Marítim de Mallorca. És evident que un museu que tracti la cultura marítima de Mallorca ha de dirigir la mirada al conjunt de l'illa, ja que el contacte amb la mar ha determinat fortament la història i les maneres de viure de tot el territori mallorquí i no només de la capital. Actualment la seu principal del Museu se situa a Palma, on el Museu disposa de l'edifici Ses Voltes, d'acord amb un conveni entre el Consorci Museu Marítim de Mallorca i l'Ajuntament de Palma signat el 2019. Però, a més, des dels inicis d'aquesta nova etapa, el Museu disposa també d'una seu al Port de Sóller. En efecte, el Museu de la Mar de Sóller —inaugurat el 2004 a l'Oratori de Santa Catalina però tancat el 2012 per raons de viabilitat— està vinculat al Museu Marítim de Mallorca en virtut d'un conveni del 2019 entre el Consorci i l'Ajuntament de Sóller.

En el moment de redactar aquest Pla, per tant, es partia d'una realitat en què el Museu operava en dos punts geogràfics de Mallorca, amb la qual cosa la temptativa de plantejar un museu en xarxa era una opció fàcilment argumentable. Tanmateix, el desenvolupament d'una estructura d'equipaments en diversos punts de l'illa en un moment tan incipient com el que viu el Museu Marítim de Mallorca hagués requerit un esforç substancial per part de la institució, un esforç que, de fet, era més raonable destinar a la consolidació de l'activitat pròpia del Museu i de les seus en què treballa en aquests moments.

Tot i això, el pla director va definir un marc d'actuació en què el Museu Marítim de Mallorca pot establir vincles de col·laboració amb altres equipaments museístics i patrimonials de l'illa que per temàtica i objectius li siguin afins, a través de fórmules d'ad-

hesió de diferent calat: com a seccions —com és el cas del Museu de la Mar de Sóller— o com a centres col·laboradors, assumint en el primer dels casos un compromís i una implicació majors.

Aquesta solució no compromet així el caràcter descentralitzador del Museu, ja que igualment l'acció del centre, per bé que amb pes específic a Palma i Sóller per la inèrcia que suposen les seus, ha de poder desenvolupar-se en el conjunt de l'illa i donar cabuda a iniciatives de tercers que estiguin en consonància amb els valors i objectius del Museu.



La participació social, en l'ADN del Museu Marítim de Mallorca

La complicitat i determinació de la societat mallorquina ha estat fonamental en l'existència del Museu Marítim de Mallorca.

Des de la desaparició de l'antic Museo Marítim de Balears, la demanda social d'un museu dedicat a la cultura marítima de l'illa va estar liderada per l'Associació d'Amics del Museu Marítim, a la qual s'hi ha afegit més recentment però decidida l'Associació Alzinaires. El Museu compta per tant amb la força del suport popular, un suport que es va constatar en les Primeres Jornades d'Estudis de la Mar, organitzades el 2019, i que van donar lloc a postulats com la Xarxa de desitjos o el Decàleg de bones pràctiques entorn de la mar.⁶

Amb aquests precedents, el pla director del Museu ha situat la societat mallorquina en una posició central, i la concep no només com un agent extern, sinó com un actor protagonista en la presa de decisions de l'activitat del centre.

Així, el programa institucional del pla preveu que el Museu formalitzi la relació amb les associacions citades i amb d'altres entitats i associacions sense ànim de lucre dedicades al patrimoni marítim, de la manera que millor convingui a les parts —fins i tot es preveu que es puguin integrar en el Consorci Museu Marítim de Mallorca. La col·laboració amb aquestes associacions és un dels eixos a través dels quals s'ha de desenvolupar l'acció del Museu, tant pel que fa als programes de col·lecció, com als de recerca i de programes públics del centre.

A més, el programa institucional del Museu preveu la creació d'un consell assessor del Museu, que reuneixi entitats o institucions amb coneixement i opinió sobre la realitat, la història i la idiosincràsia de la cultura marítima de Mallorca, perquè exerceixi com a òrgan consultiu sempre que es consideri oportú, i que hauria d'integrar, a banda de les entitats citades, des d'institucions del món acadèmic —com la Universitat de les Illes Balears o l'Escola Nàutica de Palma— fins a associacions professionals —com les confraries de pescadors o l'Associació de Mestres d'Aixa de Mallorca—, entre d'altres.

La pròpia redacció del pla director es va iniciar amb l'entrevista a una sèrie d'agents representants del món professional, patrimonial, administratiu i associatiu de l'àmbit marítim, en tot cas actors amb opinió de valor sobre el Museu, a través dels quals se'n va definir el posicionament.

Un programa expositiu per a una etapa de transició

Un dels àmbits en què es preveu la intervenció de la societat és el programa expositiu. En concret, el pla determina la creació del programa anomenat «Immersió», que s'ha de desplegar als espais d'acollida i previs a les zones d'exposició estable de l'edifici Ses Voltes, en un procés d'introducció al món de la mar. Es tracta d'uns apunts expositius breus i directes entorn de tres temàtiques: el llenguatge de la mar, la gastronomia i la biodiversitat marina. Amb una realització senzilla i clara, es plantegen com a accions temporals, de manera que al llarg de l'any se'n vagin succeint de diverses i el visitant trobi sempre motius nous d'interès a l'entrada del Museu.

L'objectiu és divulgar també aquest coneixement associat al món marítim a través de concrecions molt acotades, i construïdes conjuntament amb la comunitat, tant pel què fa a la selecció de les propostes com a la realització —la cuina de les receptes, la pronúncia d'una frase feta, la cantada d'una cançó popular, etc.—. La col·laboració amb els diferents segments de la societat implicats amb el Museu, tant des de l'àmbit acadèmic i universitari fins al món de la cultura popular o els infants, esdevindrà la base per a la cocreació d'aquesta proposta que pretén mostrar la diversitat i l'abast de la cultura marítima.

Per altra banda, a Ses Voltes el Museu allotjarà també el programa «Onades», aprofitant la configuració d'aquest espai, on una

sèrie de sales de mida similar s'alineen al llarg d'un eix. Aquesta proposta pretén donar resposta a la mateixa provisionalitat de la seu, que contradeia la idea d'un programa amb vocació de permanència.

A nivell temàtic, el procés participatiu endegat pel Museu havia donat lloc a quatre eixos de treball independents —la biodiversitat i el patrimoni subaquàtic, flotant i terrestre—, que en principi es plantejava evocar en sengles àmbits expositius. El programa «Onades» proposa en canvi de vertebrar conceptes propis de cadascun d'aquests eixos en un mateix relat, per compondre relats transversals, que articulin cultura i natura, passat i present, tècnica i art. Així, el programa planteja la construcció de tres relats independents, un per a cadascuna de les sales d'exposició de Ses Voltes, que poden ser complementaris però alhora funcionar amb autonomia.

Aquesta solució, a banda de permetre un ventall ampli de temes capaços de satisfer interessos diversos, aporta flexibilitat, ja que permet al Museu executar el projecte de forma gradual i, per tant, aconseguir una visibilitat pública el més aviat possible —una de les demandes de la societat copsades a través de les entrevistes fetes en la primera fase del pla director—. Alhora, permet també un cert dinamisme, ja que cadascuna de les primeres «Onades» podrà anar essent substituïda per una de nova quan convingui, sense comprometre la resta del muntatge i generant així una successió d'«Onades» diferents fins al trasllat a la seu definitiva.

Per altra banda, el Museu reforçarà els relats de l'exposició original del Museu de la Mar de Sóller de la planta baixa d'aquest equipament amb la presentació del patrimoni immaterial, a través d'una sèrie de documents audiovisuals de memòria oral, que recuperen l'experiència i la vivència de la mar de la gent de Mallorca. Es tracta d'un patrimoni reivindicat en el procés participatiu, dut a terme pel Museu i un recurs, a més a més, que contribueix a

apropar la cultura marítima a l'usuari i al visitant, generant empatia a través de testimonis en primera persona.

Una col·lecció heretada i una col·lecció per fer

La configuració d'una col·lecció de béns patrimonials és un dels objectius clau del nou Museu Marítim de Mallorca. Cal tenir en compte que —com hem dit— el nou Museu és hereu de l'antic Museo Marítimo de Baleares i, per tant, de la col·lecció original del Museo, que constava de 285 objectes.⁷ El desmantellament del centre l'any 1974 va suposar la dispersió dels fons, de manera que actualment es conserven 68 béns dipositats la majoria al Museu de Mallorca com a «fons Antic Museu Marítim».⁸ Es tracta de béns de tipologia diversa: pintures i escultures, documents (com plànols i cartes nàutiques) i objectes diversos (com ara eines i instruments de navegació), parts i models d'embarcació, etc., corresponents a un període que va des del s. XVIII fins al XX. A aquests objectes cal afegir, a més, la col·lecció de 235 objectes del Museu de la Mar de Sóller, propietat de l'Ajuntament de Sóller, però que gestiona el Museu Marítim de Mallorca d'acord amb els compromisos del conveni que els vincula.

Amb aquest punt de partida, un dels reptes del Museu és el de configurar una col·lecció pròpia. Les possibilitats d'incrementar-la són diverses —és coneguda l'existència de la col·lecció de l'Associació d'Amics del Museu així com de diverses de propietat privada—, però serà imprescindible per dur a terme aquesta tasca la redacció d'una política d'adquisicions. El pla director ho adverteix així, i estableix una sèrie de criteris a tenir en compte per fer aquest document i racionalitzar l'activitat de col·lecció del centre, garantint la qualitat, la diversitat i l'equilibri entre

l'adquisició i la posterior conservació i custòdia del patrimoni. Un patrimoni on l'embarcació exerceix de potent icona simbòlica, però una icona que suposa alhora un compromís a la viabilitat econòmica del Museu, per la magnitud dels recursos i espais indispensables per mantenir-lo.

En aquest mateix sentit cal entendre l'existència de patrimoni flotant com a part de la col·lecció. Actualment l'embarcació *La Balear* està amarrada al port de Palma gràcies a la col·laboració de l'Autoritat Portuària de Balears, i en el moment de redactar el pla es valorava l'opció de disposar de l'embarcació *Port Blau* al Port de Sóller. No hi ha dubte que disposar d'una embarcació en mar és un recurs de gran interès per a un museu marítim, i que les possibilitats que ofereix a nivell educatiu, cultural i turístic són moltes i diverses, però tanmateix el pla director advertia altre cop dels compromisos que suposa aquest patrimoni a nivell econòmic i, per tant, de la necessitat d'acotar aquest tipus d'accions, malgrat l'atractiu i l'interès que suposen.

El Museu Marítim de Mallorca, reptes per al futur

La configuració d'una col·lecció de béns patrimonials pròpia constitueix un dels grans reptes que té al davant el Museu en aquesta etapa que enceta. Una fita que serà bo que el Museu afronti amb la implicació de la societat mallorquina, per seguir donant una resposta satisfactòria a la voluntat de participació que ha expressat decididament aquesta societat.

Mantenir el suport popular que el Museu ha gaudit fins ara és per si mateix també un repte per al futur, un actiu a potenciar i una força fonamental per aconseguir dotar el Museu d'una seu definitiva a Palma que permeti al centre plantejar objectius de

més abast. El desplegament del seu projecte pel conjunt de l'illa, o la generació d'uns programes d'activitat al servei de la diversitat de públics de Mallorca hauran de permetre al Museu esdevenir un centre capdavanter en l'escenari dels equipaments patrimonials dedicats a la cultura de la mar a la Mediterrània, però també un punt de referència per a la població local i, alhora, un atractiu imprescindible en l'oferta de turisme cultural del territori.

Notes

- 1 Consultau al respecte, els números monogràfics de la revista *Museum* de la UNESCO dedicats a l'arquitectura museística (1974) i a programació museística (1979).
- 2 Podem mencionar, per exemple, la publicació de D. Roselló (2004) *Diseño y evaluación de proyectos culturales*, el 2017 n'aparegué la 10a edició.
- 3 www.stoa.es
- 4 Vegeu el nou pla museològic a <https://itsasmuseoa.eus/es/museo/plan-museologico> [consulta feta el 20/07/2020].
- 5 <http://www.portsdebalears.com/sites/default/files/LA%20MAR%20ES%20MI%20TIERRA.pdf> [consulta feta el 27/07/2020].
- 6 Tant la Xarxa de desitjos com el Decàleg es poden consultar en l'espai web del Museu, en l'apartat de Projectes: <https://museumaritim.consell-demallorca.cat/projectes> [consulta feta el 13/07/2020].
- 7 Blanco, Homs i Juncosa, *Projecte de Pla Director del Museu Marítim de Mallorca*, s/d.
- 8 L'inventari d'aquests objectes es pot veure a <http://ceres.mcu.es/pages/ResultSearch?txtSimpleSearch=Antic%3Cb%3E%20Museu%20%3C/b%3EMar%EDtim&simpleSearch=0&hipertextSearch=1&search=simple&MuseumsSearch=&MuseumsRolSearch=1&listaMuseos=null> [consulta feta el 13/07/2020].

Bibliografía

- ASENSIO, M.; GOMIS, M.; POL, E. (2001). *Planificación en Museología. El caso del Museu Marítim de Barcelona*, Barcelona: Museu Marítim.
- BADIAS, J. [et alii] (2008). «Els projectes del Museu de la Pesca». *Drassana: revista del Museu Marítim*, 16, 54-61.
- CHINCHILLA, M. (coord.) (2008). *Museos y planificación: estrategias de futuro, mayo de 2006: actas de las Primeras Jornadas de Formación Museológica*, Madrid: Ministerio de Cultura.
- D. A. (2005). *Criterios para la elaboración del Plan Museológico*, Madrid: Ministerio de Cultura.
- DEXTER LORD, G.; LORD, B. (1999). *The manual of museum planning*, London: The Stationery Office.
- IZQUIERDO PERAILE, I. (coord.) (2007). *Plan museológico y exposición permanente en el museo. Actas del curso internacional celebrado en el Centro de Formación y Cooperación Española de Santa Cruz de la Sierra (Bolivia, 2-5 de noviembre de 2004)*. Madrid: Ministerio de Cultura.
- La Muséologie selon Georges Henri Rivière. Cours de Muséologie. Textes et témoignages* (1989). París: Dunod.
- MARTÍ, M. (1994). «El projecte museològic del Cau de la Costa Brava — Museu de la Pesca». *Revista de Girona*, 66, 64-69.
- MARTÍ, M. (2005). «El Patrimoni marítim i els museus de Catalunya». *Drassana: revista del Museu Marítim*, 2005, núm. 13, p. 48-56.
- MOORE, K. (1996). *La gestión del Museo*, Gijón: Trea.
- MOORE, K. (2005). «La planificación estratégica en los museos», *museos.es*, 1, 32-47.
- Museum* (1974). *Museum Architecture*. Vol. XXXVI, 3-4. Paris: UNESCO.
- Museum* (1979). *Programming for museums*. Vol. XXXI, 2. Paris: UNESCO.
- OLIVER, B. (2009). «La creación de un museo marítimo en Mallorca; estado de la cuestión». *Museo: Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España*, 14, 351-362.

- PÉREZ VALENCIA, P. (2010). *Tener un buen plan. La hoja de ruta de toda colección: el plan museológico*. Gijón: Trea.
- PONS, J.M. (coord.) (2004). *El patrimoni marítim i costaner. Actes del VIè Congrés El Nostre Patrimoni Cultural*. Palma de Mallorca: Societat Arqueològica Lul·liana.
- SÁEZ LARA, F.; RODRÍGUEZ BERNI, S. (2010) «La planificación de museos en España: evolución reciente», *museos.es*, 5-6, 262-287.



JORDI PADRÓ

Museòleg i consultor en patrimoni.
Ha estat funcionari del cos de patrimoni artístic —
Conservadors de Museus de la Generalitat de Catalunya.
L'any 1995 va fundar l'empresa STOA (www.stoa.es).



OLGA LLOBET

Museòloga sènior, especialitzada en projectes de planificació estratègica i amb experiència àmplia en l'àmbit de la comunicació corporativa.

**NECESSITAT D'UN
INVENTARI DEL
PATRIMONI
MARÍTIM DE
MALLORCA**

**MANUEL GÓMEZ
PLANAS**

Resum de l'article

La riquesa del nostre patrimoni marítim abasta des de la colonització fins avui dia, però històricament oblidat.

Tot plegat fa que sigui necessari fer un inventari, amb la finalitat de conèixer el que realment ha arribat fins avui. Es tracta de fer tasques de detectiu, però apassionants, per anar trobant col·leccions o peces, antigues i noves, de gran valor patrimonial.

Paraules clau

Patrimoni, Marítim, Inventari, Museu

La riquesa del patrimoni marítim de Mallorca abasta des de la seva colonització fins a l'actualitat. Durant aquest període extens, i a causa de la situació geogràfica en les rutes marítimes del mediterrani, han transitat per l'illa nombroses cultures, amb els objectius de colonitzar, saquejar, comercialitzar o, simplement, per aturar-se i proveir-se de queviures, aigua, etc. Això ha conduït a un gresol de cultures extraordinari en la cultura i història de l'illa.

Per descomptat, totes aquestes cultures han deixat la seva petjada marítima, especialment en forma de naufragis o construccions maritimoterrestres. Tot això ens porta a la conclusió que el patrimoni aportat pel mitjà marítim, amb les seves embarcacions i oficis relacionats, han estat presents en tot l'esdevenir de la història, encara que la seva consideració com a bé patrimonial ha estat tradicionalment menyspreat.

És per aquest motiu que tenim la necessitat de fer un inventari, amb la finalitat de conèixer el que realment ha arribat fins avui, que segur que ens ofereixen moltes sorpreses interessantíssimes així com decepcions. Afortunadament, a partir de la segona meitat del segle xx es comença a tenir una sensibilitat respecte el patrimoni marítim, i s'inicia la lluita per salvaguardar tot el material tangible i intangible candidat a poder ser rescatat per a la seva recuperació posterior. Cal tenir en compte que no fa gaire enrere en el temps que les embarcacions, les arts de pesca o pertrets no eren considerats mereixedors de protecció com a

patrimoni que forma part de la nostra identitat com a ciutadania d'una illa envoltada de mar, per poder mostrar-ho a les generacions esdevenidores.

En l'actualitat, el patrimoni marítim a Mallorca és precari, a causa dels punts següents:

- La pèrdua massiva d'embarcacions tradicionals.
- La desaparició d'arts i de mètodes de pesca.
- La pèrdua de la memòria dels veritables testimonis d'un passat, de vegades gloriós i d'altres més aviat penós, i moltes vegades idealitzat.
- La pèrdua de documentació.
- La inexistència durant dècades d'un organisme únic, com pugui ser un museu marítim, capaç d'aglutinar i estudiar tot aquest patrimoni.

Tots aquests punts ens porten inexorablement a la situació que trobem avui dia:

- Una gran part del patrimoni marítim ha estat destruït, del qual només hi ha constància en alguns casos.
- Un percentatge alt del patrimoni marítim conservat està escampat entre institucions i particulars.

Malgrat tot, hi ha esperances, donada la riquesa d'aquest, de la possibilitat de localitzar peces amb un valor i interès alts, amb la finalitat de poder catalogar-les i recuperar molts objectes.

No obstant això, és una labor àrdua, ja que cal convèncer, sobretot els particulars, de la necessitat de conservar determinades peces susceptibles de ser exposades en un futur Museu Marítim de Mallorca, seguint els criteris següents:

- Establir un compromís seriós per a la futura cessió/venda/dipòsit d'aquest patrimoni.
- Actuar en àmbits relacionats directament o indirectament amb el sector marítim.
- Incloure confraries de pescadors, posseïdors d'un ventall ampli d'experiències i objectes relacionats amb la professió.
- Incloure clubs nàutics, alguns d'ells amb una trajectòria llarga i dipositaris de la memòria històrica de la navegació d'esbarjo.

Per tot l'anteriorment exposat, el Consell de Mallorca, a través del Consorci del Museu Marítim de Mallorca, inicia l'elaboració d'un inventari que pugui servir d'eina per crear el discurs museístic integrat en el Museu Marítim de Mallorca.

Com a inici de tot això, comencem amb l'antic fons del Museu Marítim Balear.

L'antic Museu Marítim Balear va obrir les portes l'any 1951 i va disposar de 285 peces, segons la memòria redactada a la meitat d'aquell any; aquesta memòria, acompanyada de fotografies, va ser trobada per Carles Blanes en el rastre de Madrid.

El tancament que es va fer el 1974 va reduir les peces a 125, una vegada retornades les que estaven en condició de cessió temporal, de les quals 108 es van inventariar com a propietat del Museu i desset com a pròpies de persones físiques.

Totes aquestes van quedar emmagatzemades en la capella del Consolat de la Mar, on van romandre durant sis llargs anys, durant tot aquest període un grup de voluntaris, encapçalats per Xavier Pastor Quijada, van dur a terme la neteja, la restauració i el manteniment de les peces dipositades; com a curiositat, va ser llavors quan es va fer el descobriment del mascaró de proa, amb imatge de Ramon Llull, propietat de la Societat Arqueològica Lul·liana, procedent del vapor *Lulio*, de la companyia Isleña Marítima, que havia quedat ocult darrere una paret provisional, de la qual sobresortia el braç.

El 7 de març de 1980 es van traspasar al Consell Insular de Mallorca, amb un inventari de 127 peces. És en aquest moment que sofreixen una dispersió i, fins i tot, desaparició.

El 1987 la Conselleria de Cultura va lliurar-les al Museu de Mallorca, juntament amb un inventari de 63 peces que, en data d'avui, es conserven en els magatzems de la institució.

El resultat, la pèrdua o dispersió de 64 peces, de les quals intentarem saber la destinació o el final.

Voldria destacar la gran ajuda que ha suposat per a aquesta recerca, l'últim inventari de patrimoni marítim de Mallorca fet el 1997 i el treball mereixedor del Premi Ciutat de Palma del mateix any fet per Hortensia Blanco, Bernat Oliver i Joan Manuel Pons.

En aquest moment hem localitzat un total de 60 peces de les 63 lliurades al Museu de Mallorca, per la qual cosa tenim pendent de localitzar-ne tres.

En el Consolat de Mar tenim deu peces de l'antic museu en perfecte estat, com a peça rellevant, un model de xabec del segle XVIII i un cofre d'Onofre Barceló, pare del tinent general de la Reial Armada Antoni Barceló i Pont de la Terra, sobrenomenat com a Capità Toni.

El Museu de la Mar de Sóller té en les seves vitrines dues peces, un arjau de timó extraordinari que pertanyia a un xabec

possiblement del segle XVIII, amb un cap de gos elaborat i un sextant del segle XVIII.

En el Museu Militar de Sant Carles s'han localitzat sis peces.

En el Museo de Historia de la Habana (Cuba) una peça, «La silla de Macedo», cedida per dos anys.

Falten per localitzar tres peces que esperem poder trobar, i fins aquí el que hem esbrinat del fons de l'antic Museu Marítim Balear.

En el convent de Santa Magdalena de Palma, hem localitzat una col·lecció de denou pintures d'exvots que cobreixen una cronologia del segle XVII al XIX. Com a anècdota, en reclamar un exvot que figurava en l'inventari de 1997, sor Nati va recordar que podria ser en un dels baguls que ocupaven l'annex a la biblioteca del convent. La sorpresa va ser que, a més de trobar l'exvot sol·licitat, en van aparèixer cinc més, que augmenten la col·lecció. Tots i cada un d'ells són candidats per ser exposats a les sales del museu. Cal dir que, a causa de l'antiguitat i de les condicions d'humitat, és recomanable i necessari establir un procés de restauració de pràcticament totes les peces, abans de ser exposades.

El pas següent va ser anar a la Cambra de Comerç de Mallorca, on tenen quinze peces. Entre aquestes, destacaria les següents: dos models en una escala aproximada d'1/10, corresponents a un bergantí d'esnón anomenat *Baleares* i un bergantí-goleta de tres pals anomenat *Alcúdia*; aquests dos models formaven part del material educatiu de l'Escola de Nàutica de Palma. També un retrat interessant d'un llaüt viatger, anomenat *Aurora*. Així com un llançacaps del segle XIX i una colobrina del segle XVI-XVII. Estem a l'espera de poder localitzar onze peces que van anar a parar possiblement en un magatzem exterior de la Cambra, són de summa importància, ja que componien la col·lecció que va cedir l'historiador Joan Llabrés Bernal (1900-1975), gran divulgador de la història marítima de Mallorca.

En la visita al Museu d'Història de Manacor varen trobar una col·lecció, interessantíssima i diversa, de models navals, que comprèn des de naus de l'època fenícia i romana fins al segle xx, fent una atenció especial a les embarcacions tradicionals de Mallorca, a més d'una sèrie de models dins ampolla d'una gran destresa, tots ells fets pel modelista naval Antonio Sancho Comas; en total van inventariar 22 peces. També inventariàrem unes peces procedents d'un derelicta d'època romana a Porto Cristo, compost per quatre peces, de les quals destaquem un cep de plom romà amb la canya i els dos braços de l'àncora reconstruïts en fusta.

En la Confraria de Pescadors de Sant Pere de Palma tenen una dotzena de peces d'interès, entre elles destaca l'estendard de la confraria que data del 1893.

Hem fet l'inventari de dues donacions particulars, les dues summament interessants i importants, tant en la composició com en el nombre de peces que les componen.

En primer lloc, hem fet l'inventari corresponent a les peces del taller del mestre d'aixa Antoni Munar Colom, veïnat del Molinar, que juntament amb el seu fill Toni Pep Munar han sabut conservar en perfectes condicions totes i cadascuna de les eines, plantilles i altre material que ocupa un taller de construcció d'embarcacions. A més de tenir una representació àmplia d'eines i estris per fer una sala dedicada a l'ofici de mestre d'aixa a Mallorca, també dins l'inventari tenim tot un catàleg de diferents arts de pesca artesanal, així com un exemplar de pastera de catorze pams d'eslora construïda l'any 1993, com a auxiliar del llaüt *Alzina*, possiblement la darrera pastera construïda a Mallorca. En total 684 peces de gran interès i que són idònies per formar part del discurs museístic. Continuem amb l'inventari d'un gran home que va dedicar la vida a la pesca, després va fer de mestre d'aixa i que quan es va jubilar es va dedicar al modelisme naval, el mestre Guillem Amengual. La seva filla Antònia Amengual ha vingut a bé a cedir els

models construïts pel seu pare, des que es va jubilar fins a la seva mort, models d'un gran valor tècnic, ja que mestre Guillem elaborava els models seguint els criteris constructius de la seva antiga professió.

Una veritable col·lecció de les embarcacions tradicionals de Mallorca i s'atreví a fer les reproduccions de les naus de Cristòfol Colom a una escala d'1/10, i va destacar en l'elaboració l'absència de pintures, fusta vista per complet i una atenció especial als llaüts i bots mallorquins. En total hem inventariat 44 peces.

Per finalitzar, vull donar-vos a conèixer la col·lecció d'embarcacions tradicionals de Mallorca salvades in extremis per l'Associació d'Amics del Museu Marítim de Mallorca.

Amb el nom de projecte «La nau», engegat l'any 2003, va disposar d'una nau per dipositar les embarcacions i els elements patrimonials que es poguessin salvar, seguint sempre els criteris museològics i d'acord amb el valor patrimonial de les peces, no tenint en compte l'estat de conservació, ja que en principi tota peça és recuperable, sí que varen tenir en compte l'eslora de l'embarcació amb un màxim de vuit metres (40 pams).

Durant l'any 2007 varen ser traslladades a les coves de Bellver, en les quals es troben emmagatzemades.

A continuació es relaciona l'inventari conservat a les coves de Bellver: nou llaüts; quatre bots cobertats; un bot descorbetat; dos gussis; una llanxa felanitxera; dues pasteres; un snipe, i tres d'altres tipologies, en total 23 embarcacions.

També es conserven quatre motors i tres parells de portes de bou. Cal destacar que d'aquesta col·lecció hi ha tres exemplars: un llaüt, un gussi i una pastera que ja és troben en una de les sales de Ses Voltes.

Per acabar, voldria agrair la gran disposició, col·laboració i ajuda rebuda de les institucions visitades, amb la finalitat

d'esclarir la destinació de les peces de l'Antic Museu; aquestes són: Consolat de Mar (seu del Govern de les Illes Balears), Museu de Mallorca, Museu Militar de Sant Carles, Cambra de Comerç de Mallorca, Museu d'Història de Manacor, Confraria de Pescadors de Sant Pere de Palma, convent de monges canongesses agustines de Santa Maria Magdalena a Palma, Museu de la Mar de Sóller i Associació d'Amics del Museu Marítim de Mallorca. També vull agrair la col·laboració del mestre d'aixa Antoni Munar Colom i el seu fill Toni Pep Munar, i d'Antònia Amengual, filla de mestre Guillem Amengual.



Model de xabec armat del segle XVIII. Consolat de Mar



Exvot xabec rodó mallorquí aconseguix escapar d'un cúter anglès. Convent de Santa Magdalena - Palma



Model de bergantí d'esnón anomenat Balears. Cambra de Comerç de Mallorca



Model de bot cobertat amb un pal a proa i botaló, du aparell guairo. Mestre Guillem Amengual



Vista general del dipòsit d'embarcacions a les coves del Castell de Bellver.
Associació d'Amics del Museu Marítim de Mallorca



Llaüt Agustina a una de les sales de Ses Voltes. Museu Marítim de Mallorca



MANUEL GÓMEZ PLANAS

Expert en Patrimoni Marítim de Mallorca.

La seva experiència a salvaguardar i inventariar el Patrimoni Marítim es remunta a la dècada dels 80, quan va començar a recaptar informació sobre el nostre Patrimoni Marítim.

**UNA HISTÒRIA
ORAL DE LA MAR
A MALLORCA:
DE LA MEMÒRIA
INDIVIDUAL AL
RELAT COL·LECTIU**

**CATALINA GAYÀ MORLÀ /
MARTA RIZO GARCÍA**

Resum de l'article

Aquest article fa una aproximació a les bases teòriques sobre les que se sustenta «La remor de la memòria, la recerca de la memòria oral de la mar». El text s'aproxima al paradigma de les mediacions, per tal de reflexionar sobre l'entorn dels museus com a agents comunicatius de canvi en un context patriarcal. Després s'aprofundeix en la relació entre els relats museístics i la memòria col·lectiva i en la necessitat de generar, des de les institucions museístiques, relats culturals no hegemònics. Aquesta reflexió també possibilita repensar el museu com a agent mediador i transformador, en qualitat de constructor de relats amb intencions contemporànies i disruptives que prevegin la història i el present —en el nostre cas de la mar—, tenint en compte i incorporant als relats els subjectes que fins ara havien estat a les perifèries narratives i també aquells temes que no havien format part de relat cultural hegemònic de la mar. Finalment, s'exposa la metodologia de la recerca duita a terme al Port de Sóller, la primera etapa de la recerca de la memòria de la mar engegada pel Museu Marítim de Mallorca (MMB).

Paraules clau

Memòria col·lectiva, relat cultural no hegemònic, memòria oral de la mar, participació

«Bastaba, basta, que hable la gente que no tiene voz histórica, basta que por medio de sus propias palabras devolvamos su historia a aquellos que no dejarían constancia de su vida de ninguna otra forma»

Ronald Fraser (1993)

1. L'inici: un procés de coparticipació entre ciutadania i museu

El dret a participar en la vida cultural és un dret de la persona consagrat per la Declaració Universal dels Drets Humans, que en l'article 27 estableix que: «Tota persona té dret a prendre part lliurement en la vida cultural de la comunitat, a gaudir de les arts i a participar en el progrés científic i en els beneficis que en resultin». A més, en l'article 15.1.a del Pacte Internacional de Drets Econòmics, Socials i Culturals es demana als estats que reconeixin el dret de tota persona a participar en la vida cultural.

Partim d'aquestes declaracions a l'entorn del dret de la participació, per engegar una reflexió a l'entorn de les aportacions que fan i poden fer els museus —pel que fa als espais clau en el foment cultural—, quan engeguen processos de reflexió de segon ordre que els porten a replantejar com participen de la vida comunitària.

L'ICOM defineix que «els museus són espais democratitzadors, inclusivament i polifònics per al diàleg crític sobre els passats i

els futurs. Reconeixent i abordant els conflictes i desafiaments del present, custodien artefactes i espècimens per a la societat, salvaguarden memòries diverses per a les generacions futures, i garanteixen la igualtat de drets i la igualtat d'accés al patrimoni per a tots els pobles. Els museus no tenen ànim de lucre. Són participatius i transparents, i treballen en col·laboració activa amb i per a diverses comunitats a fi de col·leccionar, preservar, investigar, interpretar, exposar, i ampliar les comprensions del món, amb el propòsit de contribuir a la dignitat humana i a la justícia social, a la igualtat mundial i al benestar planetari.»¹

Aquesta definició —cert que encara no consensuada, la qual cosa és també un tema per tenir present— possibilita repensar el museu com a agent mediador i transformador, constructor de relacions i relats amb intencions contemporànies i disruptives que prevegin la memòria col·lectiva com a element patrimonial, tant en el fet de reconèixer-la com en el fet de generar espais de cocreació amb els subjectes d'aquesta comunitat.

El museu es converteix així en un agent clau en el procés de comunicació mediada i en una institució generadora de coneixement, amb capacitat d'impulsar escenaris comunicatius nous i, per tant, d'imaginar i de dissenyar mecanismes d'escolta activa, que hi transformin l'accés de les persones, la interacció amb aquestes i els seus relats, fent-los participatius i, fins i tot, cocreatius.

La pròpia recerca que ens ocupa —«La remor de la memòria»— sorgeix de la demanda que es recull en el procés de coparticipació ciutadana que el MMM va iniciar el 2018 en el marc de les Primeres Jornades de la Mar, organitzades per la institució. Aquest procés coparticipatiu plantejava: a) quin és el rol dels processos comunicatius en els museus; b) com es poden generar tècniques d'escolta que apropin la institució a les persones; c) com construïm relats honestos, i d) com vinculam ciutadania i Administració.

El plantejament és una invitació a repensar la identitat del museu, la relació amb la comunitat i, sense cap dubte, el relat cultural que proposa.

2. Les possibilitats d'un plantejament des de la comunicació

Assumim la premissa que tot moviment ciutadà és un laboratori de producció simbòlica que necessita comunicar (Ariño i Llopis, 2017). Per tant, la proposta teòrica que exposam en aquestes pàgines parteix d'una aproximació epistemològica que entén la comunicació com una eina per generar un coneixement que té com a objectiu aconseguir un impacte per arribar a la transformació social. Ens interessa posar l'accent en què la concepció de la comunicació com a mediació va més enllà d'un canvi de mirada sobre els processos comunicatius, sinó que s'instal·la, o com a mínim ho intenta, sobre el món social en general.

És a dir, proposam un trencament entre una comunicació linial i jeràrquica —per tant patriarcal— i entenem que, en la nostra proposta, la comunicació mediada possibilita, des de la governança cultural, la participació ciutadana, contemplant la democràcia cultural com a pràctica lligada a la creació de coneixement i no tan sols a la difusió d'aquest.

És per això que, en el moment d'exposar les bases teòriques de la recerca, ens referim a l'aproximació a la comunicació que ja fa Jesús Martín—Barbero als anys vuitanta del segle xx, però que dècades després ens sembla vigent i de reivindicació necessària. L'acadèmic proposa una teoria social de la comunicació basada en el paradigma de la mediació i defineix comunicació com «les diferents maneres i espais de reconeixement social» (Martín—Barbero, 1989). La comunicació, argumenta Martín

Barbero, possibilita una experiència d'apropiació, entesa com: «l'activació de la competència cultural de la gent, la socialització de l'experiència creativa i el reconeixement de les diferències, això és l'afirmació de la identitat que s'enforteix en la comunicació feta d'encontre i de conflicte amb l'altre. La comunicació en la cultura deixa llavors de tenir la figura d'intermediari entre creadors i consumidors per assumir la tasca de dissoldre aquesta barrera social i simbòlica descentrant i desterritorialitzant les possibilitats» (Martín—Barbero, 2005:134).

En el cas que ens ocupa, i entesa així, la comunicació planteja possibilitats d'interacció amb presència de subjectes que fins ara no formaven part del discurs cultural hegemònic. La comunicació ofereix també metodologies dialògiques d'encontre amb subjectes fins ara invisibilitzats en l'imaginari hegemònic, per tant, també del relat cultural hegemònic de la mar.

El nostre subjecte d'estudi és precisament tant aquest procés que permet l'emergència del relat que fan de la mar els oblidats i les oblidades del discurs hegemònic com el propi relat cultural. És a dir, contemplam el procés com el vertader subjecte d'estudi i, en el disseny d'aquest, esbossam un apropament entre comunitat i museu i, al mateix temps, un canvi de relat.

Aplicant la proposta de Martín—Barbero, la comunicació esdevé un procés de mediació entre museu i comunitat, i també hi possibilita escenaris de participació i de la presència d'aquesta. És a dir, el museu té un rol actiu en el canvi. El resultat: un procés de transgressió, tant pel que fa als rols, als reconeixements, a les relacions amb els subjectes i entre aquests, a la comunitat, al museu i a l'agenda de temes del relat cultural.

3. La memòria col·lectiva de la mar

Mendoza García exposa que l'acció museística suposa «fixar els significats públics de certs símbols que es pretén que siguin inscrits en la memòria» (2009: 64). És a dir, l'acció museística és una eina de distinció identitària. Gilberto Giménez defineix identitat com «la representació que tenen els agents (individuals o grupals) de la seva disposició (distintiva) en l'espai social i de la seva relació amb els altres agents, individus o grups que ocupen la mateixa posició o posicions diferenciades en el mateix espai» (Giménez, 2000: 70). Per tant, l'opció narrativa² i els relats culturals que se'n deriven són conseqüència d'una pugna o d'un conflicte simbòlic entre aquells actors que lluiten, precisament, per ser part d'un relat cultural ara ja no hegemònic.

Izquierdo, fent referència a la invisibilització de les dones en el relat museístic, exposa: «La visió del passat [...] constitueix una referència per a successives generacions, és realment un model. D'aquesta manera, allò que el museu no conta es converteix en marginal, per la qual cosa les dones es transformen moltes vegades en subjectes invisibles, sense capacitat alguna d'agència i participació en la construcció d'aquesta memòria que el museu representa» (Izquierdo, 2014: 19).

Ens preguntam què succeeix quan hi ha una explosió de relats emergents que entren en contradicció i conflicte amb els posicionaments i límits identitàris que se'ls pressuposa?

És a dir, quan hi ha una demanda social que exigeix l'actualització de l'imaginari narratiu que els ha organitzat i, per tant, demanden una revisió de la cultura³ que els situa i els atorga un espai en el relat —pot ser invisible, perifèric, marginal— escriu Izquierdo. En aquesta revisió, hi ha també la demanda de la coexistència de les versions múltiples que redefeixen la identitat.

Qui escriu el relat de la mar?
I qui hi participa?

Són preguntes que fa anys que ens feim⁴ i de les quals beu també la recerca de la memòria oral de la mar.

A «Dona'm la mar», un projecte que hem desenvolupat en els últims tres anys al Museu Marítim de Barcelona (MMB), ens trobàvem que el relat que feia el museu de la mar era en masculí, androcèntric, patriarcal. Gerda Lerner exposa en *La creació i el patriarcat* que el patriarcat va néixer quan l'home va sentir-se la peça clau del poder de creació i, a la mar, com va escriure Charles Baudelaire, l'home s'hi emmiralla.

«Home lliure, per sempre t'estimaràs la mar!
Espill de la teva ànima, la hi veus emmirallada
en l'infinit vaivé d'onada rere onada,
i tu ja ets un abisme més amargant encara.»

En la recerca desenvolupada al MMB denunciàvem que, en el relat, no hi ha dones, però en realitat tampoc hi ha homes: el relat cultural hegemònic que es fa de la mar és tan androcèntric que ni tan sols ens en cal la presència per veure'ls, percebre'ls i emparaular-los. El relat de la mar és el relat de l'home poderós, conqueridor; absent, però tan present que no cal que hi sigui per ser-hi.

Què significa ampliar la mirada i construir un altre relat possible de la mar? Què significa per a un museu plantejar una recerca a l'entorn de la memòria col·lectiva?

Reflexiona David Vidal (2018) que, des que Paul Ricoeur va escriure *Tiempo y narración*, a la dècada dels vuitanta, sabem que «el relat és el recurs inevitable pel qual els éssers ens instal·lem (i ens humanitzem) en el temps. El relat ens situa en un temps i en un lloc i ens atorga una identitat. El relat ens aporta consciència

del temps (un aquí i un ara en oposició a un abans i un després); de la topografia (i no ens referim a un lloc físic, sinó a l'espai simbòlic que ocupa l'individu i el grup del qual forma part), i de la cronografia (descripció del temps en què es viu, un cop més des d'un punt de vista simbòlic)». És a dir, el relat ens ajuda a explicar-nos col·lectivament de manera retrospectiva, a pensar-nos en el present i, en un escenari de canvi, a repensar-nos prospectivament. Ens dona les claus per interaccionar entre l'allò per conèixer i el jo; entre el nosaltres i el jo, i, inevitablement, entre el vosaltres i el jo.

És a dir, el relat ajuda a les comunitats humanes a explicar-se col·lectivament de manera retrospectiva, a pensar-se en el present i, en un escenari de canvi, a reinventar-se prospectivament. El relat proporciona les claus per a interaccionar entre l'allò per conèixer i el jo; entre el nosaltres i el jo, i, inevitablement, entre el vosaltres i el jo. Albert Chillón expressa: «No hi ha pensament sense llenguatge, sinó pensament en el llenguatge (...) al cap i a la fi, l'experiència és sempre pensada i sentida lingüísticament» (Chillón, 1998: 70). L'autor afegeix que l'ésser humà és fruit d'una narració, es forma i es desenvolupa com a tal en aquesta i la seva existència discorre en un mitjà narratiu. Els individus necessiten relats que els ajudin a identificar estructures (trames argumentals), que els donin estructures assimilables de significació i d'interpretació de la seva identitat i experiència.

La recerca de la memòria oral de la mar parteix de la convicció que la nostra comprensió del món i de la vida es configuren, en gran mesura, des de la pluralitat d'interpretacions que s'expressen a partir de formes narratives i que és, precisament, la interrelació de les narracions i les narratives les que donen sentit a la realitat.

Un canvi de mirada permet veure el que hi ha des de punts de vista nous, fent-se preguntes noves i incloent actors nous i temes nous. De la mateixa manera que vàrem fer amb «Dona'm la mar»,

ampliam la mirada i preguntam com narren la mar els oblidats i les oblidades del relat cultural hegemònic. És a dir, feim de nou referència a un concepte clau i que és al cor de la nostra recerca a l'entorn del relat: la memòria col·lectiva.

Maurice Halbwachs aporta una definició de la memòria col·lectiva, diferenciant-la de la memòria històrica. Explica que la memòria és un fet i un procés col·lectiu. L'existència d'un llenguatge i la significació comuna als membres d'un grup fa que aquests tornin al passat de manera col·lectiva, és a dir, dotant d'un sentit compartit els esdeveniments que els han constituït com una entitat. La memòria històrica és una i es tanca sobre els límits que un procés de decantació social li ha imposat; la memòria col·lectiva és múltiple i es transforma a mesura que és actualitzada pels grups que hi participen: el passat mai és el mateix.

La distinció genera un escenari que, en si mateix, és un repte per a un espai com un museu. Primer, perquè com a institució de commemoració, és un espai de reconeixement identitari i és també un espai que proposa relats de continuïtat i estructurats entre passat i present, per tant, una cosmovisió. I segon, perquè cal ressaltar que, en un espai com un museu, hi ha una pugna entre actors diversos per «fixar els significats públics de certs símbols que es pretén que siguin inscrits en la memòria» (Mendoza García, 2009, pàg. 64).

Said afegeix que cap identitat cultural apareix del no-res; la identitat és construïda col·lectivament «sobre les bases de l'experiència, la memòria, la tradició (que també pot ser construïda i inventada) i una enorme varietat de pràctiques i expressions culturals, polítiques i socials» (2001: 39).

Si «la memòria es troba indissolublement unida a la identitat» (Wiessel, 1999 a Mendoza García, 2009: 60), és clar que s'entendrà que aquesta és una lluita narrativa entre relats que argumenten lectures diferents, com apuntàvem anteriorment.

Què passa llavors en moments de crisi de relat, quan narracions emergents, com la demanda d'igualtat, deslegitimen el discurs tradicional?

Mendoza García afirma que aquestes narracions emergents fan referència a les memòries col·lectives. «Aquesta memòria no implica solament la constitució d'identitats estables i sòlides, sinó la coexistència de versions múltiples del passat que ajuden a redefinir constantment la identitat a partir de la necessitat de present» (2009: 64).

La memòria col·lectiva permet impulsar la reflexió al voltant de com la memòria, com a esdeveniment verbalitzat, es mou entre l'esfera pública i la privada; entre el jo i la comunitat; entre el present i el passat. És més, en la narració individual existeix —i preexisteix— el relat col·lectiu. «El relat del jo, en general, és provocat per episodis lligats a algun interès de més llarg alè; ens seguim construint nosaltres mateixos mitjançant narracions... vam crear i recreem la identitat mitjançant la narrativa» (Bruner, 2002: 107).

Mitjançant la narrativa i a través dels relats que abasten la diversitat es poden generar narracions diverses que coexisteixen i que, de moltes maneres, posen en perill les identitats fixes i el seu reflex: el relat patriarcal.

Antonio Gramsci ho escriu en els termes següents: lluitar per una cultura nova que impliqui una manera nova de sentir i veure la realitat, per així donar pas a un grup social nou que entra a la vida històrica amb actitud hegemònica, amb una seguretat en si mateix que abans no tenia, necessàriament ha de generar personalitats que abans no haurien trobat força suficient per expressar complidament en un determinat sentit (Gramsci, 2011: 133). En aquest relat emergeixen «les estratègies a través de les quals filtren, reorganitzen el que ve de la cultura hegemònica i ho integren i fonen amb el que ve de la seva memòria històrica» (Martín Barbero, 1987: 84).

El relat d'aquesta història oral, memòria oral de la mar, es configurarà a través de la paraula dels que fins ara han estat invisibilitzats i invisibilitzades i aquestes persones, a través de les seves narracions, ens acostaran a les sociabilitats i cultures polítiques des d'on han après a percebre i viure la mar.

Com dèiem abans, ens aproximam a allò que fins ara era exclòs, allò que estava al marge, allò que era considerat no hegemònic, allò que García—Canclini indentifica com a popular: «Aquells [i aquelles] que no tenen patrimoni, o no aconsegueixen que sigui reconegut i conservat» (García—Canclini, 2001:195).

És per això que la recerca planteja treballar en l'entorn d'un relat inclusiu, igualitari i divers. Un relat que trenqui amb el discurs hegemònic de la mar i emparauli (Mèlih, J. C., Moreta, I.; Vega, A., 2011) els que fins ara han estat exclosos i que han estat al marge del relat patrimonial de la mar. Les persones que han format part del relat cultural s'hi han incorporat des de l'anècdota i l'exotisme, però sense que els seus sabers fossin considerats necessaris per entendre com vivim i també com podem viure d'una altra manera.

4. Uns apunts a l'entorn de la metodologia de la recerca

Com ja s'ha exposat, recerca s'emmarca en el procés participatiu que el MMM va engegar el novembre del 2018. És a dir, després de els Primeres Jornades de la Mar, Pensar la Mar, es dissenya una metodologia etnogràfica que apropa el Museu Marítim de Mallorca (MMM) a la comunitat pescadora del Port de Sóller, seu del Museu de la Mar.

Es planteja una metodologia estructurada a través de dues tècniques de recerca: grups de discussió i entrevistes en profun-

ditat. El paquet tècnic es complementarà després en una recerca d'imatges històriques, que els testimonis aportaran i relataran.

Treballar amb la història oral, i en general amb qualsevol mètode biogràfic, implica reptes metodològics i analítics importants. La història o els relats individuals a què tenim accés quan aplicam les històries orals o històries de vida han de servir, idealment, per conèixer no només la vida d'una persona singular, sinó, sobretot, per articular aquesta trajectòria de vida individual amb el que podem anomenar història social o història col·lectiva.

La recerca parteix de dos objectius principals:

- Apropar-se a la comunitat pescadora del Port de Sóller, amb la intenció que aquesta s'apropii del Museu de la Mar i, per tant, del Museu Marítim de Mallorca, s'hi reconegui i s'hi vinculi de tal manera que en vulgui ser partícip de diferents maneres.
- A través de les històries de vida de diferents membres de la comunitat pescadora del Port de Sóller, configurar un relat cultural no hegemònic de la mar i que ens ajudi a entendre com vivim i com podem viure.

Es proposa treballar amb els indicadors següents, que seran la base de les guies:

Família

Pescadors

Navegants

Emigració (França-Alemanya)

Infància (guerra / postguerra)

Educació al port / mestre

Quotidianitat de la barca

Cançons / glosses
Relacions dins la barca: patró-mariners
Vent
Contraban
 Rol dels pescadors
 Mar-muntanya
Activitat pesquera
 Formes de pesca: arrossegant, bou, nansa, canya, volantí
 Tipologia de barques
 Aparells de les barques
 Antenes / veles: procedència i reparacions
 Xarxes: tintatge / assecadors / dofins
 Modernització:
 Niló
 Motors: de l'illa / de fora / reparacions
Arts de pesca
Canvis a la pesca
 Tipologies de peix
Venda de peix
 Dones
Vida associativa: pòsit i confraria
Rols de les dones
Construcció del moll
Vida al port / Santa Catalina
 Oci
 Festes
 Alcoholisme
Base naval
Turisme
 Pescadors que embarquen turistes cap a sa Calobra
 Nous pescadors
Resistències

La recerca de testimonis no és tancada: unes ens porten a unes altres. L'univers de testimonis finalment serà de dotze persones: cinc dones i set homes.

Les dones seran venedores de peix, filles de pescadors, germanes de pescadors o dones casades amb pescadors.

Els homes seran sis pescadors i un mestre d'aixa.

5. Primeres conclusions

La recerca ens permet conservar un llegat, el patrimoni immaterial, acumulat en la memòria dels pescadors, venedores de peix i persones vinculades al Port de Sóller. Aquestes són el testimoni, encara viu, dels canvis que ha viscut un espai geogràfic singular, com és el Port de Sóller, però que també són una representació dels canvis que ha viscut Mallorca al llarg dels darrers setanta anys. La recerca ens aproxima a la revolució cultural que va suposar el turisme i en com va afectar les formes d'organització social i el territori.

El treball de camp apunta cap a un relat del que cal primer desempallegar-se d'un relat aliè, com és el dels navegants —homes que s'embarcaven en el comerç de taronja cap a França, a les acaballes del XIX fins a la segona dècada del segle—, per tal que surti aquella història que configura la generació amb la qual estam treballant: homes i dones nascuts entre 1929 i 1945.

La recerca recull les vivències de dotze testimonis, el més vell dels quals va néixer a finals dels anys vint del segle XX i el més jove a principis dels anys noranta del mateix segle. Els testimonis no són espectadors de la seva història i de la representació al museu, sinó que en formen part, la decideixen, a través dels records i de les vivències.

Els diferents testimonis deixen d'estar al marge dels discursos hegemònics dels grans protagonistes de la història, per formar-ne part de la construcció i representació, són ells els que en el seu dia a dia i de forma passiva o activa, conscient o inconscient, han construït el Port que tenim i la Mallorca del segle XXI, amb les seves contradiccions, que entren en diàleg amb un passat i un present acceptat i canviant.

Uns canvis que en els seus relats s'han anat succeint des de la postguerra fins avui dia, passant pel contraban, el turisme, l'arribada de pobladors i costums, fins a l'adaptació i adopció de tecnologies i costums nous, canviant cosmovisions que es resisteixen al pas del temps, però que accepten sense més remei els canvis arribats, entremesclant-se els desitjos personals amb els col·lectius.

La recerca parteix d'un enfocament que qüestiona el relat oficial i es pregunta com s'ha construït aquest, quin punt de vista privilegia, quines veus incorpora, quins arquetips planteja i com els explica. Suposa també assumir un compromís polític amb la visibilitat i el reconeixement de les persones oblidades, que han estat històricament ocultades o infrarepresentades a les narratives oficials.

Ens ajuda a entendre els mecanismes d'ocultació i els processos pels quals s'han normalitzat aquests mecanismes.

Implica generar una altra agenda de temes: infància robada, alcoholisme, supervivència, resistència... Planteja altres escenaris possibles i els fa complexos i diversos, per incorporar punts de vista i subjectes que fins ara eren al marge i/o hi vivien.

Porta el marge al centre, per tant, fa trontollar els privilegis sobre els quals s'ha construït i narrat el centre.

El museu emergeix com un espai de reconeixement de l'altre com a subjecte social i com a unitat indissociable d'una comunitat en què museu i comunitat negocien significats i produeixen sentits en espais de trobada possibilitats pel propi museu.

Notes

- 1 Web de l'ICOM: <https://icom.museum/es/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>, consulta feta el 19 de març del 2020.
- 2 La narrativa fa referència: a) al procés o processos pels quals es crea una història i b) proposa relats individuals i col·lectius que, al mateix temps, es configuren com a part de l'imaginari social.
- 3 «La cultura és el principi organitzador de l'experiència, mitjançant ella ordenam i estructuram el nostre present, a partir del lloc que ocupam en les xarxes de relacions socials. És, en rigor, el nostre sentit pràctic de la vida» (González, 1987: 8).
- 4 «Donà'm la mar» és un projecte recerca engegat pel MMB el 2017. L'objectiu del projecte era entendre com incorporar les dones al relat de la mar que feia el museu. Dirigit per C. Gayà Morlà i L. Seró va suposar un canvi de mirada per al personal del museu. Del projecte se'n deriva una exposició, un canvi en els fulls de sala de l'exposició permanent: 7 vaixells / 7 històries, un canvi en les guies docents de totes les activitats del museu, amb la incorporació de la perspectiva de gènere i un llibre amb les històries dels participants.



Francisca Mayol Garau. Venedora de peix, filla de pescador i germana de pescador. Ningú mai li va demanar què volia ser o què volia fer. «Fèiem el que ens manaven», explica. Va vendre el peix del seu germà a una parada del mercat de Sóller. De molt jove ajudava una germana i després va agafar el negoci ella. Deixà l'ofici amb la sensació que ningú sap fer el peix net.



Jaume Mayol Garau, va néixer el 1929. Pescador, fill de pescador i germà de venedores de peix i d'adobadora de xarxes. No va treballar mai en turisme, sempre va ser pescador. Explica la postguerra amb històries de contraban.



Jaume Ensenyat, es Mahonès, pescador. Fill de navegant, pescador del Port de Sóller. A partir del boom turístic, va ser un dels primers patrons que va acompanyar —traginar, en diuen els pescadors—, turistes a sa Calobra. Adaptaven llaüts: seients, coixins i poca cosa més. Així començà una indústria que canvià el port.



Damià Mongeot Vicens. Quan just era un infant el varen enviar a fer herba a una finca. Ben aviat, va decidir que faria el mateix que el pare i els germans: pescar. Amb 27 anys es va comprar un llaüt.

Bibliografía

- ARIÑO, A; LLOPIS, R. (2017). *Culturas en tránsito*. Madrid: Fundación SGAE.
- BRUNER, J. (2002). *La fábrica de historias. Derecho, literatura, vida*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2003.
- CHILLÓN, A. (1998). «El “giro lingüístico” y su incidencia en el estudio de la comunicación periodística». *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, núm. 22, p. 63-98.
- GARCÍA CANCLINI, N. (2001). *Culturas híbridas*. Buenos Aires, Paidós.
- GIMÉNEZ, G. (2000). «Materiales para una teoría de las identidades sociales». A Valenzuela Arce, J. M. (coord.). *Decadencia y auge de las identidades*. México, El Colegio de la Frontera Norte, Plaza y Valdés.
- GONZÁLEZ, J. A. (1987). «Los frentes culturales. Culturas, mapas, poderes y lucha por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida». *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. I, 3, Universidad de Colima, México, p. 5-44.
- GRAMSCI, A. (2011). *¿Qué es la cultura popular?* València, publicacions de la Universitat de València.
- HALBWACKS, M. (1991). «Fragmentos de la memoria colectiva». *Revista de Cultura Psicológica*, 1, México, UNAM-Facultad de Psicología.
- IZQUIERDO PERAILE, I. (2014). «A vueltas con el género... Hablando de mujeres en los museos de arqueología». *Museos, Arqueología y Género. ICOM Revista del Comité Español de ICOM*, 9, p. 14-26.
- LERNER, G. (2017). *La creació del patriarcat*. Barcelona: Editorial Katakak.
- MARTÍN BARBERO, J. (1989). «Comunicación y cultura: unas relaciones complejas». *Telos: cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, 19, p. 21-26.
- MARTÍN-BARBERO, J. (2005). «Los oficios del comunicador». *Coherencia*, vol. 2, núm. 2, enero-junio, 2005, p. 115-143, Universidad EAFIT, Medellín, Colombia.

- MÈLIH, J. C.; MORETA, I.; VEGA, A. (2011). *Empalabrar el mundo. El pensamiento antropológico de Lluís Duch*. Barcelona, Fragmenta Editorial.
- MENDOZA GARCÍA, J. (2009). «El transcurrir de la memoria colectiva: la identidad». *Revista Casa del Tiempo*, 2 (17), México, Universidad Autónoma Metropolitana. p. 59-68.
- RICOEUR, P. (1995). *Tiempo y narración*. Buenos Aires, Siglo XXI Editores.
- SAID, E. (2001). «Cultura, identidad e historia». A Schröder, G. i Breuninger, H. (comp.). *Teoría de la cultura. Un mapa de la cuestión*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2005, p. 37-53.
- VIDAL, D. (2018). Document inèdit sense títol. Barcelona.
- WIESEL, E. (1999). Prefacio. A Barret-Ducrocq, F. (dir.) *¿Por qué recordar?.* Barcelona, Granica, p.11-13.



MARTA RIZO GARCÍA

Llicenciada, màster i doctora en comunicació per la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Des del 2002, col·labora com a investigadora externa amb alguns projectes de l'Institut de la Comunicació (InCom) de la UAB. Des del 2003 és professora titular de la llicenciatura en comunicació i cultura de la Universitat Autònoma de la Ciudad de México; des del 2008 coordinadora del grup de recerca Comunicació intersubjectiva de l'Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) i vicecoordinadora del grup de treball Teoria i metodologia de la investigació en comunicació, de l'Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC). Autora d'onze llibres i de més de cent articles a revistes acadèmiques. A/e: mrizog@gmail.com



CATALINA GAYÀ MORLÀ

Directora de la recerca de la memòria oral de la mar del Museu Marítim de Mallorca (MMM). Doctora en comunicació i professora lectora del programa «Serra Hunter», del Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura (UAB). Consultora de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) i professora del màster de Periodisme Literari de la UAB. Té més de 20 anys d'experiència com a periodista a diferents països, entre aquests Mèxic, on va treballar per a la revista Cambio, dirigida per Gabriel García Márquez. «Ves, viu i explica-ho» —una ensenyança i un regal del Premi Nobel— ha marcat tota la seva carrera com a contadora d'històries de no-ficció. El 2016, va posar en marxa Dones, el programa feminista d'IB3 Ràdio a les Illes Balears, que va dirigir durant tres anys i, el 2019, va dirigir un estudi pilot a l'entorn de violències masclistes i les narratives de xarxes socials de l'Institut Balear de la Dona. Autora d'El mar es tu espejo (2017, Libros del KO). Ha codirigit la recerca Dona'm la mar del Museu Marítim de Barcelona (MMB). A/e: catalina.gaya@uab.cat

**ENTRE LA
CONSERVACIÓ I
LA GESTIÓ DE LA
PROXIMITAT.
PER A QUÈ SERVIM
ELS MUSEUS?**

JORDI ABELLA PONS

Resum de l'article

Des del juny de 1994, en què Casa Gassia obre al públic com a cap de l'Ecomuseu, veu la llum –després de molts anys de gestació– un ambiciós projecte que vol combinar la salvaguarda i la gestió del patrimoni amb el desenvolupament local i territorial.

Ara, quan celebrem els 25 anys de la inauguració de Casa Gassia, volem presentar en aquest article algunes reflexions sobre aquests anys de funcionament i, sobretot, començar a marcar algunes de les noves línies de treball que ens permetin plantejar el futur, en el nou i complex context econòmic i social en el que ja estem immersos.

El patrimoni cultural, en el seu sentit més ampli, és un gran recurs de desenvolupament local que pot afavorir oportunitats de futur per als territoris.

Paraules clau

Ecomuseu de les valls d'Àneu, Pirineu, desenvolupament local, territori, museus locals.

Des del juny de 1994, en què Casa Gassia com a cap de l'Ecomuseu obre les portes al públic, veu la llum —després de molts anys de gestació— un projecte ambiciós que pretén combinar la salvaguarda i gestió del patrimoni amb el desenvolupament local i territorial.

Ara, quan celebrem els 25 anys de la inauguració de Casa Gassia, volem en aquest article presentar algunes reflexions sobre aquests anys de funcionament i, sobretot, començar a marcar algunes de les línies noves de treball que ens permetin plantejar el futur, en el nou i complex context econòmic i social en el qual ja estem immersos.

Alguns referents teòrics. El concepte de territori, la nova museologia i els museus de societat

L'Ecomuseu de les Valls d'Àneu neix sota la influència directa de la nova museologia francesa, que es caracteritzava per definir un model nou de museus, més implicats en el territori, en la població local, i el seu desenvolupament. Aquesta concepció, que durant els anys 80 i 90 va estar molt activa i reivindicada des de la museologia catalana, ha marcat molts dels eixos teòrics d'aquest projecte.

Els ecomuseus és consideren com un indicador del desenvolupament d'alguns canvis revolucionaris que han afectat la concepció moderna del museu. S'ha passat del museu edifici al museu territori, de la col·lecció d'objectes emmagatzemada i protegida al

patrimoni comunitari col·lectiu i del públic visitant a la comunitat implicada en la gestió del patrimoni.

Com diu Jean Davallon¹ «los museos sólo pueden justificarse social y culturalmente en función de su destinatario: el público; o por decirlo con la nueva museología, es la comunidad la que marca y consagra la razón de ser de estas instituciones como un instrumento de desarrollo cultural, social y económico a su servicio.»

Un altre concepte fonamental ha estat el de territori. El territori, tal com diu Mateo Hernando² referint-se al concepte de *local*, no s'ha de veure com una mera demarcació administrativa, sinó com un espai geogràfic amb unes característiques similars, que es tradueixen en una situació socioeconòmica comuna. Els problemes i les necessitats, l'evolució històrica i cultural, s'han de recollir en la diagnosi territorial que es formuli dins del procés d'elaboració de l'estratègia de desenvolupament.

En aquest sentit és bàsic conèixer amb profunditat la realitat històrica, econòmica, social i cultural d'un territori abans de fer qualsevol proposta d'actuació o d'activar un procés de desenvolupament local.

I un tercer referent teòric, que alguns autors consideren com una certa evolució i actualització dels ecomuseus i la nova museologia és la dels museus de territori. Tal com diu Carles Vicente:³

«Els museus, en general, han patit al llarg dels temps transformacions diverses i han acomplert funcions ben diferents: d'espai de representació simbòlica a espais d'intercanvi i comunicació d'experiències amb una clara funció social i integradora. En aquest procés, els museus han esdevingut complexos centres culturals especialitzats en la recuperació i investigació del patrimoni que conserven, a més de democratitzar-ne l'accés als ciutadans. Aquesta funció es fa encara més evident en els anomenats museus de territori, que prenen aquest com a objecte museístic primordial o element bàsic sobre el qual recolza el seu discurs.»

Aquests equipaments es defineixen i singularitzen per la proximitat i la implicació en el seu medi cultural-natural, per la vocació d'ús comunitari basat en la participació ciutadana i pel tractament integral dels béns patrimonials d'un espai determinat, allò que s'anomena el museu sense murs: l'exposició com a síntesi o preàmbul del veritable «museu-territori».

A partir d'aquests referents teòrics, l'Ecomuseu de les Valls d'Àneu ha anat desenvolupant eixos de treball diversos:

1. La recuperació del patrimoni local. Promoció d'un producte cultural conjunt i coordinat

A partir de la recuperació i la posada en valor de diferents infraestructures i edificis històrics, repartits per tota la vall, es proposa organitzar un producte cultural de qualitat, suggerent per al visitant i que aporti coneixement i dinamitzi el territori.

En aquest sentit proposem un viatge en el temps i en l'espai per introduir, d'una manera real i participativa, el visitant en la cultura i les formes de vida de la zona.

En els primers anys el projecte el formaven:

- Casa Gassia d'Esterrí d'Àneu, casa museografiada originària del segle XVII, que ens permet introduir el visitant en com s'organitzava la vida domèstica de principis del segle XX i com ha anat evolucionant fins a l'actualitat.
- La serradora d'Alós, on s'explica el món de l'explotació forestal, quan la fusta era matèria primera insubstituïble.

I il·lustra el procés que se seguia des que es tallava al bosc fins que era transformada en taules per a la construcció.

- El conjunt monumental de Son, format per l'església dels sants Just i Pastor, el campanar llombard, el cloquer, el cementiri i la torre del rellotge —antic comunidor per exorcitzar les tempestes—. En l'interior es pot veure el retaule, obra de Pere Espallargues, una joia del gòtic lleidatà del segle xv, i les excel·lents mostres romàniques del patrimoni moble.

Però a poc a poc, en aquests darrers anys s'han anat incorporant molts altres elements —alguns relacionats amb les esglésies romàniques o barroques de la vall—, com el monestir de Sant Pere del Burgal o la vila closa d'Escaló, Santa Maria d'Àneu, Sant Joan d'Isil o Sant Pere de Sorpe i altres més etnològics o històrics, com la formatgeria de Gavàs o la ruta dels búnquers de la Guingueta d'Àneu,⁴ entre d'altres.⁵

Cadascun d'aquests espais ecomuseístics, que definim com a antenes o radials, són testimoni d'algun aspecte relacionat amb el present, el passat i el futur del territori. Des de l'Ecomuseu intentem organitzar-ne una oferta, promoció i gestió coordinada i treballar conjuntament amb els ajuntaments, el bisbat d'Urgell i la Generalitat de Catalunya en el seu coneixement, la conservació i la difusió.

El paper dels guies interpretadors

En tot aquest procés de presentació i gestió de les antenes continua jugant un paper clau el paper dels guies interpretadors que gestionen les visites i ajuden a conèixer de primera mà els relats i discursos que acompanyen les visites.

L'aposta per les visites guiades es fonamenta en les idees següents:

- La creació d'un equip de guies —més o menys estable— és una bona manera de crear connexions més intenses amb el propi territori i la població local. La majoria de les persones que fan i han fet de guia (en aquests quasi vint anys hi han passat ja diverses generacions) són gent del propi territori, que mitjançant aquesta feina, a més a més de mobilitzar uns recursos econòmics en forma de contractes laborals i aportar un interessant impacte econòmic directe, participen més activament en el projecte ecomuseístic.
- Creiem que els guies aporten un valor afegit qualitatiu en la presentació i en el coneixement no sols dels espais visitats sinó també de tot el territori. El guia pot ser un bon intermediari per arribar a conèixer molts altres aspectes de la realitat social, econòmica i cultural del territori i, sobretot, pot donar respostes a preguntes, inquietuds i necessitats dels visitants que un altre mitjà comunicatiu més tecnològic potser no podrà fer.
- La visita guiada és fàcilment renovable, es pot actualitzar i personalitzar i no depèn de manteniments tècnics costosos que facin excessivament dependents les visites d'equips sofisticats que el dia que no funcionen generen frustracions i decepcions. Això no vol dir que en alguns dels espais visitables no es disposi de reforços comunicatius, basats en tecnologia, presentacions museogràfiques o altres recursos.

Tot i que financerament el manteniment d'una estructura estable de guies interpretadors pot ser més costosa (s'ha d'invertir en formació, en sous i en gestió) que altres mitjans comunicatius i d'exposició (que en alguns casos un cop instal·lats ja no comporten despeses de manteniment), creiem que els beneficis socials d'aquests plantejaments són més alts.

El plantejament museogràfic de Casa Gassia, cap de l'Ecomuseu. Propostes noves

L'any 1994 s'obre al públic Casa Gassia que és museografiada a partir dels continguts que va aportar la recerca Casa i família a les valls d'Àneu, que es va desenvolupar amb la col·laboració de la Universitat de Barcelona.

En aquesta presentació museogràfica es van prioritzar els elements següents:

- Recuperar els espais propis de la casa i el manteniment d'aquells elements que encara hi eren presents, tant de mobiliari com d'estructura, des dels més antics (segle XVIII) fins als més contemporanis (principis-mitjans del segle XX), per tal d'intentar donar una imatge evolutiva i viva de la casa i de l'espai domèstic. Volíem defugir d'una visió tradicionalista i nostàlgica del món familiar, i ens interessava molt poder anar contextualitzant històricament les transformacions i els canvis d'una casa agroramadera pirinenca entre els segles XVIII i XX. L'objectiu final era utilitzar el relat de la vida domèstica d'una casa per explicar que no existia una societat tradicional estàtica i immobiliària i que no es pot entendre el patrimoni cultural sense el context econòmic, social i històric en el qual està immers.

- Per una altra banda el fet de disposar d'espais i ambientacions originals, reflexos d'èpoques i moments històrics diferents, però convivint en un mateix edifici, atorga una força patrimonial molt intensa a Casa Gassia. L'organització de l'espai, els materials de construcció, els detalls arquitectònics i els elements mobles que hi conviuen en conjunt ens ofereixen una experiència patrimonial molt accessible i valorada pel visitant i que sovint no es pot comparar amb altres mitjans expositius més clàssics (objectes en vitrina, plafons, etc.). Calia reforçar aquesta idea que era un patrimoni viscut i no simplement recreat. Per aquesta raó es va apostar per una museografia molt sobria i neta, prioritzant sobretot els espais d'ambientació, la força pròpia del patrimoni original, i afegint únicament uns petits plafons interpretatius on es presentaven algunes fotografies dels anys 30 i 40 amb petits textos recollits i transcrits de la recerca oral i que ens permetien una contextualització millor.

Actualment hem obert un procés nou de reflexió per intentar replantejar alguns aspectes de la museografia de Casa Gassia. Després d'una primera inversió en aspectes de reforç arquitectònic de l'estructura i de la recuperació d'alguns espais nous de la casa que fins ara no eren accessibles per problemes de seguretat (bàsicament la tercera planta i el cap de casa), ara estem definint cap on han d'anar les noves actuacions. Partim d'algunes premisses de base:

- Creiem que cal mantenir i reforçar els espais originals de la casa i continuar utilitzant el guiatge com un element fonamental en la visita. De fet, com més temps passa més valor documental i històric va tenint Casa Gassia.

De moment hem reforçat les opcions de visita introduint un sistema d'audioguies, pensat bàsicament per augmentar l'opció de fer visites en altres idiomes, d'una manera permanent.

- Proposem mantenir el mateix format de visita a la primera i segona planta de la Casa, actualitzant una mica el discurs històric i incorporant algun petit element de reforç audiovisual.
- Per una altra banda proposem la utilització dels dos nous espais recuperats (la 3a planta i el cap de casa), com a espais oberts on plantejar exposicions temàtiques temporals (anuals o bianuals) al voltant de temes relacionats amb la vida a les valls des d'una visió àmplia, però amb algun tipus de relació (directa o indirecta) amb la casa i la família.

2. La recerca. Coneixement i aplicabilitat. Una funció bàsica per al territori

Que la recerca i la investigació és o hauria de ser una de les funcions bàsiques dels museus sembla que ningú ho posa en dubte. La crua realitat ens mostra, però, la dificultat que tenen la majoria dels museus del nostre país per poder desenvolupar correctament aquesta funció.

Tot i això, cal continuar reivindicant la necessitat que els museus fem recerca, en col·laboració amb les universitats o altres centres o entitats, sobre el territori o els diferents àmbits en els quals ens movem. En aquest sentit, cal també fer un pas endavant i reivindicar la recerca en dos sentits:

1. Aplicabilitat. Els museus poden ser uns intermediaris magnífics per poder extreure resultats d'aquestes recerques i buscar-ne aplicacions al mateix territori: muntatge d'exposicions, iniciació de processos de recuperació, reivindicació i restauració del patrimoni local, retorn de coneixements a les escoles, organització de tallers i propostes lúdiques, creació de rutes, itineraris i altres productes divulgatius, etc.
2. Contemporaneïtat. La recerca en els museus no s'ha de basar únicament en l'estudi de les col·leccions i els fons que salvaguarden. Cal incentivar el coneixement i l'anàlisi del territori i de la seva evolució històrica, econòmica i social. En aquest sentit, crec que sovint els museus prioritzen i valorem molt la recerca del passat i ens manca una certa visió més des del present que ens ajudi a connectar amb les necessitats de la població amb la qual convivim.

Aquestes dues idees són les que articulen una gran part de la recerca i la investigació, que durant aquests anys hem anat desenvolupant des de l'Ecomuseu de les Valls d'Àneu. La recerca ens ha servit per crear i activar productes patrimonials i garantir-ne una màxima qualitat científica. En aquest sentit podem citar alguns exemples, com la creació de guions per a les visites guiades als radials o el disseny de l'itinerari frontera i búnquers de la Guingueta d'Àneu, o també ens ha servit per detectar i analitzar potencials línies noves de desenvolupament que ens permetin activar recursos locals nous (com ha estat el cas dels estudis sobre artesaeria, turisme, patrimoni immaterial, etc.).

3. La gestió d'espais expositius i museogràfics. La creació de relats nous

A més de la gestió dels diferents espais ecomuseístics o radicals, la majoria dels quals disposen d'elements museogràfics permanents, l'Ecomuseu de les Valls d'Àneu disposa de diversos espais expositius oberts, que intenten generar relats nous i actualitzar discursos museogràfics.

Disposem de tres sales, amb un total aproximat de 250 m², que es plantegen com a espais temporals que s'utilitzen bàsicament per acollir exposicions de producció pròpia o externa i que ens serveixen per renovar els discursos expositius cara a la població local i als visitants.

Dins el projecte disposar d'espais expositius no permanents és fonamental i ens permet la possibilitat d'utilitzar el discurs expositiu com un mitjà de recuperació del patrimoni local, de presentació de novetats, de generar debat i una acció directa amb la població local. Les exposicions temporals ens permeten actualitzar i augmentar constantment l'oferta patrimonial i poder obrir línies noves de comunicació amb la comunitat.

A més, sovint les sales d'exposició temporals són utilitzades per les escoles, associacions i altres entitats locals per generar productes propis o activitats i utilitzar l'Ecomuseu com un mitjà d'expressió i de reivindicació local.

Aquests espais expositius també es plantegen des d'una perspectiva polivalent i, a més a més d'acollir exposicions, tenen usos i funcions molt variades, que sovint responen a altres necessitats, a més de les purament museogràfiques. L'ús d'aquests espais per organitzar tallers, cursos, trobades, actes lúdics, concerts, obres de teatre o altres activitats que responen a les necessitats de la població local és constant i aquesta funció de dinamització social i cul-

tural que està desenvolupant l'Ecomuseu és probablement una de les més valorades i reivindicades.

4. El patrimoni i els museus com a motor potencial de desenvolupament per al territori. L'exemple de la dinamització de l'artesanía local

Els museus i altres entitats de gestió patrimonial poden ser de gran utilitat per al desenvolupament dels recursos locals. Més enllà de l'articulació d'una oferta turística i cultural de qualitat, que generi visitants i activitat econòmica —directa i indirecta— a la ciutat, municipi o comarca, el patrimoni cultural i natural, en les seves vessants i percepcions diverses, pot ajudar a activar altres recursos propis de l'entorn. En aquest sentit defensem clarament la funció de motor de desenvolupament local que poden representar els museus.

Des de l'Ecomuseu de les Valls d'Àneu hem intentat anar treballant en aquesta línia i desenvolupar diferents projectes des d'aquesta perspectiva. Un exemple ha estat el projecte de dinamització de l'artesanía local que es va iniciar l'any 2000 i que actualment sembla consolidat i aporta interessants beneficis al territori.

El camp d'actuació d'aquest projecte s'ha centrat en el sector artesanal relacionat amb el treball de la fusta, el teixit, el ferro, la terrissa i la cistelleria. Aquests materials, molt utilitzats històricament en l'elaboració d'objectes i eines quotidianes en la societat pirinenca, estaven en un procés d'abandonament i desús. Enteníem, però, que podien convertir-se en veritables icones o símbols d'unes formes de vida molt vinculades al territori i als seus paisatges humanitzats. Al mateix temps que es recuperava una part del

nostre patrimoni cultural, també s'oferia la possibilitat d'articular un potencial sector econòmic que fins al moment era força desconegut, desestructurat i amb problemes de definició.

Prèviament, i de forma paral·lela a aquestes actuacions i objectius finals, es posà en marxa l'estudi, la documentació i col·lecció d'aquestes manifestacions artesanals. Així, encara avui, es recullen testimonis orals, gràfics, bibliogràfics i, sobretot, antics objectes que ens permeten acostar-nos a les diverses tècniques de treball, les tipologies i els materials utilitzats, l'estètica predominant i també s'intenta documentar els usos i la simbologia de moltes d'aquestes produccions.

Dins d'aquest marc es van obrir línies diverses de recerca que ens han permès conèixer amb molta més profunditat la feina de terrissers, fusters i tallistes, torners, ferrers, teixidors, cistellers, etc., el context en el qual treballaven, la distribució dels productes i els recursos decoratius i estètics que utilitzaven.

A partir d'aquest procés de documentació i recuperació hem treballat amb els artesans de l'àmbit pirinenc per intentar recuperar materials, tècniques de treball i produccions (incloent tant reproduccions de peces antigues com creacions noves més contemporànies), hem creat una marca de qualitat artesana i hem obert un espai de presentació i d'exposició d'aquests materials artesans. En aquest procés hem vinculat més d'una trentena d'artesans dins l'àmbit pirinenc i entre molts altres resultats, hem aconseguit recuperar algunes tècniques i activar una mica més el mercat local artesà.

5. Conclusions. Temps nous, necessitats noves i productes nous

El context nou de crisi econòmica en la qual estem plenament immersos fa que necessàriament obrim processos nous de reflexió sobre quin és el paper que hem de jugar els museus en la societat actual.

Aquesta reflexió que ha d'anar acompanyada de propostes i d'accions concretes passa també per la necessitat de buscar estratègies de racionalitat econòmica, cooperació entre sectors i de major eficiència en la gestió dels recursos. Cada cop més els museus ens hem de reinventar per donar resposta a un seguit de necessitats que ja van molt més enllà que la simple conservació i exposició d'unes col·leccions.

En aquest sentit, des de l'Ecomuseu aquesta reflexió passa entre altres temes per l'activació de recursos locals nous, trobar maneres noves de comunicar el patrimoni, desenvolupar una reflexió profunda sobre les relacions entre patrimoni i turisme i crear estratègies noves de cooperació i treball en xarxa.

En els darrers anys estem desenvolupant propostes noves de disseny i d'activació de productes culturals innovadors, basats en visites teatralitzades, activitats experiencials o accions participatives que estan tenint força èxit. Programes com el joc de dames, on es proposa una visita a elements patrimonials medievals en clau de gènere, la Pastorada que proposa una activitat al voltant d'un ramat i els seus pastors, les rutes i els tallers d'etnobotànica a partir de plantes remeieres o les visites nocturnes de la mà de l'Esperanceta, la pubilla de Casa Gassia i el seu *Cabaret pagès*.

Tot i que el futur és incert i els recursos públics molt escassos, crec que continua essent important reivindicar el paper que els museus podem jugar en la millora de la societat, sobretot dins l'àmbit local. Davant dels darrers esdeveniments, com l'aparició

de la covid-19, és evident que, com sempre hem fet els museus, caldrà adaptar-nos a les situacions i a les noves necessitats de la societat. Potser serà necessari repensar els projectes i assumir més funcions cara al territori que ens envolta, però sens dubte seria un error que ara perdéssim tota l'experiència acumulada i el treball que any rere any han anat desenvolupant aquestes estructures patrimonials. Els museus hem de continuar essent útils a la societat que ens envolta, si volem continuar essent necessaris i estar presents en les polítiques culturals del nostre país.

Notes

- 1 Alonso Fernández, L. Introducción a la nueva museología, p. 126
- 2 Mateo Hernando, El desenvolupament local. UOC. 2007.
- 3 Extret de l'article «Museos, Patrimoni, territori», dins la revista Barcelona. Metròpolis mediterrània, núm. 55, Ajuntament de Barcelona.
- 4 Per a més informació dels diferents radials de l'Ecomuseu, podeu consultar el web <http://www.ecomuseu.com>.
- 5 El darrer en incorporar-se ha estat, el 2012, el Centre d'Interpretació de les Viles Closes d'Escaló.



Des de l'Ecomuseu de les valls d'Àneu s'han activat projectes per posar en valor i dinamitzar el patrimoni local. Una d'aquestes activitats és la Pastorada que es fa conjuntament amb la formatgeria La Roseta del poble de Gavàs. Una molt bona manera de conèixer de primera mà l'activitat ramadera local. Foto: EVA



Una part de la feina de difusió que fem des de l'Ecomuseu és donar a conèixer –i fer accessible– diferents elements patrimonials del territori, amb èpoques i relats històrics diferents. Com és el cas del monestir medieval de Sant Pere del Bungal. Foto: EVA



Casa Gassia, centre organitzatiu de l'Ecomuseu, ens introdueix en la vida domèstica del Pirineu de finals del segle XIX i principis del XX. Foto: EVA



Visites teatralitzades i activitats experiencials ens permeten desenvolupar noves maneres de comunicar i explicar el patrimoni. En aquests darrers anys estem implementant nous productes culturals, més creatius i innovadors que tenen força èxit. L'Esperanceta de Casa Gassia n'és un bon exemple. Foto: EVA

Bibliografia

ALONSO FERNÁNDEZ, L. 2002 *Introducción a la nueva museología*. Alianza editorial. Madrid.

HERNANDO, M. 2007 *El desenvolupament local*. Barcelona. UOC.

ROIGÉ, X. 2007 «Del Museu d'etnologia al museu de societat» a *Mnemòsine*. Barcelona, Associació de Museòlegs de Catalunya i Museu d'Història de Catalunya.

VICENTE, C. 2001 «Museus, Patrimoni, territori», a *Barcelona. Metròpolis mediterrània*, núm. 55, Ajuntament de Barcelona.



JORDI ABELLA PONS

Antropòleg i director de
l'Ecomuseu de les Valls d'Àneu

**EDUCACIÓ,
ACCESSIBILITAT
I PARTICIPACIÓ,
EL CAS DEL MUSEU
D'HISTÒRIA DE
MANACOR**

**M. MAGDALENA SALAS BURGUERA /
MARÍA JOSÉ RIVAS ANTEQUERA**

Resum de l'article

Des de la pràctica que feim en el Museu d'Història de Manacor ens hem adonat que, de cada vegada més, el públic demanda exposicions i discursos més accessibles a nivell de contingut i disseny. En aquest sentit, hem canviat la forma de treballar, integrant conceptes relacionats amb la didàctica i la pedagogia des del mateix moment que s'inicia el procés de reflexió de qualsevol nova exposició. Recentment hem reformat la sala de prehistòria del Museu i volem compartir, en aquestes jornades, les nostres reflexions i experiències de producció d'aquest projecte i el retorn que està tenint des del públic que la visita.

Paraules clau

Participació, accessibilitat, educació, socialització

De què parlem quan ens referim al Museu d'Història de Manacor?

El Museu d'Història de Manacor és un museu local, que va néixer l'any 1926 a partir de la donació de mossèn Joan Aguiló de la seva col·lecció arqueològica al poble de Manacor. En els 95 anys d'història del museu ha passat per diverses seus i s'ha transformat de Museu Arqueològic a Museu d'Història, amb l'ampliació de les col·leccions, gràcies a les donacions de particulars del poble.

Des dels anys 90 del segle xx, el museu està ubicat a l'edifici medieval de la torre dels Enagistes, amb tot el que de positiu i negatiu té tenir de contenidor un edifici històric declarat BIC. Consta d'una planta baixa amb quatre sales d'exposició permanent, que segueixen un discurs cronològic des de la prehistòria fins a l'època medieval cristiana. En aquestes sales explicam la història de Manacor, que no és gaire diferent de la de la resta de l'illa, incidint en aspectes que hem investigat i aprofundit a través de les nostres línies de recerca en els jaciments de s'Hospitalet Vell, sa Ferradura i Son Peretó. Una de les nostres fortaleses és que, gràcies a la investigació, podem crear uns recursos museogràfics més acurats i més amplis, arribant a contestar preguntes bàsiques sobre la vida quotidiana de la gent del passat que, al cap i a la fi, és el que interessa a la gent del present.

La planta pis està dedicada a les exposicions temporals i aquest fet suposa un revulsiu per a la dinamització i la visita freqüent del públic local. Cada tres o quatre mesos itineren les

exposicions i anualment el Museu produeix una exposició pròpia. Aquesta producció ens permet aprofundir en aspectes de la història de Manacor i involucram la població local en aquests muntatges. En aquest punt, cal dir que l'Associació d'Amics del Museu és fonamental per dur a terme aquesta tasca.

A més a més, des de l'any 2011 disposam d'una secció nova, la secció etnogràfica, ubicada al molí fariner d'en Fraret, dins el nucli urbà de Manacor. En aquest molí hem traslladat gran part de la col·lecció etnogràfica del museu, amb un discurs estructurat a partir de les feines que es feien a fora vila en funció de les estacions de l'any.

La gestió del museu és municipal i depenem de l'Ajuntament a nivell administratiu i econòmic. Depenem del Departament de Cultura i actualment hi ha en plantilla dues persones, l'informador i la directora del Museu. La resta de personal és contractat a través de contractes de serveis.

L'accessibilitat sense saber-ho

Avui en dia és molt habitual sentir parlar d'accessibilitat i inclusió, però fa uns setze anys, aquí, a Mallorca, a Manacor, no ho era gaire. Realment primer varen venir les accions i després ens hem anat formant. El problema que tenim els museus locals és que treballam amb el dia a dia i, això, no ens deixa aturar-nos a pensar què volem i cap on volem anar i realment és una feina necessària, encara que ens pugui semblar improductiva, ja que després aquesta feina ens serveix com a fil conductor de les nostres accions.

Si hem d'enumerar les accions principals que vàrem dur a terme abans del 2016, que és quan vàrem començar a parlar d'accessibilitat i museu social, les resumiríem de la manera següent:

1. Programes de voluntariat en dues línies diferenciades:

- La primera, a través de les excavacions i projectes de recerca que desenvolupam i que al llarg dels anys ha fet que hi hagi un col·lectiu de persones que s'interessi per la feina arqueològica. D'aquesta manera, el treball tant de camp com de laboratori s'ha donat a conèixer, implicant persones que al llarg dels anys s'han anat convertint en peces clau en els nostres projectes.
- La segona, a través del voluntariat, especialment de la gent gran, que en aquests darrers nou anys ens ha permès tenir obert el molí d'en Fraret i oferir un servei cultural nou. Aquestes onze persones a les quals vàrem formar s'han encarregat d'obrir, tancar, ensenyar el molí i vetllar-ne la conservació. El treball i la dedicació han estat clau per a la salvació d'aquest equipament.



Activitat al molí d'en Fraret per celebrar el Dia Internacional dels Museus

2. Integració de l'Associació d'Amics en tasques diverses de difusió i promoció del Museu. Moltes vegades hem escoltat com les associacions no van en la mateixa direcció que el museu i això crea conflictes i feines perdudes, perquè les associacions d'amics i el Museu han de tenir els mateixos objectius. En el cas del Museu d'Història de Manacor hem tengut molta sort, perquè l'Associació d'Amics sempre han estat amics i un suport constant per a la direcció del museu. Aquesta associació va néixer l'any 2004 i, des de la constitució, un dels objectius primordials ha estat donar a conèixer el museu i la seva tasca a Manacor i a tota l'illa. Per aquest motiu, varen desenvolupar activitats de difusió de manera contínua, es varen involucrar en tasques de producció d'exposicions pròpies, han tret a la llum una col·lecció historiogràfica, «Bacus», per donar sortida a temes d'investigació de Manacor, han donat suport a iniciatives de recerca arqueològica i ens han fet possible arribar a accions a les quals l'entramat burocràtic i administratiu no ens permetia arribar.

3. Realització d'exposicions temporals pròpies, amb temes propers al municipi, i que s'involucrin en les vides dels habitants del poble. Ja que som un museu local, la nostra vocació és donar a conèixer la història i cultura de Manacor en un sentit ampli. Ens hem adonat que tractar temes del poble i fer possible que els habitants siguin participants de l'exposició, deixant objectes i contant anècdotes familiars, fa que l'exposició estigui més viva, perquè realment el que funciona en un poble és el boca a boca. En aquest sentit, l'exposició més visitada de tota la història d'aquests darrers quinze anys ha estat «Perla i glamour», que, encara que fos una exposició supramunicipal, va tractar el tema

de la importància de la perla a Manacor, de Majorica i de les perleres. Amb aquest muntatge del 2007 vàrem superar per primera vegada la barrera dels 8.000 visitants anuals. En aquesta exposició, la segueixen d'altres, com «No hi ha temps que no torn, els oficis antics de Manacor», «Els indians manacorins, una història més enllà del Quinquin» (que parlava del fenomen de l'emigració de manacorins a Amèrica a finals del segle XIX principis del segle XX), entre d'altres.

4. Producció d'exposicions produïdes exclusivament per als més petits. Aquesta línia de feina va començar el 2008 amb l'exposició «Jugant amb els romans». En aquest cas es tractava de parlar del joc com a element present en totes les cultures i amb tota la història i com alguns dels jocs romans han perdurat a través del temps. De la mateixa manera, incidíem en com a través de matèries presents en la natura i que tenim a l'abast es poden dissenyar molts de jocs. La nostra sorpresa va ser comprovar com aquesta exposició agradava tant a grans com a petits i com les famílies tornaven a visitar-la individualment, a part de la visita escolar. Així, cada dos o tres anys hem anat produint exposicions en aquesta línia: «Mosaics, pintures de pedra» (2010), «Il·luminant petites històries» (2011), «Objectes i històries» (2013), «Tic tac, el pas del temps» (2017). La part interessant d'aquesta iniciativa és que ha donat peu que aquestes exposicions es reconverteixin en tallers permanents i, d'aquesta manera, sense adonar-nos i inicialment només per temes econòmics, vàrem iniciar un camí cap a la sostenibilitat.



Activitat dins l'exposició «Mosaics, pintures de pedra» (2010)

5. Incorporació a les nostres exposicions de jocs, endevinalles i accions que permetin a la gent interactuar amb el que veuen. A partir de l'experiència del 2010 de produir exposicions per als més petits, vàrem començar a pensar ja des del mateix moment que dissenyàvem una exposició amb les eines didàctiques que utilitzaríem per fer arribar continguts a un públic més ampli. Així, el joc es va convertir en una constant en aquestes exposicions i vàrem guanyar en transversalitat de públic. De la mateixa manera, ja vàrem implantar jocs a les sales d'exposició permanent: a la sala romana el 2015 i a la sala de l'antiguitat tardana el 2017, però, així i tot, encara eren un complement del discurs.

L'accessibilitat conscient

A partir del 2016 es varen començar a dissenyar accions d'accessibilitat de manera més conscient, però sense disposar encara d'un pla que guiàs totes aquestes accions. Les línies principals iniciades ja han estat desenvolupades en altres articles (Rivas, M.J.; Salas, M.: 2019 i 2020) i, per aquest motiu, aquí només en feim una petita ressenya:

1. A nivell d'accessibilitat física:

- El 2019 s'ha duit a terme l'execució del projecte de reforma dels lavabos del museu, seguint els paràmetres d'accessibilitat universal.
- S'ha adaptat el mostrador de recepció dels visitants.
- El 2019 s'ha fet el projecte d'implantació d'un ascensor en el museu, que s'executarà el darrer trimestre del 2020.
- El 2020 s'ha dotat una plaça de pàrquing adaptat en el museu.
- El 2019 es va instal·lar el bucle magnètic a la recepció i es va fer una compra de bastons cadires per als diferents equipaments.

2. A nivell de continguts:

- El 2018 es va renovar el web, *museudemanaacor.com*, amb la intenció de convertir-lo en un lloc accessible dins l'espai virtual que comparteixen milions d'internautes, des de qual-

sevol dispositiu mòbil. Per això es varen eliminar les animacions amb Adobe Flash Player i Java Script. D'aquesta manera la funcionalitat del web va esdevenir més àgil; d'aleshores ençà es carrega més ràpidament i està adaptat per a dispositius amb Android i iOS. L'índex de validació segons les normes WCAG 2.0 per a accessibilitat requereix al manco 5 punts de 10, i el web del Museu en té 7.

- Implantació a les xarxes socials. El Museu s'ha obert al món complex de les xarxes socials per aprofitar les possibilitats que ofereixen (difusió de les activitats, aprenentatge d'altres centres, comunicació dels continguts del Museu, proximitat amb els seguidors...). Obrir el Museu a les xarxes (Instagram, Twitter, YouTube) és important en el segle XXI, perquè molts dels col·lectius als quals es vol arribar les usen com a instrument per relacionar-se amb la comunitat.
- El 2018 vàrem entrar en contacte amb la plataforma estatal Predif per dur a terme avaluacions tant en els equips del museu com en els jaciments arqueològics.
- Inici de la digitalització del fons; l'especialista Néstor Marqués va virtualitzar i imprimir objectes en 3D.
- Realització de còpies en guix per part dels nostres restauradors, Margalida Munar i Bernat Burgaya, que, a més, varen pintar tota la col·lecció de rèpliques, tant les de guix com les impreses.
- El 2019 s'han implementat els codis QR a l'exposició permanent, perquè funcionin com una audioguia.

- El 2018 es va dur una experiència de caire temporal per fer més accessible les col·leccions del Museu. Vàrem dissenyar i produir l'exposició «Aquí sí que es pot tocar». L'objectiu era fer arribar el Museu a més gent i desmitificar aquesta imatge dels museus com a centres on no es pot tocar res, no es pot córrer, ni xerrar, ni divertir-se; on només té cabuda la contemplació de l'objecte. Aquesta no és la nostra idea de museu.
- Durant el 2018 i 2019 es varen incorporar recursos didàctics a les sales d'exposició permanent i es va crear una petita biblioteca infantil al final del recorregut de la permanent.



Infants que es diverteixen al Museu

I així arribam a la prehistòria...

Des del 2015 havíem iniciat una renovació dels continguts de les sales d'exposició permanent, aprofitant els coneixements nous que teníem dels diferents períodes històrics, a través dels projectes de recerca. El 2015 va ser el cas de la sala romana, el 2017 la sala d'antiguitat tardana i el 2019 va ser el torn de la sala de prehistòria, que era la darrera que quedava per reformar de les sales inicials que s'havien obert a la nova seu del museu, a la dècada dels anys 90 del segle passat.

El 2018 es va iniciar el projecte museogràfic a partir de dues preguntes:

1. Què volem contar? Vàrem partir de tres idees bàsiques: explicar com vivia la gent en aquest període, com moria i curiositats sobre la subsistència i l'aparença.
2. Quins objectius volem assolir? Tant a nivell científic com a nivell general.

Les passes a seguir foren:

- Redactar el projecte museològic marc. Aquí va ser important la claredat de continguts, donar a llegir els textos a persones no especialitzades amb la matèria, triar paraules i expressions quotidianes per explicar fets del passat...
- Fer la tria de peces i restaurar-les quan fos necessari.
- Seleccionar imatges, vídeos i encarregar dibuixos il·lustratius.
- Pensar els recursos didàctics adients per al nostre discurs: rèpliques, jocs, contes... En aquest punt és necessari remarcar com això va estar present des de l'inici del pro-

jecte i no a posteriori, com havíem fet en la reforma de les sales anteriors. Ja teníem clar que tot el contingut didàctic i lúdic era una part tan important o més que el discurs científic que volíem transmetre.

A partir d'aquí vàrem encarregar el projecte museogràfic a Aina Bauzà i Oscar Torner, però sempre en coordinació amb la direcció del museu i donant unes pautes d'execució basades en l'elaboració d'un projecte tècnic per ubicar i distribuir les peces i els textos, a més de crear un espai de circulació pràctic per als visitants. En aquest sentit es varen seguir pautes que ja es preveïen en el nostre Pla Director de l'any 2008 i que es varen desenvolupar en la reforma de les altres sales permanents. Creim que no és necessari explicar les tasques que es desenvolupen en un projecte d'aquest tipus, però sí cal dir que vàrem incidir molt en la mida i en el tipus de lletra dels panells, amb la il·luminació per no crear zones fosques, amb la situació de determinats recursos gràfics i tàctils... ja que l'experiència amb el públic ens feia coneixedores d'aquest tema.



Visita de persones amb discapacitat física a la nova sala de prehistòria

I una cosa molt important i que els museus petits tenim a vegades és que després d'una inauguració quedam tan extenuats que no duim a terme accions per difondre aquest nou recurs, ja que hem de posar en marxa totes les coses que han quedat penjant durant el temps de preparació. Volem incidir que realment aquesta és la part important, ja que sinó tota la feina que hem fet no té sentit.

Pla d'accessibilitat i acció... Eixos i objectius estratègics

Entre el 2016 i el 2019, com ja hem dit abans, es varen implantar en el Museu accions que tenien com a fil conductor l'accessibilitat, però ens vàrem adonar que necessitàvem un document que ens servís de guia els pròxims anys per aprofitar idees, recursos i personal en matèria d'accessibilitat, a més de crear d'aquesta manera un compromís amb els gestors municipals per complir amb els objectius del document citat.

Durant els últims anys ens hem adonat que la legislació nacional i autonòmica en matèria d'accessibilitat està desenvolupada per protegir qualsevol col·lectiu que se senti discriminat. D'aquesta manera i prenent com a model les lleis i normes creades des de l'Administració central i autonòmica, creim que disposar d'un document fet a mida on quedin recollides les necessitats específiques en matèria d'accessibilitat en el Museu farà que les respostes a les necessitats dels col·lectius amb discapacitat o risc d'exclusió social siguin més eficaces i satisfactòries.

D'aquesta manera a finals de 2019 començam a crear el Pla Estratègic d'Accessibilitat del Museu d'Història de Manacor.

No podem estendre'ns en aquest article amb tot el contingut del pla, però pensam que compartir els nostres eixos (EE) i objec-

tius estratègics (OE) mostra la naturalesa de les accions que volem dur a terme els pròxims anys per aconseguir l'objectiu principal: que el museu sigui un lloc que no discrimini i on qualsevol persona se senti reflectida.

EE1: Accions comunes a tots els equipaments i jaciments arqueològics

OE1.1: Garantir la cadena d'accessibilitat des del moment que una persona decideix visitar el Museu fins que finalitza l'experiència. Aconseguir un compromís institucional per poder fer-ho.

OE1.2: Promoure la participació ciutadana. Fomentar la comunicació entre associacions locals i autonòmiques per garantir una experiència gratificant i enriquidora a diferents nivells.

OE1.3: Establir un compromís entre el Departament d'Educació i el Museu per treballar de manera conjunta i crear plans estratègics. Posar l'accent en les diferents diversitats i necessitats dels infants; per això és necessari comptar amb un equip de professionals que donin respostes en aquest camp (professionals de la pedagogia, docents, professionals experts en currículum...).

OE1.4: Implantar noves tecnologies que facilitin l'accessibilitat del coneixement.

OE1.5: Millorar les comunicacions físiques del Museu.

OE1.6: Fer l'avaluació de les accions fetes.

EE2: Torre dels Enagistes

OE2.1: Acabar amb les barreres físiques per facilitar la cadena d'accessibilitat.

OE2.2: Treballar sobre els continguts que comunica el Museu.

OE2.3: Avaluar les mesures aplicades per a l'accessibilitat de la discapacitat física, sensorial i cognitiva.

EE3: Molí d'en Fraret (Secció Etnogràfica)

OE3.1: Adequar l'exposició permanent.

OE3.2: Treballar sobre els continguts que el Museu comunica.

OE3.3: Promoure el Museu de la Memòria.

OE3.4: Avaluar les mesures aplicades per a l'accessibilitat de la discapacitat física, sensorial i cognitiva.

EE4: Jaciments arqueològics de s'Hospitalet Vell i Son Peretó

OE4.1: Donar accessibilitat física als jaciments.

OE4.2: Fer els continguts accessibles.

OE4.3: Avaluar les mesures implantades.

EE5: Turisme

OE5.1: Consolidar el patrimoni de Manacor com un agent actiu de turisme accessible.

OE5.2: Intentar crear sinergies amb els departaments de Turisme de l'Ajuntament de Manacor, el Consell de Mallorca i el Govern, perquè aquestes destinacions turístiques accessibles tinguin cabuda dins l'oferta existent fins ara.

Conviure amb la covid-19, obrir el Museu des d'un altre lloc.

El 2020 el Museu va tancar les portes temporalment, per motiu de la crisi sanitària de la covid-19, del 14 de març fins al 18

de maig les instal·lacions del Museu varen ser inaccessibles per a qualsevol visitant, però no els continguts que la institució genera.

Des dels primer dies del procés de confinament es varen obrir canals de comunicació per poder seguir en contacte amb la nostra comunitat més pròxima i acompanyar els visitants virtuals durant els dies de confinament. La plataforma per a aquestes relacions es va plantejar a través d'Internet i de les xarxes socials, mai pensat per reemplaçar les visites o activitats presencials, però sí amb el convenciment que el Museu havia de continuar obert a les persones i aquesta era la manera per fer-ho durant aquests mesos.

D'aquesta manera podem presentar un balanç de les accions que hem duit a terme per reduir la inaccessibilitat física d'aquests més de dos mesos (la data és des del 14/03/2020 fins al 20/05/2020):

- Més de 60 publicacions a Instagram,¹ ara ja disposam d'un compte amb 1.704 seguidors. Algunes de les publicacions fetes durant el període de confinament a casa han superat les 300 visualitzacions.
- Més de 60 publicacions a Twitter, ara ja disposam d'un compte amb 333 seguidors.²
- Al web s'han implementat dos apartats nous Jocs en línia i Tallers en línia, per poder tenir recursos disponibles per al públic familiar.³
- En el canal de Youtube s'han pujat vídeos nous i ara tenim 29 seguidors.⁴
- La nostra col·lecció virtual sketchfab.com/museumanacor ha rebut més de 1.000 visites en els últims dos mesos.

- S’han celebrat les festivitats del Dia del Llibre i del Dia Internacional dels Museus 2020 de manera virtual, amb una programació per intentar atendre els interessos de tots els nostres visitants, però sobretot pensant en continguts divertits per als més petits.
- S’ha obert la pàgina oficial de Facebook del Museu.⁵
- S’ha promogut l’activitat El millor de cada casa.⁶
- Hem mantingut contacte directe a través de WhatsApp i via telefònica amb les nostres voluntàries i amb els socis de l’Associació d’Amics del Museu.

Com hem dit abans, cap d’aquestes accions substitueixen les visites presencials al Museu, simplement hem aprofitat les eines virtuals i en xarxa que tenim per poder seguir en contacte amb els nostres visitants. Actualment, mitjançant els dispositius mòbils i les xarxes socials podem relacionar-nos amb els diferents col·lectius, perquè la tecnologia ha desenvolupat eines per fer més accessibles els continguts (programes que tradueixen textos a notes de veu/converteixen textos en arxius de veu, traduccions a diferents idiomes, augment de la font de la lletra...). Encara que també hem estat conscients de la bretxa digital que hi ha, sobretot en el col·lectiu de gent gran, i és un aspecte sobre el qual haurem de treballar.

El Museu va obrir les portes a la «nova normalitat» el 18 de maig, complint totes la mesures d’higiene i salut, amb la intenció de tornar a ser un lloc saludable, on puguem trobar-nos mantenint la distància física, però compartint coneixements sobre la història del nostre municipi.

Moltes de les accions dutes a terme aquests últims anys per fer el Museu més accessible (col·locació de rèpliques, activitats

lúdiques a les sales, material audiovisual...) s'han hagut de retirar, de moment, però això no vol dir que la institució perdi el sentit d'obertura a qualsevol col·lectiu. El major pas cap a l'accessibilitat és el personal humà que treballa en el Museu, que farà el possible perquè la visita sigui satisfactòria en tots els aspectes; ara simplement cal treballar d'una altra manera per poder aconseguir-ho i aquest serà també un objectiu del Pla Estratègic d'Accessibilitat.

La pausa que ens ha donat la crisi sanitària ens ha ajudat a reflexionar sobre l'accessibilitat i el paper de servei públic que el Museu compleix. Estar al costat de les persones i de les seves necessitats és un dels nostres objectius principals i creim que l'accessibilitat és una eina que ens ajudarà a aconseguir-lo.

Notes

- 1 <https://www.instagram.com/museumanacor/?hl=es>
- 2 <https://twitter.com/MuseuManacor>
- 3 <https://www.museudemanaacor.com/ca/jocs>
- 4 <https://www.youtube.com/channel/UCnG0LwCLR1qqkzcMNI0e-2A/featured>
- 5 <https://www.facebook.com/pages/Museo-de-Historia-de-Manacor/2306639282727881?rf=910537339092235>
- 6 MUSEU MANACOR (@MuseuManacor). (27 d'abril de 2020). Enguany (2020) volem posar en marxa un projecte anomenat «El millor de cada casa», que consisteix a mostrar un objecte que tengueu a ca vostra i que tengui un significat simbòlic o històric especial. Seguiu el fil...#-museumanacor #elmillordecadacasa

Bibliografía

- ESPINOSA RUIZ, A.; BONMATÍ LLEDÓ, C. (ed) (2013). *Manual de accesibilidad e inclusión en museos y lugares de patrimonio cultural y natural*. Gijón: Trea.
- NACIONES UNIDAS (2006). Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad. Nueva York: Naciones Unidas. <http://www.un.org/esa/socdev/enable/rights/convtexts.htm>. Consulta: 14 de noviembre de 2018.
- Llei 8/2017, de 3 d'agost, d'accessibilitat universal de les Illes Balears. https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2017-10541. Consulta: 14 de noviembre de 2018.
- RIVAS ANTEQUERA, M. J.; SALAS BURGUERA, M. M. (2019). «Un museo para todos. El proyecto de accesibilidad del Museu d'Història de Manacor». *Boletín del Museo Arqueológico Nacional*, Madrid, 2019, p. 289-296.
- RIVAS ANTEQUERA, M. J.; SALAS BURGUERA, M. M. (2020). «Nous reptes. Projecte d'accessibilitat del Museu d'Història de Manacor». *VIII Jornades d'Arqueologia de les Illes Balears*, Palma, 2020.
- RUIZ, B. ; PAJARES, J.; MORENO, L.; GÁLVEZ M. C.; SOLANO J. (2008). *Guías multimedia accesibles. El museo para todos*. Madrid: Real Patronato sobre Discapacidad. Disponible a: http://sid.usal.es/idocs/F8/FDO21399/museo_para_todos.pdf. Consulta: 19 de diciembre de 2018.



M. MAGDALENA SALAS BURGUERA

És llicenciada en geografia i història per la Universitat de Barcelona, amb l'especialitat d'arqueologia. Va dur a terme estades d'investigació a la Universitat de Cagliari (Sardenya) i a la Universitat de Reading (Anglaterra).

Ha treballat per al Consell de Mallorca, l'Ajuntament de Palma, l'Ajuntament de Calvià, l'Ajuntament d'Artà i Caja Madrid, desenvolupant projectes d'investigació arqueològica.

Des del juny de 2001 fins a l'actualitat és funcionària de l'Ajuntament de Manacor, amb el càrrec de tècnica de Patrimoni i directora del Museu d'Història de Manacor.

A/e: museu@manacor.org



MARÍA JOSÉ RIVAS ANTEQUERA

És arqueòloga de formació i aprenenta del món dels museus. Estudià història a la Universitat de Granada i ha desenvolupat l'activitat professional a Andalusia i a les Illes Balears. Els darrers anys ha estat tècnica del Museu d'Història de Manacor, on ha pogut desenvolupar, entre altres tasques, la implantació de mesures per a l'accessibilitat museística.

A/e: wini_59@hotmail.com

Twitter: [@mararivas](https://twitter.com/mararivas)

**LA
INTERPRETACIÓN
DEL PATRIMONIO
COMO
HERRAMIENTA DE
COMUNICACIÓN
EN MUSEOS**

ISABEL FERNÁNDEZ DOMÍNGUEZ

Resumen del artículo

La Interpretación del Patrimonio pretende conectar, intelectual y emocionalmente, con el público general en su tiempo de ocio, revelando el significado del legado. Según el Modelo TORA esta comunicación debe tener una idea central (Tema), ser Organizada, Relevante y Amena. La relevancia es una de las cuestiones más importantes a la hora de establecer conexiones con los visitantes.

Palabras clave

Interpretación del Patrimonio, museos, Modelo TORA, relevancia.

El ICOM¹ lanzó el reto de crear, de manera participativa, una nueva definición de museos para modificar la que aparece actualmente en sus estatutos. Esta es la propuesta que se sometió a votación en el año 2019, aunque aún no ha sido aprobada de manera definitiva:

“Los museos son espacios democratizadores, inclusivos y polifónicos para el diálogo crítico sobre los pasados y los futuros. Reconociendo y abordando los conflictos y desafíos del presente, custodian artefactos y especímenes para la sociedad, salvaguardan memorias diversas para las generaciones futuras, y garantizan la igualdad de derechos y la igualdad de acceso al patrimonio para todos los pueblos. Los museos no tienen ánimo de lucro. Son participativos y transparentes, y trabajan en colaboración activa con y para diversas comunidades a fin de coleccionar, preservar, investigar, interpretar, exponer, y ampliar las comprensiones del mundo, con el propósito de contribuir a la dignidad humana y a la justicia social, a la igualdad mundial y al bienestar planetario.”

Es difícil leer esta definición y no sentir que los museos tienen que ver con cada uno de nosotros, como miembros de la humanidad. Por lo tanto, cualquier museo debería ser capaz de tejer conexiones con el visitante, construyendo y comunicando mensajes sobre cuestiones que, independientemente de la temática del museo, por el simple hecho de ser personas “nos importen”.

Pero, realmente, ¿cuántas veces hemos sentido que esto nos ocurre en los museos que visitamos? ¿En cuántas ocasiones hemos

tenido la motivación de visitar un museo, pero luego nos quedamos con la sensación de que hemos visto una mera exposición de elementos de los que quizá, ni hemos llegado a comprender su significado? Con suerte, quizá nos atraiga alguna pieza y nos paremos a mirarla, leeremos su cartela o escucharemos con más atención la explicación del guía, pero más allá de los datos, de los siglos, del material del que están hechas... ¿Qué tiene que ver esta pieza, que hoy forma parte de un museo, conmigo? Para ello habría que dar solución a preguntas del tipo: ¿Es posible que haya servido para el sustento de muchas familias? ¿Ayudaba a que se despidiesen de sus seres queridos? ¿Logró cambiar la historia incluso sin que fuese su propósito? ¿El dolor que hay tras esta pieza sigue aun generando conflicto en mi barrio o en mi ciudad? ¿La persona que lo usó se podría imaginar que esta pieza estaría hoy en día expuesta en un museo? ¿Quizá alguno de mis objetos cotidianos forme parte de un museo algún día?

Una herramienta que, desde mi punto de vista, da, en gran parte, una solución metodológica a esto es, en el caso del público general en los museos, la Interpretación del Patrimonio (IP). A continuación, se incluyen dos definiciones:

“La Interpretación del Patrimonio es el “arte” de revelar in situ, el significado del legado natural y cultural al público general que visita esos lugares en su tiempo de ocio”.

Asociación para la Interpretación del Patrimonio (AIP)²

“La Interpretación del Patrimonio es un proceso creativo de comunicación estratégica que persigue conectar intelectual y emocionalmente al visitante con los significados de un recurso o enclave patrimonial, promoviendo actitudes positivas hacia su conservación”.

Seminario de Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural del CENEAM³

Con la IP buscamos crear puentes, establecer esas conexiones entre el patrimonio que les estamos mostrando y las experiencias y conocimientos que ya están en las cabezas de los visitantes. Pero además lo hacemos también apelando a la parte afectiva, para provocar emociones que tengan que ver con el propio legado, pero también con las personas que se acercan a él. Esto ayudará a generar una actitud de custodia hacia los recursos, objetivo final de la IP y de cualquier museo: la preservación de que lo allí se muestra y de lo que representa.

Además, la IP es un proceso creativo porque buscamos las técnicas de comunicación más adecuadas para conectar con los visitantes, pero también transmitimos los mensajes a través de diversos recursos como fotografías, objetos, plumas, piedras, olores, recreaciones, etc. Y es estratégica porque el mensaje que queremos transmitir está cuidadosamente seleccionado, se hace a través de una metodología propia y para lograr un fin.

Vamos a detallar en los siguientes apartados algunas de las principales características de la IP para incidir en la importancia de trabajar la relevancia en la comunicación en museos.

PÚBLICOS CAUTIVOS Y NO CAUTIVOS

En los museos tenemos diversos tipos de público, y, aunque en todos los casos la comunicación es fundamental, debemos acercarnos a cada tipología y a su estado psicológico con las herramientas más adecuadas.

En este caso la audiencia a la que se dirige la IP, según un autor de referencia en la disciplina, Sam Ham⁴, es el público general que se encuentra en su tiempo de ocio: audiencias no cautivas.

En la siguiente tabla se muestran algunas de las principales características que diferencian al público cautivo del público no cautivo:

PÚBLICOS CAUTIVOS	PÚBLICOS NO CAUTIVOS
Voluntariedad	
No deciden de forma voluntaria si quieren asistir o no a la actividad.	Asisten de forma voluntaria.
Compromiso	
En principio deben asistir a la totalidad de la actividad.	No hay un compromiso de asistencia; aunque a veces existe un cierto compromiso social. Podrían abandonar la actividad en cualquier momento.
Recompensas	
Buscan recompensas externas: aprobar un examen o un trabajo final que deben entregar al terminar la actividad, obtener un diploma, etc.	Buscan recreación, pasar un rato de ocio agradable.
Atención	
Harán un esfuerzo por poner atención. Las motivaciones son externas.	No tienen obligación de poner atención. Su motivación es interna.
Ambiente	
Ambiente académico más o menos formal.	Ambiente no académico e informal.

Homogeneidad

Agrupados por edades, con niveles de experiencia similares; público más homogéneo.

Público familiar, de todas las edades, con diferentes niveles de experiencia y conocimientos; público más heterogéneo.

Programa

Requiere el diseño de programas didácticos.

Requiere el diseño de programas interpretativos.

Objetivos

Referido a objetivos educativos.

Referido a objetivos interpretativos.

Grupo Tipo

Un ejemplo tipo de público cautivo sería un grupo de escolares.

Un ejemplo tipo de público no cautivo sería un grupo conformado por diversas personas que se han apuntado, por separado, a una visita guiada en un museo.

Debemos tener esto en cuenta a la hora de abordar una intervención interpretativa en un museo; precisamente porque el público al que se dirige no siente esa obligación de prestar atención y porque están en su tiempo de ocio, debemos diseñar mensajes atractivos, que capten y mantengan su atención, que puedan ser seguidos con cierta facilidad y que provoquen emociones.

LOS PRINCIPIOS DE TILDEN



La Interpretación del Patrimonio comenzó en los Parques Nacionales de EE.UU. Freeman Tilden⁵, un periodista que trabajó como asesor para ese servicio de Parques, formuló en su libro “La Interpretación de nuestro patrimonio” (1957), los 6 principios, que son la base de la disciplina.

1. La interpretación debe relacionar el objeto que presenta y describe con algo que se encuentre en la experiencia y personalidad de los visitantes.

2. La información, como tal, no es interpretación. La interpretación es una revelación basada en la información. Son dos cosas diferentes. Sin embargo, toda interpretación contiene información.
3. La interpretación es un arte que combina muchas artes para explicar las materias presentadas. Y cualquier forma de arte, hasta cierto punto, puede ser aprendida.
4. La interpretación persigue la provocación, no la instrucción.
5. La interpretación tiene que presentar el TODO y no las partes aisladas.
6. La interpretación destinada a niñas y niños no debe ser una mera dilución de la entregada a los adultos. Requiere un enfoque diferente y necesitará programas específicos.

Especialmente se destacan el primer y el segundo principio, relacionados con el hecho de comunicar no solo datos e información al público, sino también el hacerlo de manera que resulte relevante para las personas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE COMUNICACIÓN EN IP

La Interpretación del Patrimonio es un enfoque de la comunicación. Su principal objetivo, como ya se comentó anteriormente, es la conservación de los recursos patrimoniales, generando actitudes positivas hacia su preservación.

En IP los objetivos específicos de comunicación son de tres tipos⁶ (deben ser redactados para cada medio interpretativo, es decir, una visita guiada o una exposición temporal de un museo):

- **Objetivos de conocimiento o conceptuales:** “*Qué quiero que la gente comprenda*”. Un ejemplo: Quiero que la gente comprenda que todo el diseño de esta embarcación estaba pensado para ser muy eficiente según el uso que tendría y el contexto en el que se iba a utilizar”.
- **Objetivos de afectividad o emocionales:** “*Qué quiero que la gente sienta*”. Un ejemplo: “Quiero que la gente sienta cierta admiración por las personas que crearon con su ingenio y con muy pocos medios, excelentes herramientas que ayudaban a la navegación”.
- **Objetivos de comportamiento o actitudinales:** “*Qué quiero que la gente haga o no haga*”. Un ejemplo: “Quiero que la gente no tire basura en el mar (en el contexto de una visita guiada marítima)”.

Por lo tanto, ante cada intervención no es solo que el público comprenda algo, sino que esta debe ir íntimamente ligada a crear también conexiones emocionales y a lograr actitudes concretas.

MODELO TORA

A pesar de que hay varios autores que han seguido investigando y aportando avances para la disciplina después de Tilden, uno de los más relevantes es Sam Ham⁷ y su Modelo TORA⁸.

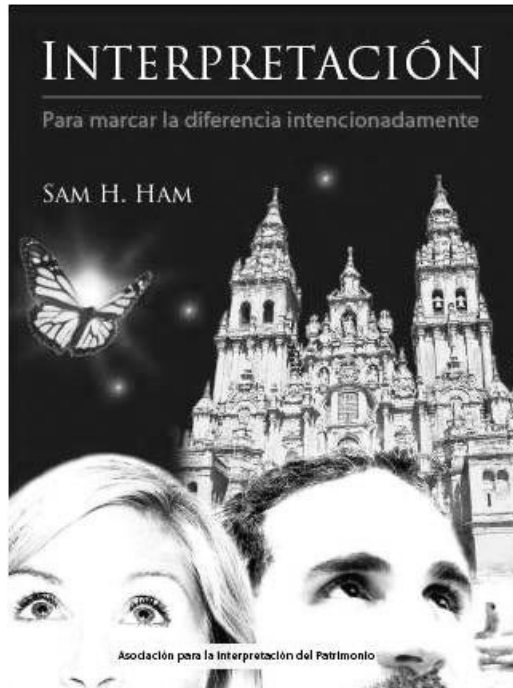
El significado del acrónimo está referido a que la interpretación debe ser:

Temática

Organizada

Relevante

Amena



Una comunicación es **Temática** cuando gira en torno a una idea central, a un mensaje estratégicamente diseñado que quiero que mi audiencia recuerde y crea. Es **Organizada** cuando tiene un orden, que la hace fácil de seguir, ya que está dirigida a audiencias no cautivas que están en su tiempo de ocio. Es **Relevante**, cuando somos capaces de relacionarla con algún concepto que ya está en la cabeza de los visitantes (es significativa) y además es personal (tiene que ver con el visitante, con sus valores, con sus

experiencias, etc.). Y, por último, una comunicación es **Amena** cuando es agradable, atrae la atención del visitante y la mantiene.

Sam Ham hace referencia a dos teorías psicológicas que respaldan el Modelo TORA de la Interpretación temática.⁹ Y es que la Psicología tiene mucho que ver con la comunicación, en cómo funcionan nuestras cabezas cuando visitamos un museo en los momentos de ocio.

TÓPICO, TÓPICO ESPECÍFICO Y TEMA¹⁰

Profundizaremos un poco más en el concepto de interpretación Temática, ya que es una de las características más distintivas de la disciplina. Sam Ham ha creado una metodología propia para llegar a esta idea del mensaje que queremos transmitir a los visitantes (el Tema). Es la siguiente:

- **Tópico:** *“Quiero hablar a los visitantes de...”*
- **Tópico específico:** *“Concretamente, en relación con el Tópico seleccionado, quiero hablar a los visitantes de...”*
- **Tema:** *“Quiero que los visitantes recuerden y crean que...”*

El Tópico es el recurso o elemento patrimonial sobre lo que quiero hablar a los visitantes. De cada Tópico podríamos extraer muchos Tópicos específicos; es decir concretamente de qué quiero hablar al público en relación con el Tópico seleccionado. Un Tema es una frase completa con sujeto, verbo y predicado, que comunica la idea que hemos determinado en el Tópico específico de manera atractiva y usando la creatividad. Puede equivaler al titular de un periódico. A los visitantes solo se les transmitirá

el Tema (en una exposición, una visita guiada, un folleto, etc.), es decir, el mensaje que queremos que el público recuerde y que desarrollaremos a lo largo de la intervención interpretativa.

Un ejemplo de aplicación de esta metodología para lograr Temas potentes podría ser:

— **Tópico:** *Quiero hablar a los visitantes de... Los faros.*

— **Tópico específico:** *Concretamente, en relación con el Tópico seleccionado, quiero hablar a los visitantes de... la labor de orientación de los faros para la gente de la mar.*

— **Tema:** *Quiero que los visitantes recuerden y creen que... Los faros protegen a la gente de la mar del miedo y la muerte.*

Podemos intuir claramente la diferencia en cuanto al potencial comunicativo si decimos al inicio de una visita guiada en un museo “*Vamos a hablar de los faros*” a si lo que transmitimos es: “*A lo largo de esta visita estoy segura de que van a entender por qué los faros protegen a la gente de la mar del miedo y la muerte*”.

Algunas técnicas para hacer esos Temas más potentes, son:

Evitar el uso de los verbos ser y estar

En vez de decir: “La mar es fuente y tomadora de vida”, mejor que el Tema sea: “La mar da y quita la vida”.

Usar verbos en forma activa

En vez de decir: “Las redes son cosidas por las mujeres con sabiduría y cariño”, mejor que el Tema sea: “Las mujeres cosen las redes con sabiduría y cariño”.

Incitar al uso de los sentidos

¿Pueden sentir este olor? Este olor a salitre es el aroma diario de la “oficina” de la gente de la mar.

Uso del humor

El cormorán siempre lleva puesto su traje de buzo.

Cuando, por ejemplo, diseñamos un Tema para una exposición en un museo, en las mentes de los visitantes se elaborarán “Temas personales”, pensamientos sobre ese mensaje, basados en sus propias experiencias, valores, etc. Daremos como cumplido nuestro objetivo cuando esos “Temas personales” estén dentro de una cierta zona de tolerancia¹¹ en relación con el Tema que hemos diseñado para nuestra intervención. Podemos valorarlo a través de la evaluación que hagamos al finalizar la visita.

CÓMO CONSTRUIR SIGNIFICADOS RELEVANTES PARA EL PÚBLICO

Retomo aquí la idea de la relevancia, que Tilden expresó en su primer principio y que Sam Ham incluye en su Modelo TORA, con una clara relación con el Tema.

Como ya se indicó antes, que un mensaje sea relevante quiere decir que debe ser significativo y que además personal. Veremos en más detalle cada una de estas cuestiones por separado.

Para que algo sea significativo, debe conectar con algo que ya se encuentra en la cabeza del visitante. Es como si nuestra mente fuese un puzle y el nuevo conocimiento que queremos mostrar fuera una nueva pieza de ese puzle. Debemos entregar esa pieza para que encaje en el mapa de conocimiento que ya posee esa per-

sona. Algunas técnicas de comunicación pueden ayudar a crear esas conexiones:

Ejemplos

Un ejemplo: “Esta embarcación es un ejemplo perfecto de inteligencia colectiva”.

Analogías

Un ejemplo: “Estas plantas forman verdaderas praderas bajo el mar”.

Contrastes

Un ejemplo: “Este paisaje, que es un paraíso, se convirtió en un infierno en época de guerra”.

Símiles

Un ejemplo: “Las mariscadoras buscan bajo la arena los mejores mariscos como si de buscar oro se tratase”.

Metáforas

Un ejemplo: “La tragedia en el mar hizo correr ríos de lágrimas”.

Procuraremos además no utilizar palabras técnicas, o, en caso de que sea inevitable hacerlo, explicarlas.

Para que algo sea personal, debe tocar el ego del visitante, y para eso no solo sirve que tenga significado, sino que debe estar relacionado con cosas que le importan. Está íntimamente ligado al primer principio del Tilden. ¿Y qué cosas nos importan a las personas? Pues todas aquellas que tienen que ver con nosotros mismos, con nuestra vida, con nuestras familias, con nuestra cultura, con nuestros valores, nuestras experiencias vitales, nuestra

salud, nuestras preocupaciones, nuestros dolores, con lo que nos molesta, con lo que nos agrada, etc. La interpretación es personal cuando conectamos las ideas que queremos comunicar con la vida de los visitantes.

Para ello partimos de los datos, la información que tenemos de ese elemento patrimonial que queremos mostrar; son los **conceptos tangibles**, percibidos por los sentidos y que pueden ser medidos, pesados, etc. Pero debemos, a partir de ellos, llegar más allá para explicar el verdadero significado del legado: los **conceptos intangibles**; son aquellos conceptos abstractos que revelan el significado de los recursos. Dentro de estos conceptos intangibles, hay algunos que tienen una relevancia superior: **los universales**¹². Estos son claves a la hora de trabajar la relevancia. Los universales son aquellos conceptos que están relacionados con:

- **Necesidades o cuestiones biológicas:** vida, muerte, hambre, sed, sexo, dolor, protección, defensa, peligro, salud, etc.
- **Emociones:** amor, miedo, orgullo, odio, alegría, tristeza, ira, asombro, culpa, sorpresa, celos, empatía, vergüenza, placer, etc.
- **Relacionados con la parte humana más social y sus valores:** cultura, familia, fiesta, guerra, paz, amistad, solidaridad, esperanza, justicia, mentira, esfuerzo, valor, éxito, fracaso, poder, etc.
- **Conceptos relacionados con cierta trascendencia o la introspección:** (el) bien, (el) mal, soledad, espiritualidad, pureza, etc.

Hay libros, series televisivas o películas que funcionan en prácticamente todas las culturas y fascinan por igual a personas muy diversas. Si pensamos en cualquiera de ellas, vemos que detrás hay varios de estos conceptos: guerra, amor, poder, celos, sexo, odio, familia, etc. Al final es porque tienen que ver con nuestra vida, con nuestra cultura, con nuestros valores y experiencias, y aunque haya ciertas variaciones, son importantes para todas las personas.

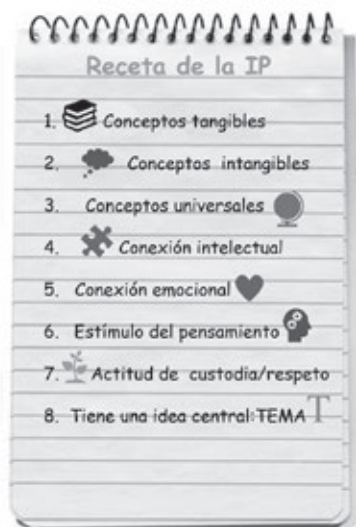
Otra técnica para trabajar que el mensaje sea personal es dirigirse directamente a la persona que lee o escucha nuestro mensaje, con el “tú” o el “usted”. (En vez de decir: “La mar contribuye a la salud de las personas” decir: “La mar cuida tu salud”).

La relevancia es una de las cuestiones más efectivas, pero a veces más difíciles de reflejar en la comunicación de los elementos patrimoniales en los museos. Según todo lo visto hasta ahora, algunas de las herramientas clave son:

- **Utilización de universales**, especialmente en el Tema, ya que es el mensaje central que queremos comunicar a los visitantes y que se recomienda hacer explícito como un titular de la comunicación. Cualquier relato debe girar en torno a uno o dos conceptos universales en el Tema. Debemos identificarlos para comunicar el verdadero significado del recurso (que va mucho más allá de los conceptos tangibles, de los datos, de la información).
- Definir cuáles son, dentro de los objetivos específicos de comunicación, los **objetivos emocionales o de afectividad**. Debemos crear el ambiente y conducir el relato para, no solo crear conexiones intelectuales, sino también emocionales. Cuando se logra conectar emocionalmente, esta unión es mucho más potente.

- **Buscar experiencias participativas**, en las que se construya el nuevo conocimiento de manera conjunta, a través de preguntas, reflexiones, etc. propiciando que se pongan en lugar de la otra persona: ¿Qué hubieran hecho en su lugar? ¿Qué creen que sentirían? ¿Cree que podría trabajar cada día bajo este ruido ensordecedor? También recreando el uso de una herramienta, de un baile, etc. Los visitantes deben ser capaces de identificarse con lo que se está contando. A través de imágenes o recreaciones de la vida en ese momento, del objeto en su contexto...que el visitante pueda relacionarlo con su vida actual, con sus anhelos, sus esperanzas, sus dolores, sus preocupaciones, sus alegrías, sus rutinas, etc.

RECETA DE LA INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO



Para “cocinar” una intervención interpretativa efectiva es importante tener presentes todos los “ingredientes” necesarios. Como en casi todas las recetas, hay una parte de “arte” a la hora de seleccionar cada uno de ellos en su justa medida, para que dé lugar a un plato nutritivo y con un “sabor” equilibrado. Esta receta¹³ nos permite recapitular sobre alguno de los conceptos más destacados de los tratados hasta ahora:

- Debe contener **Conceptos Tangibles**: son los datos, las características físicas del recurso.
- Debe contener **Conceptos Intangibles** y, en especial, Conceptos Universales; son aquellos atributos abstractos que representan el verdadero significado del recurso patrimonial. Dentro de ese listado de intangibles, seleccionaremos aquellos que tienen una relevancia superior: los Conceptos Universales. Esto es porque importan a prácticamente todas las personas, aunque cada una le dará su propio significado según su cultura, experiencias vitales, valores, etc.
- Las personas deben entender el mensaje, debe existir una **conexión intelectual**; si lo que les transmitimos no son capaces de relacionarlo con algo que ya existe en sus mentes, esa información se perderá.
- También es importante que lleguemos a su corazón, que provoquemos emociones, (ligado a los objetivos de afectividad), por eso un ingrediente fundamental es la **conexión emocional**.
- Debe **provocar pensamientos**, esos “Temas personales” que se producen en las cabezas del público una vez que ha

tenido lugar la participación en la intervención interpretativa. Muy ligado al cuarto principio de Tilden.

- El objetivo de la Interpretación del Patrimonio es la conservación del legado, es por ello por lo que un ingrediente que no puede faltar es que se busque generar una **actitud de custodia y respeto** hacia el recurso.
- Debe tener un mensaje central, un **Tema**, diseñado, de manera intencional previamente a la intervención, y que queremos que el público recuerde y crea. Cumple la función de un titular de un periódico y debe tener una estructura de frase completa, con sujeto, verbo y predicado.

Y al igual que en el caso de la cocina, y en general en casi todas las cosas que hacemos, hay un ingrediente fundamental para añadir a esta receta: la pasión. Pasión por los recursos patrimoniales y sus significados, pasión por las comunidades que los han generado y legado a las siguientes generaciones, pasión por la diversidad y perspectivas que deben mostrar, incluso en caso de conflicto y de dolor, porque también eso forma parte del ser humano y de la memoria colectiva que es necesario preservar. Pero también pasión por mostrarlo, por comunicarlo, por compartirlo, con humildad, generosidad y de manera rigurosa, pero también por recibir, por intercambiar, para que sea verdaderamente bidireccional; no es el museo que muestra al mundo, sino que una pequeña parte del mundo se ve representada en ese museo.

Recuperando parte de la definición del ICOM de los museos, estos tienen “el propósito de contribuir a la dignidad humana y a la justicia social, a la igualdad mundial y al bienestar planetario.” Un auténtico reto para los museos y para la sociedad.

DESARROLLO DEL TALLER

En las II Jornadas del Museu Marítim de Mallorca, se llevó a cabo un taller con el mismo título de este documento. El público de las jornadas era heterogéneo, pero, en general, ligado a la gestión y/o comunicación en museos o en lugares con interés patrimonial.

Para trabajar, de una manera práctica, sobre los conceptos y metodología mostrada durante la exposición, que es básicamente la que se desgrana en este documento, se organizaron en grupos de aproximadamente 4 o 5 personas. Las pautas que se les facilitaron para trabajar en cada grupo fueron:

1. Elige un recurso con valor patrimonial (tangibile o intangible) que podría estar en el Museu Marítim de Mallorca.
2. Elabora su listado de conceptos TANGIBLES.
3. Elabora su listado de conceptos INTANGIBLES.
4. Selecciona de este último listado de conceptos intangibles los conceptos UNIVERSALES.
5. Redacta tu TÓPICO y tu TÓPICO ESPECÍFICO.
6. Elabora un TEMA que contenga, por lo menos, un concepto UNIVERSAL (recordad utilizar alguna de las técnicas para hacer más relevante la comunicación: analogías, comparaciones, metáforas, uso de tú/usted...).

Al tratarse de un proceso creativo, no todos los grupos lograron completar, en el tiempo disponible, el ejercicio propuesto. En cualquier caso, sí se cumplió el objetivo del taller, que era poder practicar la metodología y los conceptos mostrados en la exposición teórica, comprobando así su aplicabilidad.

Dos grupos seleccionaron el mismo recurso patrimonial, el Llaüd, embarcación típica de las Islas Baleares, el mismo Tópico,



por tanto. Pero eligieron Tópicos específicos distintos, y también fueron diferentes los Temas a los que llegaron. Esto da muestra de la diversidad de Tópicos específicos que se pueden definir partiendo de un mismo Tópico, y por lo tanto de la cantidad de Temas que se pueden obtener de un mismo recurso patrimonial.

El taller se cerró con una puesta en común y con la recopilación final sobre lo todo lo mostrado a través de la receta de la IP.

Notas

- 1 ICOM - Consejo Internacional de Museos. Es una red formada por instituciones y profesionales de los museos, que nace en París en el año 1946. Su finalidad es *”investigar, perpetuar, perennizar y transmitir a la sociedad el patrimonio cultural y natural mundial, presente y futuro, tangible e intangible. Actualmente cuenta con más de 40.000 miembros de 141 países y territorios”*.

Tras la Conferencia General del ICOM del año 2016 en Milán, comienza a trabajarse en una nueva definición de museo. La definición de museo a la que se hace referencia en el documento es la propuesta a la que se llega tras una invitación a los propios miembros del ICOM, pero también a profesionales y a otras partes interesadas en enero de 2019. En la Asamblea General Extraordinaria del ICOM de septiembre del 2019, se decidió posponer la votación para la aprobación de dicha definición e integrarla en sus estatutos.

La definición que consta como actualmente vigente, desde el año 2007, para esta organización es: *“Un museo es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y de su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo”*.

<https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>

- 2 AIP - Asociación para la Interpretación del Patrimonio. Es una asociación sin fines de lucro que *“pretende potenciar el desarrollo profesional y técnico de la interpretación; fomentar el desarrollo de programas de formación de especialistas en esta materia; e impulsar la edición de textos y documentos relacionados con la interpretación”*. Actualmente cuenta con 225 personas asociadas principalmente del estado español, aunque también hay socias y socios de otros países de Europa y de América latina.
www.interpretaciondelpatrimonio.com
- 3 SEMIP — Seminario de Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural. Es uno de los Seminarios permanentes del CENEAM (Centro Nacional de Educación Ambiental), que dependen del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO). Participan en él diferentes profesionales relacionados con la investigación, gestión, conservación, promoción, puesta en valor y comunicación del patrimonio, natural y cultural, en diferentes sectores y ámbitos de actividad: turismo, desarrollo local, formación, etc.

<https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/grupos-de-trabajo-y-seminarios/interpretacion-del-patrimonio-natural-y-cultural/default.aspx>

- 4 Sam Ham es profesor emérito de Psicología de comunicación y ciencias sociales en la Universidad de Idaho en EE.UU. Tiene múltiples publicaciones en varios idiomas en relación con su enfoque de la comunicación temática. Es un autor de referencia en la disciplina de la Interpretación del Patrimonio y más concretamente por el desarrollo del Modelo TORA.

Para no citar constantemente a dicho autor, ya que resultaría muy farragosa la lectura, se especifica desde este momento que la base teórica del desarrollo de este documento está basada, principalmente, en estas dos publicaciones de referencia del autor:

Ham, S.: “*INTERPRETACIÓN. Para marcar la diferencia intencionadamente*” (2013). Edición en español de la Asociación para la Interpretación del Patrimonio (AIP).

Que a su vez tiene como antecedente esta publicación del mismo autor: HAM, S.H. (1992): “Interpretación ambiental: Una guía práctica para gente con grandes ideas y presupuestos pequeños”. Golden, Colorado, USA: North America Press, 1992. ISBN: 1-55591-901-4.

- 5 Freeman Tilden fue un periodista, crítico literario y escritor estadounidense (1883-1980). Trabajó como asesor en el Servicio de Parques Nacionales de EE. UU. La publicación original de este libro fue en el año 1957.

La publicación a la que hace referencia es:

TILDEN, F. (2006), “*La Interpretación de nuestro patrimonio*”. Publicado en español por la Asociación para la Interpretación del Patrimonio (AIP), de común acuerdo con The University of North Carolina Press, Chapel Hill, North Carolina, USA. ISBN-10: 84-611-0689-X. ISBN-13: 978-84-611-0689-9

- 6 Veverka, J.A (1994): “Interpretive Master Planning”. Falcon Press Publishing Co., Inc., Helena USA:Montana.

- 7 Ver nota nº 4.

- 8 En el año 2020 se presentó el primer manual de Interpretación del Patrimonio en catalán. Fue coordinado por Enric Costa desde el Ajuntament de La Garriga, y consta de varios capítulos escritos por diferentes profesionales sobre Interpretación del Patrimonio, desde distintos enfoques. El primer capítulo pretende establecer las bases de la disciplina y fijar la nomenclatura en catalán de los términos específicos que se utilizan. Es por eso que el Modelo TORA, con la “T” de “Temática” en castellano, fue traducido por Modelo MORA, con la “M” de (Té) “Missatge” en catalán. La publicación y el capítulo al que se hace referencia es:
Fernández, Isabel (2019). Capítulo 1 “*Origen, definició i principis de la Interpretació del Patrimoni*”. En: Costa, Enric (Coord.). (2019). “*Interpretació del Patrimoni: com provocar pensaments, preguntes i significats*”. Ajuntament de La Garriga: Rafael Dalmau.
- 9 Modelo de la probabilidad de elaboración y el Modelo de la acción razonada.
- 10 En relación con la misma publicación a la que se hace referencia en la nota nº 8, también se fijó una nomenclatura propia en la traducción al catalán, para estos conceptos. Son:
Tópico (castellano) — Tema (catalán).
Tópico específico (castellano) - Tema concret (catalán).
Tema (castellano) — Missatge (catalán).
- 11 Sam Ham en su última publicación (ver nota nº 4), habla del concepto de zona de tolerancia. De manera resumida es un margen dentro del cual esos “Temas personales” que se generan en las cabezas de los visitantes nos parecen admisibles; si entran dentro del mensaje que hemos diseñado cuidadosamente y que queríamos transmitir al público.
- 12 Este concepto de los universales y efectividad para aumentar la relevancia proviene del Servicio Nacional de Parques Nacionales de Estados Unidos. Se indica la referencia de un documento en español generado en el SEMIP basado en uno homólogo:
Morales, Jorge; Francisco Guerra; y Araceli Serantes (2009). Bases para la definición de competencias en Interpretación del Patrimonio-

Fundamentos teóricos y metodológicos para definir las competencias profesionales de especialistas en Interpretación del Patrimonio en España. Seminario permanente de Interpretación del Patrimonio natural y cultural (SEMIP), Centro Nacional de Educación Ambiental (CENEAM). Este texto está basado en el texto homólogo del National Park Service de EE.UU., (2007): “*Foundational Competencies for All National Park Service Interpreters*”.

https://www.miteco.gob.es/en/ceneam/grupos-de-trabajo-y-seminarios/interpretacion-del-patrimonio-natural-y-cultural/bases-definicion-competencias-ip_tcm38-425705.pdf

- 13 Esta “receta” se extrae del documento al que se hace referencia en la nota nº 12, con aportes de la Lista de Distribución de la Asociación para la Interpretación del Patrimonio (AIP).



ISABEL FERNÁNDEZ DOMÍNGUEZ

Consultora y formadora *freelance*, con más de 20 años de experiencia a nivel nacional e internacional, en el diseño, coordinación y ejecución de proyectos relacionados con: Interpretación del Patrimonio, Comunicación Accesible, Turismo Sostenible y Participación. Formo parte del Seminario permanente de Interpretación y soy profesora y tutora de los cursos del guías-intérpretes de Parques Nacionales, ambos del CENEAM (MITECO).

E-mail: isabelfd74@gmail.com

Linkedin: www.linkedin.com/in/isabel-fernández-domínguez

**PROJECTES
CULTURALS COM
UNA OPORTUNITAT,
PER A QUI?**

BÀRBARA ROIG ISERN

Resum de l'article

Més enllà d'aproximar als diferents públics els continguts i reflexions que els projectes proposen, el CCCB pretén, a partir dels seus projectes educatius, promoure l'apropiació i transformació dels projectes per part d'altres agents i generar així comunitats d'aprenentatge on l'entitat cultural facilita, és permeable a l'entorn i genera vincles identificant oportunitats.

Paraules clau

Apropiació, comunitats d'aprenentatge, vincles.

Presentació

El Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB) és un espai per a la creació, la investigació, la divulgació i el debat de la cultura contemporània. En la seva missió de pensar el present, el CCCB estructura la seva programació entorn de quatre eixos que recullen els principals centres d'interès i de reflexió:

Paraula. Reivindicar la paraula és fomentar el pensament crític i la imaginació. És defensar la llibertat d'expressió com a principi regulador d'una democràcia i la ficció com a instrument per imaginar altres mons possibles.

Ciutat. Analitzar les tensions que es generen pel fet de ser alhora un lloc de conflicte i un espai de civilització. Reflexionar també sobre la manera com els humans s'organitzen al territori i abordar l'emergència climàtica com una de les crisis més urgents i greus del present.

Tecnosfera. La revolució tecnològica i els progressos científics són dos dels factors de canvi d'abast mundial més importants de les últimes dècades i tenen profundes conseqüències culturals. Donem claus per entendre aquests canvis profunds que ja estan en marxa, per abordar-ne les potencialitats i els riscos, les oportunitats i els dilemes ètics.

Cos. Els estudis de gènere i el pensament postcolonial han contribuït a ampliar els drets i les llibertats vinculats al cos humà, i la convicció que el cos i la vida personal són sempre en última instància espais polítics i culturals. Abordar el cos com a àmbit prioritari és també reivindicar la presencialitat en un món cada vegada més virtual.

El programa del CCCB vol oferir una mirada àmplia i polièdrica de la complexitat de totes aquestes reflexions, i ho fa posant en relació una diversitat rica de llenguatges, on les arts visuals, la literatura, la filosofia, el cinema, la música, les arts escèniques, la tecnologia i la ciència s'interconnecten. Tots aquests llenguatges tenen instruments propis d'investigació, de reflexió i de divulgació i junts acaben donant sentit i forma als reptes que se'ns presenten.

Des dels programes educatius treballem perquè totes aquestes diversitats de continguts i llenguatges arribin a una diversitat de persones el més gran possible i es produeixin experiències significatives, que donin significat a les vides de les persones. Saber que les persones som diverses, amb històries, trajectòries, interessos diversos, ens fa tenir una mirada àmplia i cada vegada més personalitzada cap el que pot oferir una experiència cultural, i també, una mirada de la cura, cada vegada més conscient.

Sempre des de la responsabilitat de complir, facilitar i fomentar la universalitat del dret al gaudi de la cultura esmentada en la Declaració Universal dels Drets Humans.

En aquest article, explicarem com provoquem aquestes experiències. A partir de la triangulació entre els programes culturals, els agents educatius i la diversitat de persones que els gaudeixen, intentem que en el centre d'aquesta triangulació hi hagi grans espais de gaudi, vincle i transformació personal i col·lectiva.

Programes culturals i col·laboradors especialitzats

El CCCB, des dels seus inicis el 1994, conforma el seu programa en base a diversos continguts que articulen el debat sobre els reptes de la cultura contemporània i el món que ens envolta; i ho fa a través de diversos llenguatges culturals i des de fa uns anys, ha afegit els llenguatges de la tecnologia i la ciència, entenent que molts dels reptes que abordem actualment tenen a veure amb les transformacions que la ciència i la tecnologia plantegen.

Destaquem dos dels projectes portats a terme recentment i que seran motiu del desenvolupament de projectes educatius que compartirem en aquest article.

Per una banda, el projecte «Feminismes», que va tenir lloc entre juliol de 2019 i gener de 2020 per celebrar la vitalitat i la pertinència dels feminismes avui dia, posant de manifest les continuïtats i les ruptures entre el feminisme radical dels anys setanta i els feminismes actuals. El CCCB va presentar aquesta mostra per donar espai a les reflexions que estan molt presents en la societat actualment.

La primera feina és reconèixer tots els elements que ens ofereix el projecte i que són susceptibles de vincular-nos amb persones diverses.

Des del punt de vista de les idees vam identificar conceptes tals com: desigualtat, humor, malestar, dolor, violència, sexualitat, cura, identitat, patriarcat, ...

Des del punt de vista dels llenguatges i disciplines artístiques teníem: fotografies, vídeos, performances, happenings, dibuix, pintura, textos literaris, escultures/objectes...

Cadascuna d'aquestes paraules ens remetia a possibles persones i col·lectius que podrien viure una experiència significativa a partir d'aquest projecte. I en aquest cas, vam tenir una mirada especial cap: als col·lectius de gent gran que va viure la seva joventut als anys setanta, com les artistes participants en l'exposició, o les dones que han patit i segueixen patint aquestes desigualtats, però també els homes que busquen el seu lloc en aquesta transformació, i els infants i adolescents que inicien la descoberta del seu cos i de l'altre, o les famílies que necessiten espais de reflexió per poder compartir inquietuds amb els seus fills, per exemple.

Per altra, «Gameplay. Cultura del videojoc», una exposició que s'ha pogut visitar des de desembre de 2019 i prevista fins a juny de 2020 però que s'ha vist interrompuda per les mesures de contenció de la Covid19 seguint les indicacions del Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya. El CCCB posa en valor, amb aquesta exposició, l'impacte que ha tingut tant en la cultura popular digital com en l'art i en la societat, el videojoc.

En aquest cas, vam posar també de relleu altres tipus d'elements que podien ser una oportunitat de vincle amb públics diversos, tals com el disseny de l'espai expositiu com un espai jugable i que convida a tenir una experiència ben diferent d'una visita expositiva, per exemple.

En aquest cas, la idea d'oferir un espai que trencava les barreres dels discursos hegemònics des de l'alta cultura i acostava la proposta a tots els públics a partir de la possibilitat de jugar, ens va semblar una gran oportunitat per convidar infants i joves a compartir quins eren els seus moments de joc, i també donar-los veu i revaloritzar valor al joc que sempre en tants àmbits s'ha menystingut. De fet, el joc, va ser el motiu de vincle amb molts altres

públics com els que tenen discapacitats intel·lectuals per exemple.

En el treball dels continguts a seleccionar per cadascun dels públics, resulta d'una riquesa excepcional poder comptar amb la xarxa de professionals, col·laboradors i organitzacions d'àmbit nacional i internacional amb l'objectiu de facilitar l'accessibilitat i la difusió de la cultura, des del rigor i l'expertesa. En aquest sentit, dins els dos projectes que ens proposem analitzar, l'equip educatiu vam poder comptar amb l'assessorament i la participació directa de la Marta Segarra, comissària de l'exposició «Coreografies del gènere», catedràtica de Literatura francesa i d'Estudis de gènere a la Universitat de Barcelona i directora de recerca al Laboratoire d'Études de Genre et de Sexualité-LEGS, del Centre National de la Recherche Scientifique francès. És cofundadora del Centre Dona i Literatura i de la Càtedra UNESCO «Dones, desenvolupament i cultures» i investigadora a ADHUC (Centre de Recerca Teoria, Gènere, Sexualitat de la Univeristat de Barcelona). Anteriorment Segarra ha estat professora convidada a la Université Paris 8 Vincennes, al Collège international de Philosophie (París), a la Cornell University i a la University of California-Berkeley, entre altres centres. La seva recerca se situa principalment en els àmbits dels estudis de gènere i sexualitat, de la biopolítica i el posthumanisme, i dels estudis culturals. Tot l'equip educatiu vam poder rebre sessions de formació amb ella i ella va protagonitzar un encontre amb estudiants d'educació secundària per compartir la seva visió dels feminismes en l'actualitat.

De la mateixa manera, en el cas de l'exposició «Gameplay. Cultura del videojoc», a part de rebre la formació interna per part del seu comissari Óliver Pérez Latorre, doctor en Comunicació Social per la UPF i llicenciat en Comunicació Audiovisual; vam dissenyar les propostes educatives amb l'investigador



Alumnes de secundària comparteixen la seva visió dels feminismes en l'actualitat amb Marta Segarra © CCCB, Miquel Taverna, 2019

especialitzat en ficció digital infantil i juvenil, Lucas Ramada Prieto, doctor internacional en didàctica de la llengua i la literatura per la Universitat Autònoma de Barcelona, qui a més de la recerca, gran part de la seva activitat laboral la dedica a la formació docent i de mediadors de lectura. Aquest perfil híbrid entre el coneixement del contingut a tractar i l'experiència en termes educatius, fa que puguem acabar oferint unes propostes educatives molt significatives, en aquest cas per a grups escolars, famílies i docents, a part d'un espai de mediació específic en què el plaer i l'experiència ocupaven el centre i on es podien provar i estimular altres maneres de jugar: en solitari, però sobretot en comunitat.

Agents educatius

En el disseny dels tots els programes educatius que busquen generar experiències significatives i vincles entre persones i comunitats a partir de la cultura, cada vegada és més evident el sentit de la cura cap a les persones amb qui ens connectem i el sentit de teixir xarxa entre diversos que ens ajudi a vincular-nos i a crear propostes conjuntes.

Per això, no només hem necessitat lleis que ens marquin obligacions de fer accessible la cultura a tothom, també hem necessitat ser coneixedors dels altres per empatitzar-hi, aproximar-nos a les altres realitats i abandonar el camí unidireccional per obrir la mirada i construir camí junts.

Com diu Daniel Innerarity, ara més que mai, ja no podem creure més en el món dels éssers invulnerables, i ja no podem seguir construint coneixement des de l'autosuficiència. I com convidava Yayo Herrero en la seva trobada amb estudiants de secundària al CCCB, ara més que mai, hem de teixir entre tots un nou espai de relacions.

Observem com el CCCB, des dels seus inicis, s'ha nodrit de mirades plurals i diverses, obrint diàleg amb creadors de la ciutat, alhora de posar de relleu els reptes de la cultura contemporània. Així com en un primer moment, aquest teixit de coneixement s'ha fet des dels estadis de legitimació cultural, poc a poc, altres persones i comunitats fora d'aquests estaments han volgut fer sentir la seva veu per poder accedir a les programacions que oferia el CCCB, i que per qüestions socials, econòmiques, físiques, sensorials o cognitives diverses, estaven fora del seu abast.

D'aquesta manera, el CCCB obre diàleg i processos de treball compartits al voltant de l'accessibilitat, del disseny per a tothom; i fins els reptes més actuals on volem veure el CCCB com un lloc trobada i intercanvi de coneixement de la diversitat humana, on

les diferències personals i col·lectives són respectades i vistes amb la mirada d'oportunitat i riquesa, on tota persona pot desenvolupar el seu potencial personal. Una mirada també on l'educació social hi ha tingut un paper molt important.

En el recorregut que hem fet per aquest camí hem trobat moltes complicitats, aliances i reclamacions que han estat instrument i motor de creació. Per això, m'agradaria esmentar la xarxa que hem anat construint en aquest sentit: la Neus Salvat i en Joan Heras de l'Associació Catalana per la Integració del Cec (ACIC) que ens transmeten el seu manifest "Per una cultura a l'abast de tothom. Propostes de supressió de barreres de comunicació" en defensa al seu dret com a col·lectiu a l'accés a la cultura; l'Àlex Dobaño des de Design for All que assessora, en els seus inicis, el grup de treball intern i transversal de Disseny per a Tothom i Accessibilitat del CCCB; la M^a Ángeles Gil i el Josep Pitarch de ONCE Catalunya que faciliten els seus recursos per fer més accessibles els materials de les exposicions als seus afiliats; la Estel·la Oncins i la Pilar Orero del Grup de recerca de la UAB Trans-Media Catalonia que ens posa de relleu la urgència de l'accessibilitat en el camps audiovisual i multimèdia; en Joan Bestard i en Gonzalo Iturregui-Gallardo de l'Associació Catalana per a la promoció de l'accessibilitat que ens han ofert serveis i formació pels nostres equips d'educadors; l'Apropa Cultura, una xarxa de la qual formem part, on teatres, auditoris, festivals i museus fem accessible la cultura i on entitats del sector social treballen des de la cultura; també la Taula de Treball de Museus i Accessibilitat, formada per un grup de professionals de museus i institucions culturals que ens reunim una vegada al mes amb la voluntat de compartir coneixements, recursos, plantejar dubtes, impulsar estratègies comunes, sensibilitzar i treballar en xarxa sobre temes d'accessibilitat, amb el propòsit ferm de continuar aquesta tasca en anys successius; i darrerament hem intensificat la nostra col·la-

boració amb Senén Roy i Català, educador social interessat en el vincle entre cultura i educació i les complexitats del treball comunitari per teixir de manera profunda les nostres relacions amb els veïns del barri que ocupem.

Persones i entitats del sector cultural i del social com les esmentades, treballem junts provocant encontres i llaurant un camí essencial en aquest sentit.

En l'experiència directa de les activitats educatives finalment es viu allò que hem estat gestant conjuntament en el disseny dels programes. Són essencials tots aquells professionals, educadors en l'àmbit cultural que han fet igualment un camí d'obertura de mirada i reconeixement de la cultura com un aliment adequat per a tothom, en primer lloc, per a ells mateixos. Que s'han qüestionat la seva feina, que han après a dubtar des de la humilitat sense abandonar el rigor, que han assajat, i han consolidat grans



L'educadora i les persones participants en el Programa Alzheimer del CCCB a la visita de «Feminismes» © CCCB, Miquel Taverna, 2019

aprenentatges i han tingut la recompensa de grans experiències personals i col·lectives que els mantenen vinculats als projectes de maneres molt personals. Des d'aquesta manera tan personal de vincular-se, hem viscut experiències realment significatives perquè hem pogut realment fer un treball a mida, persona a persona.

En aquest sentit esmentar l'experiència del CCCB amb el Programa Alzheimer, que apropa l'art i la cultura a persones que pateixen els primers graus de la malaltia, com també als seus cuidadors i familiars. Aquest programa neix de l'impuls d'un grup de treballadores del CCCB que els uneix l'interès en l'àmbit del cervell i el gaudi en els formats teatrals i de divulgació. Aquestes forces unides generen uns instruments molt valuosos per poder vincular-se i poder provocar experiències significatives amb les persones que pateixen els primers graus de la malaltia.

De la mateixa manera, va agafar força finalment, el nostre programa de visites adaptades a les exposicions per a persones amb ceguesa i baixa visió. Quim Mòdenes és l'ànima del projecte perquè ha dut en aquest àmbit, una de les seves passions, treballar artesanalment i saber detectar oportunitats en els discursos expositius.

Persones diverses que gaudeixen

La tercera part de la triangulació amb la que treballem són les persones, totes, les persones a qui facilitem el seu dret al gaudi de la cultura i al gaudi amb la cultura. Cal tenir cap a tots ells, la mirada de la cura. Ser sensibles a les persones per a qui o amb qui desenvoluparem el programa. Plantejar els programes en funció

de les particularitats. Donar-los un espai, tenir respecte cap a ells, perdre'ls seriosament.

Cuidar els entorns, generar riquesa d'experiències és intentar avançar, impulsant accions col·lectives que generin comunitat i vincle. El fet creatiu passa quan un ofereix a l'altre i l'altre ho transforma dins seu i això el modifica, el fa avançar, l'afecta, el canvia.

Sobre les persones observem la seva diversitat en termes de capacitat, cultura, idioma, interessos, moment del desenvolupament humà, nivell de comprensió,... i hem de conèixer cadascuna d'aquestes capacitats per poder-hi establir un verdader diàleg. Per això en la conversa prèvia a la visita, si són un grup escolar, els fem preguntes com:

En quin curs està el grup?

Des de quina assignatura s'ha programat la visita?

Quantes persones vindran?

Fan servir la visita/activitat com a part d'un projecte més llarg dins l'escola o és serà una experiència puntual? Per què han triat aquesta visita/activitat?

Prèviament a la visita enviem un document amb recursos sobre el tema per treballar abans de venir, i un altre document sobre la conducta que esperem del grup en la seva visita en un recinte cultural on compartiran experiència amb altres visitants.

I si són un grup d'algun col·lectiu vulnerable. Els fem preguntes com:

En quin idioma parlen habitualment?:

Quin nivell de llenguatge i comprensió tenen?

Si hem de tenir en compte algun comportament conductual concret.

Nivell de participació.

Contacte físic.

Per què han triat aquesta activitat?

Hi ha temes delicats per al grup i que hauríem de preveure/evitar?

L'activitat no contempla fer una pausa. Considereu que seria imprescindible per el grup fer-ne una?

L'educador del grup té interès a visitar individualment l'espai per comprovar l'adequació de l'activitat?

Col·lectiu.

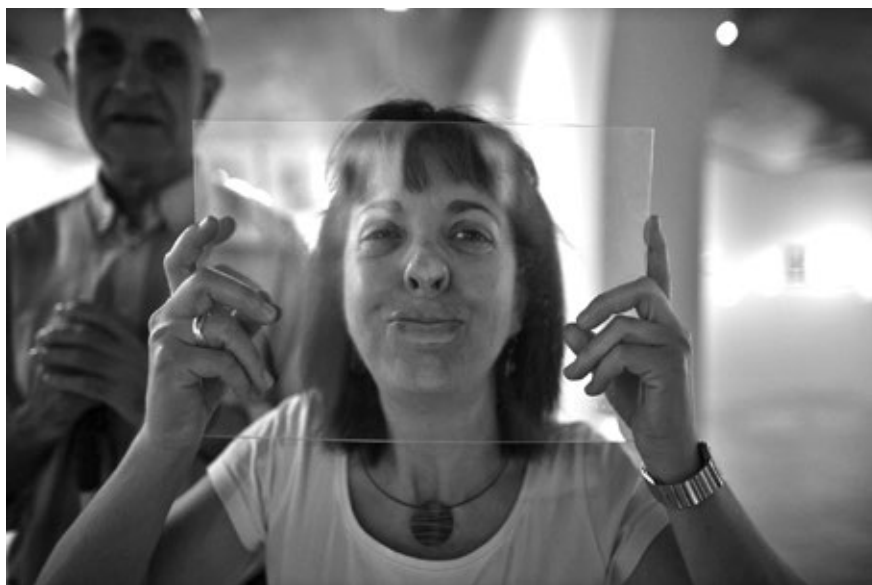
Prèviament a la visita

Amb aquestes converses prèvies, podem seleccionar quines idees posar de relleu, amb quines peces poder-nos recolzar o quins llenguatges comunicatius són els més adequats. I acabar donant forma a una experiència dissenyada a mida per al grup.

Però a part de conèixer el millor possible el grup que acollirem, també hem de poder oferir una riquesa de maneres d'accedir al gaudi, des de l'emoció o des del sentir, des del cos o des del fer, i des de la paraula o des del pensament. Per això també els llenguatges de la cultura ens ajuden tant, perquè obren moltes possibilitats de connexió amb diverses formes de gaudi.

El cas de la visita a «Feminismes» amb grups de persones amb ceguesa o baixa visió, dissenyada per Quim Módenes Borrajo, ens va permetre incorporar per primera vegada l'element performatiu, tot fent una proposta d'acció mimètica d'algunes peces. L'experiència enriqueix la reflexió que estàvem posant de relleu i generava interacció i gaudi entre visitants, apel·lant directament a les pròpies sensacions i emocions.

En el cas de l'activitat dins les sales de «Gameplay» #ConJugaCCCB «Crea el teu videojoc!», dissenyada per Lucas



Experiència performativa per a persones cegues o amb baixa visió a la visita de «Feminismes» © CCCB, Miquel Taverna, 2019

Ramada Prieto i Hugo Muñoz Gris, tenia l'objectiu posar de relleu les propostes de videojocs que el públic infantil i juvenil voldria que els creadors desenvolupessin.

Heu imaginat mai el vostre videojoc? Com es jugaria, de forma individual o col·lectiva? Us l'imagineu amb personatges o amb peces en moviment? És contemplatiu o requereix moltes accions? I si tinguéssiu l'oportunitat de fer-lo realitat, com el definiríeu?

Volíem donar veu a aquestes persones, saber quins videojocs havien imaginat, si els jugarien de forma individual o col·lectiva, si l'imaginaven amb personatges o peces en moviment, si era contemplatiu o requeria moltes accions. Per aconseguir-ho vam idear un recorregut amb un seguit de nivells i opcions que ens serveixen per redescobrir i

repensar els videojocs. A partir d'un joc d'opcions basat en les cartes de Vladimir Propp, els alumnes, imaginaven col·lectivament un videojoc. A cada nivell preien decisions sobre els aparells amb els quals jugar, les regles de joc, l'aparença o l'estètica del joc, la seva temàtica, els personatges que hi apareixen i les formes de jugar que oferien. D'aquesta manera ens aproximàvem d'una altra forma als continguts que oferia l'exposició.

El resultat de l'activitat era una fitxa que recollia les eleccions de cada grup (constituït per 4 o 6 alumnes). A partir d'aquesta fitxa, els alumnes treballaven un petit text sintètic i suggeridor, en format de tuit, amb el que definien i proposaven finalment el seu videojoc. Al compte de Twitter de @CCCBeducacio hi trobareu un fil que recull totes les creacions. Els tuits finals dels alumnes que van passar per l'exposició es proposaven com a material per una Game Jam, on un grup de creadors i creadores de videojocs els feien servir com a base per materialitzar els que considerin més inspiradors (aquesta part final va quedar sense realitzar a causa de la pandèmia de la Covid-19).

El gaudi com l'impulsor d'una experiència significativa i d'un vincle

Pensem en el gaudi com la gran estratègia natural de l'ésser humà per l'aprenentatge significatiu. Pensem en la cara d'un infant quan assoleix un repte propi per si sol i en el moment que està preparat per fer-ho, en aquell instant, el seu rostre s'omple d'un gran somriure i sempre més haurà adquirit aquell aprenentatge connectat íntimament amb un impuls intern seu fruit de la



Alumnes de primària en la presa de decisions de l'activitat #ConJugaCCCB
«Crea el teu videojoc!» © CCCB, Miquel Taverna, 2020

curiositat. El desig de conèixer va de dins cap enfora i assolir-lo, genera gaudi.

En un món on estem immersos en la cultura de l'entreteniment i la diversió, estem acostumats a respondre a estímuls externs i el desig de conèixer que va de dins cap a fora, en moltes ocasions, ha quedat anul·lat. Aclaparats per tants estímuls externs, no deixem espai a la curiositat que neix dins nostre.

Si podem provocar experiències on es connecti amb el desig o interès de les persones, l'experiència de gaudi és transformadora. Volem construir coneixement des de les passions o interessos de cadascú.

Els llenguatges de la cultura són recursos rics i complexos que tenim a l'abast, per poder construir coneixement, pensament crític i generar gaudi a través d'ells hem de practicar, els hem de conèixer, hem de saber com operen, i així esdevindran l'aliment

essencial pel creixement personal de tothom, això és el que facilitem des dels àmbits de l'educació cultural.

Atenció però! Si les experiències són significatives i ens modifiquen, hem de deixar-nos afectar. Incentivar i permetre el pensament crític no és sempre l'opció fàcil. Hem d'estar disposats a que totes aquestes persones puguin pensar diferent al que nosaltres plantejem. Important també resulta estar disposats a que aquests projectes ens canviïn també a nosaltres.

Àmbits d'actuació

1. CCCB i els centres educatius

La programació del CCCB és una oportunitat a nivell educatiu per connectar els aprenentatges amb l'actualitat i donar eines per dissenyar quins escenaris de futur volem com a ciutadans del món. Sabem que la cultura és una eina educativa.

La nostra entitat cultural reconeix el valor cultural en el treball pedagògic que es genera dins de les aules, i busca espais presencials i digitals per fer-lo visible.

El barri és un dels eixos de treball vertebradors del projecte educatiu del CCCB. Crear vincles permanents i profunds amb les entitats educatives i socials del barri per compartir, cooperar, aprendre i promoure la cultura dins i fora dels nostres espais.

El CCCB vol afavorir la participació en els seus programes educatius també a les escoles de màxima complexitat, fent més accessible la cultura i manifestant el nostre compromís social, a través de dues mesures:

- Estem adherits al programa Argonautes de l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural, que té per objectiu principal afavorir la mobilitat de les escoles de màxima com-

plexitat al patrimoni cultural, a través de diversos convenis de col·laboració subscrits amb operadors de transport públics i privats.

- Oferta de places gratuïtes per a centres de complexitat de la ciutat de Barcelona, a través del programa de Gratuïtats PAE que gestiona el Consell d'Innovació Pedagògica.

2. CCCB en família

Volem educar en la cultura i fer créixer nous públics. El CCCB es postula com una alternativa diferencial i amb valor afegit per a la formació durant el temps de lleure dels infants i les seves famílies. Sabem que partint de les experiències artístiques, tecnològiques i culturals, els infants activen altres canals d'aprenentatge.

El CCCB proposa per aquest públic:

- Un casal d'estiu.
- Activitats durant el curs vinculades a la programació del CCCB.
- Espai de literatura il·lustrada infantil i juvenil generat a partir de la programació que el CCCB ofereix per a infants i joves i les seves famílies.

El CCCB vol afavorir la participació en els seus programes d'educació en el lleure a les famílies amb necessitats especials. Per això en el casal d'estiu oferim dues mesures:

- Acolлим infants becats per l'Obra Social "la Caixa".

- Homologuem el casal per la Campanya de Vacances de l'Ajuntament de Barcelona, qui gestiona els ajuts econòmics pertinents a les famílies que ho sol·liciten i proporciona personal de reforç especialitzat per infants amb necessitats especials.

3. CCCB per a tothom

Tothom és benvingut al CCCB. Treballem per aproximar la cultura i el pensament a la major diversitat de gent possible, superant barreres físiques, sensorials i cognitives.

Com ho fem?:

- Generem vincles amb col·lectius i organitzacions que representen segments de públic amb risc d'exclusió social per co-crear experiències culturals.

- Treballem transversalment amb els departaments de programació del CCCB per assegurar la major riquesa possible en l'experiència d'aquest públic amb les activitats del CCCB.

- Formem part del programa socioeducatiu Apropa Cultura, oferint:

- Activitats que puguin interpel·lar les diverses formes de coneixement i aprenentatge.
- Descomptes i gratuïtats per a grups amb discapacitat física, intel·lectual, salut mental, immigració, drogodependències, gent gran, infància i joventut en risc, justícia, pobresa, sense llar.

- Tenim un Programa per a malalts d'Alzheimer i els seus familiars.

- Tenim un Programa de visites adaptades a les exposicions per a persones amb ceguesa o baixa visió i per persones amb sordesa i recursos d'ús autònom d'accessibilitat visual i cognitiva.



BÀRBARA ROIG ISERN

(Barcelona, 1976) és llicenciada en Història de l'Art per la Universitat Autònoma de Barcelona i Màster en Museologia i Gestió del Patrimoni Cultural per la Universitat de Barcelona. Els inicis de la seva activitat professional estan lligats a la gestió d'exposicions al MACBA i a La Virreina (ICUB) i d'altres esdeveniment culturals al Centre de Cultura Contemporània. A partir del 2012 i fins l'actualitat, desenvolupa els programes educatius lligats a les programacions del Centre de Cultura Contemporània (CCCB).

broig@cccb.org / @CCCBeducacio

**LES EXPOS,
LA MAR
I ELS DUBTES**

MIREIA MAYOLAS CRÉIXAMS

Resum de l'article

Quin tipus d'exposicions hem de fer, des dels nostres museu? Per a què i per a qui? Com ha de ser el llenguatge expositiu? Quina vida té una exposició? Qui ha de conformar els equips que les creen? Quin pressupost és l'adequat? Com s'avaluen?

En aquest article es van abordant totes aquestes qüestions mentre es presenten les darreres exposicions portades a terme al Museu Marítim de Barcelona.

Paraules clau

Exposicions, Museu, Educació.

Hi ha una dita que adverteix d'anar en compte amb el que desitges, perquè es pot complir.

Durant molts anys, els departaments d'educació i activitats de molts museus han demanat sistemàticament poder formar part dels equips que dissenyen les exposicions. Si les exposicions es pensen per als públics, és lògic que personal tècnic dels departaments de programes públics hi tinguin cabuda. Són aquests equips que han de vetllar perquè les exposicions siguin accessibles, tinguin en compte les necessitats de les persones, incorporin recursos didàctics o estratègies per enfortir el vincle amb la comunitat.

També nosaltres, l'equip tècnic de l'Àrea d'Educació de l'MMB, defensàvem poder formar part del procés de creació de les exposicions del museu, participació que era molt escassa i estava molt centrada a elaborar el programa d'activitats, ja inaugurada la mostra i, en alguns casos, a desenvolupar alguns materials perifèrics que fessin comprensible allò que no funcionava o no s'entenia.

Les coses van canviar l'any 2014, quan es creà un equip per dissenyar l'exposició semipermanent «Set vaixells, set històries», al qual fórem incorporats. Pocs mesos després de la inauguració, la direcció va considerar adient integrar el Departament d'Exposicions dins la nostra àrea, fent bona la dita amb la qual començo l'article. Això ens va donar la possibilitat de repensar moltes coses: què suposa que les exposicions es dirigeixin des de l'Àrea d'Educació i Activitats? Quin és el fet diferencial? Què n'espera la gent, de les exposicions? Què pretenem des del museu? Per a qui es fan? Qui ha d'integrar els equips que les desenvolupa? Quin

pressupost es requereix? Com s'avaluen? Hauríem de transformar-ne el llenguatge i la manera de concebre-les? Però també començaven el dubtes i, per què no dir-ho, les angoixes.

Aquest article pretén presentar algunes de les darreres exposicions de l'MMB i compartir un bon nombre d'inquietuds sorgides en el seu procés de treball, més que no pas per exposar cap certesa.

«7 VAIXELLS, 7 HISTÒRIES»

Data d'inauguració: 15 de juny de 2015

Data de tancament: continua oberta

Guió: equip de l'MMB

Disseny museogràfic: Anna Alcubierre

A través de set embarcacions, models de grans dimensions, s'aborden set grans temes de la navegació (el comerç, l'esport, el conflicte, la construcció de la imatge del món, el canvi tecnològic, l'època dels grans transatlàntics i la pirateria). Cada àmbit és presentat per un personatge, un monòleg teatralitzat en format audiovisual, que narra una història en primera persona.



Potser la primera pregunta a fer-nos és PER QUÈ FEM EXPOSICIONS? No diré que l'exposició sigui l'única manera d'expressar-se que té el museu, però sí que és una de les que li és més pròpia. L'exposició és el punt on conflueixen l'objecte amb la societat, les col·leccions amb els públics.

L'objectiu d'aquest projecte era mostrar part de les col·leccions del museu en un moment en què l'exposició permanent estava tancada per les obres de restauració de les naus de les Drassanes Reials, l'edifici on s'ubica l'MMB. A més, tenia la missió de poder-hi desenvolupar el programa pedagògic i mitigar l'impacte que suposava no disposar d'exposició permanent on fer les activitats. Vàrem tenir molta cura en l'elecció dels àmbits i, també, en la distribució espacial per tal que en pocs metres hi poguessin treballar diversos grups a l'hora sense fer-se nosa.

Una altra de les aportacions va ser humanitzar cada àmbit incorporant-hi un personatge que explica una història en dos minuts. Per posar dos exemples: quan es parla del transport de mercaderies una estibadora dona a conèixer la tasca d'aquests equips de professionals en un port actual o, en l'àmbit dels grans transatlàntics, un cuiner narra el frenesí d'una cuina que ha de preparar des del ranxo per a la classe emigrant a les menges més selectes per a la primera classe, sense oblidar l'alimentació de tota la tripulació.

I, finalment, també vàrem introduir diversos elements interactius per facilitar la comprensió d'alguns objectes, com l'*Atlas Català* de Cresques, o d'alguns conceptes, com el fenomen de la pirateria al llarg del temps i en els diversos mars, o per introduir-se en els diferents espais dels transatlàntics que a principi del segle xx feien la ruta entre Europa i Amèrica.

Reprenem la pregunta sobre per què fem exposicions i, per posar-hi una mica de llum, ens podríem centrar en el que es recull en el Pla de Museus 2030¹ —que marca la política que haurien de seguir aquestes institucions a Catalunya els propers anys.

Entre altres coses, en el capítol sobre el Pla d'Actuacions 2018-2021, es diu que els museus —i, per extensió, hi podríem afegir les exposicions— han de ser centres de coneixement i de debat, i contribuir a abordar els grans reptes socials i culturals que afronta la societat i el país. Han de presentar narratives actualitzades, incorporant mirades de col·lectius fins ara poc representats, culturals i de gènere. Cal que generin activitats i oportunitats d'aprenentatge per a una gran diversitat de públics. Han de ser accessibles físicament, sensorial, intel·lectual, cultural i econòmica, per a l'ús i el gaudi de totes les persones.

Són objectius amplis i ambiciosos, i és interessant tenir-los presents quan plantegem una exposició. Com els apliquem? Heus aquí el repte.

«PROJECTE BARCA»

Data d'inauguració: 14 d'abril de 2014

Data de tancament: 24 d'agost de 2014

Guió: equip d'Educació de l'MMB

Disseny museogràfic: equip de Disseny l'MMB



«7 vaixells, 7 històries» no era la primera exposició en què intervenia l'equip tècnic d'Educació i Activitats. L'any 2014 aconseguíem, després de molts anys d'intentar-ho, fer la primera mostra d'un projecte educatiu.

En això, hi havia altres museus que ens havien pres molt avantatge, com el CAAM de Gran Canària, amb el projecte «Territorio Okupado», iniciat el 2008, o el Museu d'Art Modern de Tarragona que desenvolupa des del 2011 «Ets un artista, exposés al MAMT», per posar dos exemples propers. Si girem la vista a l'estranger, fa més de vint anys que porten a terme exposicions d'aquesta tipologia.

Fa anys que em pregunto PER QUÈ ESTÀ TAN ARRELLADA LA CONVICCIÓ QUE UNA EXPOSICIÓ EDUCATIVA FA BAIXAR EL NIVELL CULTURAL DEL MUSEU? I ho està, que ningú ho dubti.

L'exposició, molt senzilla però d'una gran dignitat, era «Projecte barca» i mostrava les deu embarcacions que havia construït l'alumnat de tercer d'ESO, amb dificultats d'aprenentatge, de l'Institut de Celrà. Cada curs, des del 2006 al 2013, el professor de tecnologia Bosco Planas proposava el repte de construir una embarcació diferent al nou grup d'alumnes, un projecte que va resultar molt útil per tal que adquirissin coneixements significatius de tipologia molt diversa.

Les exposicions de projectes educatius en els quals el museu ha estat vinculat, contràriament al que sovint es pensa, generen un gran interès pel públic i remarquen la importància que té l'educació per al museu. Són un exemple de com es poden impulsar sinergies que enforteixin la dimensió cultural en el sistema educatiu i la dimensió educativa en les nostres institucions. De com,

des dels museus, es pot fomentar la creació i la participació de la ciutadania. És una manera d'impulsar l'apropiació de la institució per part de la comunitat i, per tant, d'obrir-la i democratitzar-la.

«VAIXELLS DE JOGUINA»

Data d'inauguració: 20 de maig de 2016

Data de tancament: 9 de gener de 2017

Guió: Bartomeu Tomàs, Nat Projectes

Disseny museogràfic: Ignasi Cristià



Si una exposició em feia especial il·lusió poder portar a terme era aquesta, no només per la fascinació personal per aquests objectes, sinó també perquè un dels recursos més utilitzats per l'Àrea d'Educació i Activitats per explicar conceptes com la flotació i la propulsió als infants, han estat els tallers de construcció de vaixells de joguina, que serveixen per aprendre a través de l'experimentació i del joc.

L'exposició «Vaixells de joguina (1870-1939)» mostrava més d'un centenar d'objectes de la col·lecció privada de l'arquitecte mallorquí Antoni Juncosa, considerada una de les més importants d'Europa sobre aquest tema. Un dels principals focus d'interès eren els vaixells fabricats a l'Estat espanyol, sobretot a Catalunya i a València. L'últim àmbit estava dedicat a donar a conèixer tota mena de naus de construcció artesanal en l'entorn familiar, fetes amb materials quotidians com el suro, closques, fulles, paper...

Una de les preguntes a fer-se quan es planteja una exposició ha de ser quin és el nostre públic i a qui volem dirigir-la, dues coses que no sempre són coincidents. En altres paraules: PER A QUI FEM LES EXPOSICIONS?

El públic del Museu Marítim gira a l'entorn dels 300.000 anuals i té un nombre similar d'usuaris. Està entre els deu més visitats per la gent de Barcelona i el 17 % de qui el visita prové de Catalunya, un 14 % dels quals de la Ciutat Comtal. Els escolars representen el 10 % i un 33 % és públic familiar. Una altra informació: gairebé el 80 % del total de visitants prové de l'estranger. Aquestes dades són anteriors a la covid-19 i caldrà analitzar de quina manera la pandèmia les fa variar.

Més referències sobre el nostre públic:² un terç associa el museu a idees que inclouen conceptes relacionats amb les

col·leccions i la cultura marítima (vaixells, història, oficis del mar...). Un 25 % ho fa amb idees que tenen a veure amb el medi físic (mar, animals marins...) i un 42 % el relaciona a idees sobre les sensacions que provoca la mar (llibertat, pau, tranquil·litat...) o l'imaginari que s'hi relaciona: viatjar, aventures, etc.

A partir d'aquí, pensem com dirigir les exposicions als nostres públics, que són molt diversos i amb diferents aspiracions. Crec fermament que els museus i la cultura en general han de contribuir a assolir la igualtat social i que les exposicions no poden ser un producte destinat només a la capa social més erudita. El repte, doncs, és com apropar-les a cada grup, a cada *target*.³

Una primera opció és que, en una programació, es plantegin exposicions de tipologia variada, algunes més divulgatives i d'altres més complexes. L'altra opció, compatible amb l'anterior, és plantejar l'exposició com una superposició de capes o de formats, cada una d'elles amb l'objectiu d'aportar un registre d'informació diferent.

Per dir-ho d'una altra manera, cal construir maneres diverses per aproximar els continguts als públics, perquè l'interès d'aprofundir-hi és diferent en cada persona i la manera d'aprendre també varia. Avui dia el relat no pot ser únic ni unidireccional i les presentacions han de fugir de la linealitat. És important diversificar i utilitzar una gamma àmplia de formats.

La primera capa és la del guió, que ha d'estar vinculat a la missió del museu i ha d'assegurar l'excel·lència en els continguts. Una altra capa la conforma la museografia, que, en el cas de l'MMB, optem per crear escenografies que en pocs segons comuniquin o, com a mínim, donin consistència al missatge de l'exposició a través de l'impacte emocional, que permetin apropar-se als continguts a través dels sentits. Evidentment, tenim la capa dels objectes de la qual s'ocupen les conservadores i restauradores de la nostra institució, que vetllen per la bona instal·lació i

per garantir-ne la conservació. I, després, hi ha una altra sèrie de capes destinades a facilitar eines a públics concrets: presentar els textos en diversos idiomes n'és una, i aquí també hi podem afegir la incorporació d'escrits en braille. Un fet diferencial de l'MMB és la incorporació de cartel·les dirigides al públic infantil. La instal·lació d'elements interactius, de recursos per explicar certs conceptes o per ampliar la informació d'alguns objectes és una capa nova: des d'elements per tocar, passant per fulls de sala, aplicacions, jocs, olors, etc. Finalment, també hi ha la capa de l'emotivitat, que apunta al cor o a l'estómac, que sacseja, que interpel·la o que vincula: parlàvem abans de l'escenografia, però hi podem incloure relats presentats de múltiples maneres.

«Vaixells de joguina» tenia un guió sòlid des del punt de vista científic que pensàvem que era interessant per a la gent experta en vaixells, en joguines i en vaixells de joguina. La temàtica era molt evocadora per al públic de la tercera edat. I el darrer àmbit, «Mestres d'aixa de butxaca», que mostrava diferents maneres de com, antigament, nens i nenes es feien els seus propis vaixells de joguina, anava molt dirigit a aquest col·lectiu, que ràpidament es transportava a la pròpia infantesa. També va ser un àmbit molt ben acollit per la comunitat de mestres, que hi van trobar un bon nombre de recursos pedagògics. Les demandes de docents per obtenir els vídeos de com es fabriquen els vaixells tradicionals va ser tan gran que vàrem decidir penjar-los en el web. Per contra, havíem treballat poc la capa destinada als infants i a les famílies, que esperaven més espais i recursos per poder experimentar. Per jugar!

«ANTONI BENAIGES, EL MESTRE QUE VA PROMETRE EL MAR»

Data d'inauguració: 19 de juliol de 2018

Data de tancament: 26 de maig de 2019

Guió: Sergi Bernal

Disseny Museogràfic: Maria Marín - Rebeka



Un dia van aparèixer pel museu Sergi Bernal i Plàcid Garcia-Planas, director del Memorial Democràtic de Catalunya, amb un llibre sota el braç⁴ amb l'esperança de poder convèncer el director del museu, que aleshores era Roger Marcet, de coproduir-ne l'exposició.

L'exposició «Antoni Benaiges, el mestre que va prometre el mar» explicava la història d'un mestre republicà, segui-

dor de les pràctiques pedagògiques de Célestin Freinet, que durant el curs de 1936 va fer un projecte sobre el mar amb els nens i nenes de l'escola rural de Bañuelos de Bureba (Burgos). Com que no l'havien vist mai, el mestre els prometé que en acabar el curs els portaria a veure el mar. Però quan estaven a punt de marxar cap a Mont-roig del Camp, poble natal de Benaiges, va esclatar la guerra i els feixistes el van anar a buscar, el torturaren i l'executaren. I després van fer tot el possible per esborrar-ne la memòria.

La història que fa uns anys va desenterrar Sergi Bernal, quan fotografiava l'obertura de la fossa de La Pedraja, era d'una gran potència emocional i, per tant, va ser fàcil generar un bon producte expositiu.⁵ Aquí el mar tenia una significació molt vinculada a la llibertat, a l'experiència i al coneixement. Representava el miratge de l'oportunitat perduda, tant per als escolars de Bañuelos de Bureba, que es van quedar sense conèixer-lo, com per a un país que hauria pogut anar cap endavant i va retrocedir dramàticament. Amb l'exposició, doncs, donàvem resposta a aquell 42 % de visitants que associa el museu a idees sobre les sensacions que provoca el mar.

COM HA DE SER EL LLENGUATGE EN UNA EXPOSICIÓ que té pocs metres i molta cosa per explicar? Sabem que la gent llegeix poc i que pica un bocí de text aquí i un altre allà, de vegades, sense ordre. I, per contra, hi ha la tendència de fer textos excessivament llargs, complexos, molt científics, sense cap intenció de ser divulgatius.

Un dels pocs museus que han difós la seva reflexió sobre aquest tema és el Victoria&Albert Museum de Londres,⁶ que fa aquestes recomanacions:

- Els textos han de ser breus de manera innegociable. Aquest fet, contràriament al que es podria pensar, fa augmentar la quantitat d'informació que la majoria dels visitants absorbeixen.
- També han de ser textos accessibles, comprensibles per a una audiència diversa. Això, entre altres coses, significa que cal explicar el vocabulari tècnic, perquè molta gent, per bé que pot tenir un nivell d'estudis alt, potser coneix molt poc la temàtica sobre la qual es tracta.
- La informació ha d'estar ben organitzada i combinar aquella bàsica amb una altra més profunda. Transmetre una idea per oració i un assumpte per paràgraf. Explicar les idees generals als plafons i desenvolupar aquestes idees vinculant-les als objectes a les cartel·les.
- Els textos han de ser càlids i han de centrar-se en allò que fa referència a la part humana dels objectes, perquè a la gent li interessa allò que té relació amb les persones.

Quan es redacten textos expositius, cal tenir en compte tota una sèrie de factors que hi poden jugar negativament, com que la gent els llegeix dempeus, que pot tenir un coneixement de la llengua feble o una comprensió lectora limitada, que hi pot jugar negativament un factor com el cansament, ja sigui perquè s'és turista o perquè es visita després de treballar. O com la dispersió —quan, per exemple, has d'estar pendent de criatures— o les sales estan molt plenes.

A l'MMB les exposicions es fan en tres idiomes: català, castellà i anglès, i això augmenta molt la percepció de quantitat de text, un problema que no tenen en altres països com el Regne

Unit. Per tant, intentem que els escrits dels plafons no superin les 150 o 170 paraules, tot i que no sempre s'aconsegueix. Per contra, les cartel·les es fan llargues, d'unes 50 o 60 paraules.

Sol haver-hi molta discussió sobre la conveniència d'explicar termes bàsics vinculats als vaixells i a la navegació, com *proa*, *pal de mitjana* o *eslora*, per esmentar-ne alguns. Hi ha qui pensa que és baixar massa el nivell, però des de l'Àrea d'Educació i Activitats optem per utilitzar-los amb l'explicació corresponent («l'*eslora*, llargada, d'aquest vaixell és...» o «el *pal de mitjana*, que és el situat més a la *popa* o part posterior...»).

En l'exposició del mestre Benaiges, vàrem voler utilitzar un llenguatge inclusiu des del punt de vista de gènere. No és gens fàcil si es pretén no repetir els termes en masculí i femení, i en castellà encara costa més. Però és un repte interessant i una exposició sobre educació requeria aquest esforç.

Altres coses que tenim en compte és l'alineació dels textos a l'esquerra, que la mida de la lletra dels plafons tingui un mínim de 2,8 cm i que hi hagi un contrast fort entre el color de la lletra i el del fons per facilitar-ne la lectura. Que la ubicació dels textos a les parets es faci entre 1,10 m i 1,70 m o que s'eviti la retolació directament sobre vidres...

A més, incloem textos en braille i ara se'ns comença a demanar que utilitzem un llenguatge planer per fer fàcil la lectura a les persones amb dificultats de comprensió.⁷ I el caràcter gros!⁸ La demanda en pro de l'accessibilitat és tanta que la combinació és quasi un impossible.

En tot cas, és important pensar en el llenguatge. Ara bé, tenint en compte que els textos tenen propietat intel·lectual, cal negociar molt amb qui els ha escrit per no entrar en conflictes. Fer una exposició, de fet, és un exercici de negociació constant entre professionals.

« PORT, TERRITORI DE FRONTERA »

Data d'inauguració: 10 de gener de 2018

Data de tancament: 19 de juny de 2019

Guió: Xavier Theros

Disseny museogràfic: Pep Camps



«Port, territori de frontera» proposava un recorregut entorn dels aspectes més humans i intangibles que tenen lloc als espais propers a les zones portuàries, molt diferents dels que passen dins la ciutat. Era una exposició bàsicament fotogràfica amb una escenografia que recreava una escullera i pretenia ubicar qui la visitava entre els blocs de formigó, damunt dels quals hi anaven apareixent escenes de la vida dels barris que feien frontera amb el port de Barcelona entre els anys 1901 i 1999.

Si des dels museus defensem que s'ha de posar el públic al centre i que aquestes institucions han de ser educatives, participatives, accessibles... QUI HA DE DIRIGIR UNA EXPOSICIÓ?

És molt habitual que la direcció d'una exposició recaigui en una persona experta en el tema, que moltes vegades ve del món de la universitat o de la recerca, i en té l'autoritat i la responsabilitat quasi absoluta. No és l'única opció.

En un article de l'Smithsonian Institution⁹ de fa quasi vint anys, s'exposa com als EUA les estructures organitzatives i els processos utilitzats per crear exposicions van experimentar canvis importants vinculats a la transformació social dels museus, per la qual cosa alguns centres van optar per un model on la responsabilitat de la direcció es compartia entre diversos perfils professionals.

En aquest article, s'explica que, per a cada projecte, es crea un equip que ha d'establir els objectius de l'exposició, compartir i equilibrar l'autoritat i la responsabilitat de la visió i el resultat d'un projecte, sempre a partir d'acords consensuats. Aquest equip ha d'estar format per:

- L'expert/a de continguts, que proporciona l'experiència acadèmica basada en el coneixement de la temàtica i dels objectes referencials. Com a especialista en la temàtica, li correspon establir el concepte general de l'exposició.
- El dissenyador/a, que és responsable de la concepció i de la direcció del projecte museogràfic. L'experiència del dissenyador assegura que el material es presenta d'una manera atractiva, comprensible i segura.
- L'intèrpret de continguts (que generalment té perfil en educació), que fa de representant de l'audiència. Pel seu perfil, coneix les formes d'aprenentatge, les necessitats que tenen els públics i la relació entre l'exposició i el programa d'activitats, tant del museu com d'altres institucions, com poden ser les escoles. La seva funció és acostar els

continguts, que sovint s'han fet amb una visió acadèmica o investigadora, als públics perquè l'entenguin i l'apreciïn millor.

- En aquest equip, també hi ha d'haver una persona responsable de projecte, que pot recaure en qualsevol dels perfils esmentats i que s'ha d'encarregar de la supervisió del calendari i del pressupost amb l'ajut del servei jurídic i administratiu del museu.
- I, per acabar, una persona responsable de màrqueting i comunicació.

Des de l'MMB fa uns anys que intentem seguir aquesta filosofia de treball. Per a cada exposició de producció pròpia, es busca una persona o un petit equip que l'impulsi. Dit d'una altra manera, que en sigui l'ànima. Prioritzem que aquest equip estigui integrat per algú de l'Àrea d'Educació i Activitats, que ocupi el rol d'intèrpret de continguts, i algú altre de l'Àrea de Recerca i Col·leccions, no només per l'expertesa en el tema marítim, sinó pel coneixement sobre el patrimoni del museu que pot ser incorporat a l'exposició.

A partir d'aquí es busca l'especialista de contingut, que pot ser del museu o bé extern, perquè faci una proposta de guió i d'objectes. Aquest guió s'anirà consensuant amb l'equip que dirigeix l'exposició. I, a mesura que sigui necessari, s'hi incorporaran altres perfils professionals de la institució: d'educació, d'accessibilitat, de recerca, de col·leccions, de restauració, de comunicació, de manteniment, del servei jurídic, d'administració...

Quan el guió ja està força avançat, s'hi suma la figura de responsable del disseny per elaborar el projecte museogràfic, preferentment algú que vingui del món de l'escenografia. I, finalment,

l'empresa que guanyi la licitació s'ocuparà del muntatge, sota la direcció de la persona responsable del disseny.

De moment, l'experiència de treballar les exposicions en equip està sent bona. Hi ha una major implicació de tot l'equip tècnic del museu, que se sent els projectes molt més propis. I sol ser ben valorada pel personal extern, sobretot per qui fa els continguts, que exerceix el comissariat, sempre havent de consensuar molt amb l'equip que dirigeix l'exposició.

«CANTS DE SIRENES»

Data d'inauguració: 19 de novembre de 2019

Data de tancament: 27 de setembre de 2020

Guió: Eliseu Carbonell

Disseny museogràfic: Bibiana Puidefàbregas i Adelina Casanova



«Cants de sirena, fascinació i abisme» gira entorn de les manifestacions culturals generades al llarg del temps per la humanitat davant la por i la fascinació provocada per la mar: creences, mites, contes, éssers fantàstics, tabús, fórmules màgiques i manifestacions de religiositat popular.

L'exposició es divideix en tres àmbits: la mar i els éssers fantàstics que, segons la imaginació humana, poblen les profunditats; els ritus i mites entorn de la protecció del vaixell i les creences marítimes com a patrimoni immaterial de la humanitat.

COM AVALUEM LES EXPOSICIONS? Quan s'inaugura una exposició es tendeix a oblidar-la i a centrar els esforços en un projecte nou. Tant és la quantitat de manuals que hàgim llegit sobre la importància d'avaluar. No solem tenir temps i, d'altra banda, no s'han reservat recursos per analitzar-la i, encara menys, per modificar-ne res, perquè el pressupost de la mostra ha quedat tancat.

Tampoc a l'MMB aprofundim gaire en l'avaluació. Per tenir una mica de *feed-back* del públic, al final de cada exposició, hi posàvem un llibre blanc destinat a recollir-ne les opinions. El que trobàvem eren comentaris sobre qualsevol cosa, sovint d'aspectes relacionats amb el museu, però no amb aquella mostra en concret o, directament, absurditats.

Des de l'exposició «Vaixells de joguina» es va substituir el llibre de pàgines blanques per un altre amb tres preguntes:

Què és el que més t'ha agradat d'aquesta exposició?

Què és el que menys t'ha agradat?

Què hi afegiries o en canviaries?

Això ha permès tenir unes respostes més concretes, que en faciliten la tabulació, i saber quins en són els punts forts i els punts febles segons la gent que respon l'enquesta.

És l'únic sistema que utilitzem per recollir l'opinió del públic de les exposicions temporals, tot i que les xarxes socials —especialment Tripadvisor i Google— també ens n'aporten moltes i de gran valor.

Quan acaba l'exposició, es fa un informe de valoració de les opinions recollides. És important fer aquest informe de tancament, perquè obliga a destinar un temps a fer una reflexió sobre què ha estat positiu i què no ha funcionat, per tenir-ho en compte de cara a la següent.

«DONES DE MAR»

Data d'inauguració: 7 de març de 2019

Data de tancament: 7 de juliol de 2019

Guió: equip d'Educació de l'MMB

Disseny museogràfic: equip de Disseny de l'MMB



Un altre tipus d'exposicions que es porten a terme des de l'MMB són les destinades a mostrar projectes desenvolupats des de diferents àrees i departaments de la institució: des d'un projecte educatiu, passant per l'adquisició d'un fons fotogràfic o els resultats d'una recerca sobre qualsevol tema.

«Dones de mar» era una mostra de petit format que va sorgir de la crida llançada en les xarxes socials, la tardor de 2018, per recollir fotografies que testimoniessin el paper de la dona treballadora a la mar. Pescadores, estibadores, capitanes de la marina mercant, marineres, biòlogues marines, faroneres... van respondre-hi fent-nos arribar quasi un centenar d'imatges en les quals se les veia en plena acció.

Aquesta crida, a la vegada, naixia de la recerca de gènere «Dona'm la mar», que portaven a terme les periodistes Catalina Gayà i Laia Seró, per conèixer què es visibilitza i què s'invisibilitza de la tasca de les dones a la mar, i té com a objectiu final el canvi de narrativa del museu per fer-lo més inclusiu. L'exposició, doncs, va servir d'una banda per agrair l'aportació que les dones que treballen a la mar feien a l'MMB i de l'altra per donar a conèixer el projecte.

Quant de temps requereix la preparació d'una exposició? Cada vegada més, perquè la complexitat en la contractació dins l'Administració ha anat en augment. Evidentment tot depèn de com sigui d'ambiciosa, de si requereix una recerca prèvia o aquesta ja està feta, de si cal gestionar el préstec de molts objectes i d'un seguit de circumstàncies més.

Per concretar una mica, a l'MMB disposem de tres espais expositius, un de 400 m², un de 260 m², i un altre molt petit amb

set parets modulars per penjar-hi plafons de text amb la possibilitat d'integrar-hi alguna vitrina.

En general, per a l'elaboració d'un guió d'exposició que s'acosta als 400 m², s'hi destinen de tres a sis mesos, si bé, com dèiem abans, hi ha projectes que per la complexitat requereixen més temps. Per a la concepció del projecte museogràfic, calen entre dos i quatre mesos. Per a la licitació, solem comptar aproximadament sis mesos. I, finalment, la producció sol necessitar de dos a tres mesos més.

Per tant, hem de preveure que una exposició requereix entre un any i un any i mig de preparació, des que s'inicia el projecte fins que s'inaugura, i en alguns casos arriben a ocupar-nos gairebé dos anys.

Per acabar...

Podríem continuar formulant dubtes, perquè cada vegada que pensem haver trobat una resposta, s'obren interrogants nous. Però, per acabar aquest article, apuntem algunes de les directrius que seguim quan s'inicia un projecte expositiu nou:

- Les exposicions es vinculen a la missió del museu i, per tant, tenen la mar, la cultura i el patrimoni marítim de la Mediterrània com a centralitat. Una de les nostres previsions és que contribueixin a la construcció de la memòria col·lectiva des del camp marítim.
- En la planificació, es procura incloure temàtiques d'una varietat ampla.
- Intentem que es caracteritzin per una museografia escenogràfica, que impacti tant des de l'emoció com des del punt de vista intel·lectual, que contribueixi a fer el contingut més atractiu, buscant l'excel·lència en tots els sentits. Inte-

grem formats i recursos diferents, i oferim maneres diverses d'aproximar el contingut.

- Busquem que siguin innovadores en la presentació i en la manera d'abordar la temàtica. Que integrin recursos en diversos formats buscant un ventall d'aproximacions, de nivells de profunditat.
- Treballem molt el llenguatge tot procurant que sigui pla-ner i assequible, pensant en la diversitat de públics i en les seves necessitats.

Aquestes reflexions entorn de les exposicions són això: reflexions. No són doctrines ni, molt menys, certeses. Cada exposició és un món en ella mateixa i, per tant, requereix un equip diferent i una manera de treballar-la pròpia. Això sí, és important tenir en compte com posem, de veritat, els públics al centre, que les coses es poden fer de manera diferent, que la manera que tenen els públics de consumir cultura canvia molt ràpidament i que, en conseqüència, l'oferta que els fem des dels museus s'ha de posar en crisi i repensar més habitualment del que solem fer.

Notes

- 1 Pla de Museus 2030. Departament de Cultura. Generalitat de Catalunya, 2018.
<http://cultura.gencat.cat/web/.content/sscc/pla-museus-2030/documents/PMC_web.pdf>
- 2 Segons dades de l'estudi de públic fet per l'analista Margarida Loran l'any 2016, document intern del museu.

- 3 Sobre aquesta qüestió, recomano l'article de Pere Viladot: «Què és un museu? A propòsit de Tintoreto», publicat el 3 de desembre de 2019 a la revista digital El Núvol: <<https://www.nuvol.com/art/que-es-un-museu-a-proposit-de-tintoretto-71285>>
- 4 Escribano, F. (i altres). Desenterrant el silenci: Antoni Benaiges, el mestre que va prometre el mar. Barcelona: ed. Blume, 2013.
- 5 Aquesta exposició va ser guardonada amb el Premi Ciutat de Barcelona 2019 en la categoria d'educació.
- 6 Gallery text at the V&A. A Ten Point Guide. Document públic del V&A Museum, 2013. <http://www.vam.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0009/238077/Gallery-Text-at-the-V-and-A-Ten-Point-Guide-Aug-2013.pdf>
- 7 En el camp de l'accessibilitat als museus, s'ha començat a abordar aquest tema. Per a més informació, podeu consultar el web de l'Associació Lectura Fàcil: <<http://www.lecturafacil.net/>>.
- 8 El caràcter gros equival a un tipus de lletra de cos Arial 18 i facilita la lectura als infants, a la gent gran i a persones amb problemes visuals.
- 9 The making of exhibitions: porpuse, structure, roles and process. Smithsonian Institution, 2002. <<https://www.si.edu/content/opanda/docs/rpts2002/02.10.makingexhibitions.final.pdf>>



MIREIA MAYOLAS CRÉIXAMS

Cap de l'Àrea d'Educació i Activitats del Museu Marítim de Barcelona.

**MUSEOS
ACCESIBLES
PARA TODOS
(ACCESIBILIDAD
DESAPERCIBIDA)**

ENRIQUE ROVIRA-BELETA CUYÁS

Resumen del artículo

“La accesibilidad no es solamente una necesidad para las personas con grandes discapacidades, sino una ventaja para todos los ciudadanos”.

La accesibilidad es uno de los grandes temas a asumir por la sociedad e implementarlo en la formación de los estudiantes de las diferentes carreras universitarias, y sobre todo en Arquitectura y Diseño, incluyéndola en el programa de estudios obligatorios.

Palabras clave

Accesibilidad. Diseño. Inclusión. Movilidad y/o comunicación reducida. Personas con discapacidades.

1 Accesibilidad

“La accesibilidad mejora la calidad de vida de todos”, al ser aquella característica del urbanismo, la edificación pública y privada, los medios de transporte, los sistemas de comunicación e información, el mobiliario, los bienes, los productos, los servicios, las nuevas tecnologías,... y de todo aquello que nos rodea que permite a cualquier persona, sea cual sea su capacidad o su discapacidad, su utilización y su máxima autonomía personal.

La accesibilidad establece el compromiso de las empresas, instituciones, y organizaciones para garantizar que sus productos y el entorno en el cual prestan sus servicios, sea utilizable y practicable para todos, en condiciones de seguridad y comodidad, independientemente de la posible capacidad restringida del cliente o usuario que presente temporal o permanentemente.

1.1 Envejecimiento y autonomía personal

Cada vez la población será más mayor, y a partir del año 2.050 según la OMS-Organización Mundial de la Salud, casi el 40% de la población europea tendrá más de 65 años, mientras que la población menor de 20 años no llegará al 22%. Así mismo, las personas con discapacidad también viven muchos años, gracias a los avances médicos y tecnológicos.

Actualmente existe un 30% de la población en países desarrollados, con discapacidades temporales o permanentes, incluyendo a las personas mayores.

A principios de este siglo XXI, la población ya conoce el concepto de “supresión de barreras arquitectónicas” y muchos países disponen de reglamentación de obligado cumplimiento sobre esta materia; pero para conseguir un Diseño para Todos hemos de incluir la accesibilidad de manera desapercibida en todos los espacios, itinerarios, elementos, productos, servicios y medios de información o comunicación de nuestro entorno, y también en el patrimonio!

La sociedad demanda una mejor calidad de vida!... y por ello, me atrevo a afirmar que “La arquitectura de este siglo XXI ha de ser la arquitectura de la gente mayor”, porque todos en mayor o menor medida necesitaremos de las medidas de la accesibilidad para mejorar nuestra autonomía personal, sobre todo cuando lleguemos a muy mayores, y ya no caminemos, ni veamos, ni oigamos, ni comprendamos los mensajes con facilidad.

1.2 Características de la accesibilidad

Por tanto, si diseñamos nuestro entorno teniendo presente las características de las personas con grandes discapacidades, y también las personas mayores, y aquellas con movilidad y/o comunicación reducida temporal,... mejoraremos sin duda nuestra calidad de vida! Porque: “por donde pasa una persona que utiliza una silla de ruedas para desplazarse seguro que pasará todo el mundo con más facilidad, y si pensamos en la señalización apta para personas con deficiencias visuales y/o auditivas, seguro que todos nosotros que vemos y oímos lo podremos hacer aún mejor”; y sobre todo teniendo presente que cuando lleguemos a mayores podremos hacer una vida mucho más autónoma que nuestros padres, gracias a estas soluciones accesibles para todas las personas.

La accesibilidad resulta un elemento clave para garantizar la igualdad de oportunidades en el acceso a la oferta de sus pro-

sensoriales o con discapacidades cognitivas; al disponer del espacio suficiente y la señalización precisa para poderlo hacer, con textura, colores, olores, iconos, textos de lectura fácil,...

Al dominar y no sólo conocer las características y medidas de la accesibilidad, conseguimos diseños en los cuales incorporando pequeños detalles, generalmente sólo por 2 cm, conseguimos que sean aptos para un mayor número de personas, muchas de ellas con grandes discapacidades; y en cambio esta mínima modificación en muchas ocasiones ni se aprecia, con un coste bajo o nulo, sobre todo si se incorpora desde el inicio en el diseño.

Estos espacios, itinerarios, elementos o productos diseñados de inicio accesibles tienen el éxito asegurado, mejorando las prestaciones y no tener un coste superior. De esta forma, en poco tiempo se podrá afirmar que no necesitaremos espacios adaptados para personas con grandes discapacidades, sino que todos ellos serán accesibles para todos con mayor o menor confort, en función de sus dimensiones y características adecuadas a las personas.

La normativa sobre accesibilidad no hay que verla como una fuente de limitaciones a la hora de realizar un buen proyecto arquitectónico, sino como una herramienta que mejorará nuestro diseño, al poderla utilizar realmente todas las personas.

Este es un nuevo reto en el siglo XXI, y una posibilidad de negocio para todos los empresarios, técnicos y personas involucradas en el entorno, realizar un: “Diseño para Todos”, es decir un “Diseño Universal”, y específicamente en los MUSEOS para conseguir que todos sus visitantes puedan circular por ellos y disfrutar de sus exposiciones.

1.3 Medidas de la accesibilidad

Una de las nuevas medidas de la Arquitectura Accesible es “la silla de ruedas”, de dimensiones 1,20 m de largo x 0,70 m de

ancho, al ser una medida estandarizable, que permite no tener necesidad de crear diseños con soluciones “especiales o residuales”; y por tanto “la accesibilidad se incluye desapercibida”, con un coste económico bajo o nulo, al estar incorporada en el diseño de los espacios, elementos, productos, servicios,... etc; de nuestro entorno, así como al introducir los diferentes sentidos en la accesibilidad con: colores, texturas, olores, sonidos... y sentido común!

1.4 Accesibilidad Cultural–Museos

La cadena de la accesibilidad de un equipamiento museístico comienza por su entorno, desde el punto de descarga del transporte público (que ha de ser accesible) o privado hasta el interior del equipamiento principal (museo, centro de interpretación o de visitantes, etc), sus contenidos y todas sus actividades, departamentos y servicios (mostradores, vitrinas, aseos, información, zonas de descanso, talleres, conferencias, audiovisuales,...); y, desde el edificio a su entorno musealizado exterior, si existe.

Se incorporará la accesibilidad respetando el patrimonio, pero incluyéndola si es necesario con el apoyo de ayudas técnicas y/o nuevas tecnologías accesibles, sin tener necesidad “de tocar” el patrimonio, para así poder todos los visitantes utilizar sus espacios, recorridos, elementos, productos y servicios, obteniendo también la información y la señalización de forma cómoda y segura.

Algunos museos comienzan a tener a disposición de los visitantes con discapacidad en su movilidad determinadas ayudas técnicas, como sillas de ruedas (que pueden ser útiles también para personas muy mayores, que tengan facilidad para fatigarse, o mujeres en avanzado estado de gestación), carros infantiles o andadores. Algunos disponen de sillas o vehículos motorizados, debido a tener que realizar grandes recorridos.

2 Aplicación de la accesibilidad

Introducir la accesibilidad en un edificio, entorno o diseño, especialmente en Museos no consiste en aplicar un conjunto de medidas correctoras a una propuesta elaborada, retocándola o modificándola puntualmente; si no que se incorpora la accesibilidad como una nueva variable de partida que influirá desde un buen principio en la gestación de la solución final, aceptando la diversidad de los usuarios finales como personas en plenitud de sus capacidades, o personas que temporal o permanentemente tienen discapacidades motóricas, cognitivas o sensoriales, o personas mayores con movilidad/comunicación reducida con dificultades para desplazarse, como usuarios de bastones, personas con limitaciones en la visión y/o en la audición, en el habla, en su orientación y en la comprensión de mensajes, y también extranjeros que no dominan nuestro idioma.

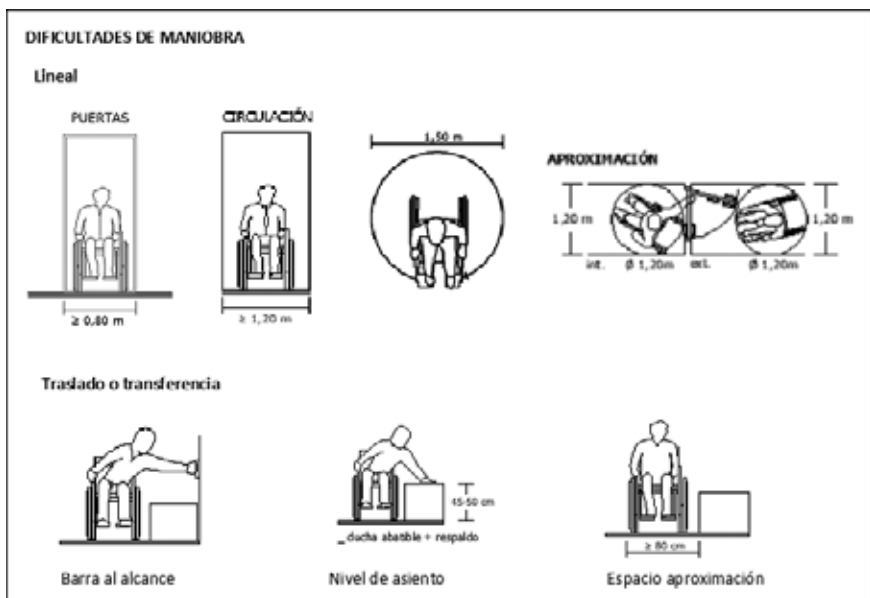
Afortunadamente, no hay prácticamente incompatibilidades entre las necesidades de unos y otros; de manera que el “diseño universal”, es cada vez más una realidad que la sociedad solicita.

Los requerimientos de las diferentes medidas de la accesibilidad vienen en función: del uso del edificio, las dimensiones del establecimiento, las características del espacio analizado, o bien del producto o servicio estudiado; según las medidas de su superficie, su capacidad o su diseño, y de si la edificación forma parte del patrimonio histórico-artístico, etc.

Área de aproximación a mecanismos y características. Altura libre = 2,00 m. (En zonas de uso restringido H = 2,10 m).

Anchura libre de paso para puertas de una sola hoja ≥ 80 cm. (Se admite reducida a ≥ 78 cm por el grosor de la puerta).

El itinerario accesible debe estar señalizado con el símbolo Internacional de Accesibilidad-SIA, si el resto de recorridos de su entorno no son accesibles.



No son accesibles los pasillos mecánicos, puertas giratorias, barrera con torno giratorio, ni elementos no adecuados para personas con marcapasos u otros dispositivos médicos.

Es necesario que exista un espacio de giro que permita inscribir un círculo de diámetro 1,50 m libre de obstáculos en:

- Vestíbulo de entrada o portal.
- Al fondo de pasillos de más de 10 m.
- Frente a ascensores accesibles o al espacio dejado en previsión para ellos.
- Aseos accesibles *AR Ø 1,20 m (SUA/2 pág. 15)

(AR: Ajuste razonable: SUA Anejo A: Itinerario accesible USO PRIVADO. Anchura de paso de 90 en línea recta y giros de hasta 90° en establecimientos con sup. Útil $\leq 100 \text{ m}^2$.)

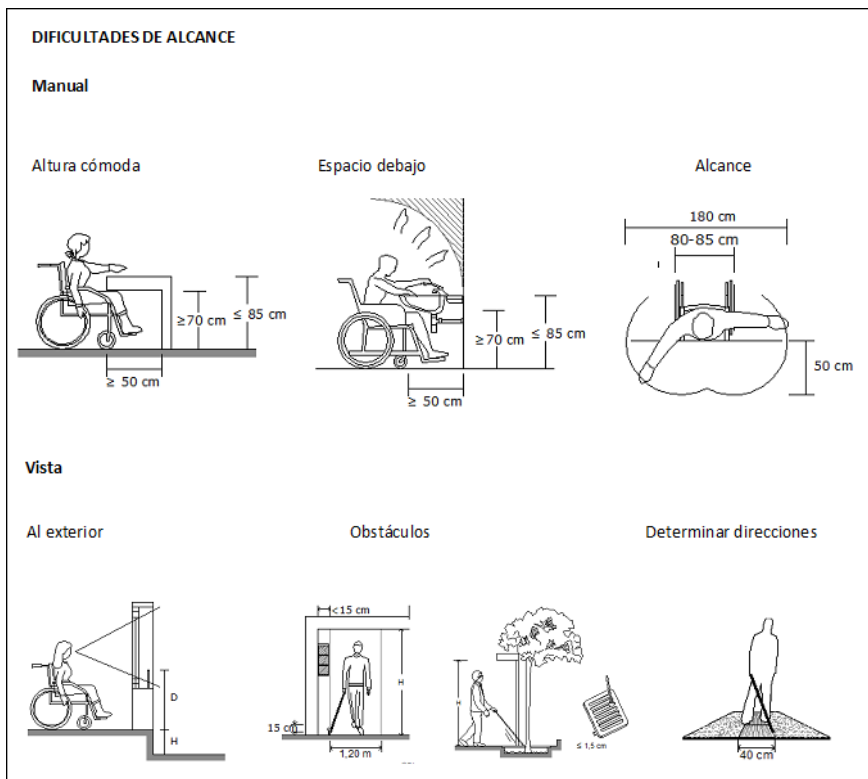
USO PÚBLICO: Pasillos de 1,10 m de amplitud mínima, con espacio libre donde poder inscribir un círculo de diámetro Ø

1,20 m libres de obstáculos, para giros grandes y maniobras más complejas que un simple giro (apertura de una puerta) en ambos casos.

- Mecanismos de apertura y cierre de la puerta situados a una altura entre 0,80 m -1,20m. Situados a ≥ 30 cm del rincón.
- Espacio libre de obstáculos, donde se pueda inscribir un círculo de diámetro \varnothing 1,20 m, delante y detrás de la puerta.
- Puertas de los servicios higiénicos correderas ó con abertura hacia el exterior.
- Puertas de vaivén situadas en zona de circulación tendrán, como mínimo, partes transparentes o traslúcidas situadas entre 0,70 m-1,50 m para permitir percibir la aproximación de las personas altas o bajas.
- Puertas correderas tendrán distancia hasta pared ≥ 20 cm para evitar riesgo de atrapamiento.
- Puertas de cristal y superficies acristaladas tendrán franja de contraste visual entre 0,85m-1,10 m y 1,50m-1,70 m, para facilitar a todos su percepción.
- Si hay tiradores, cercos y/o montantes separados $< 0,60$ m no hace falta señalización.

3 Accesibilidad en edificios de uso público de titularidad pública y/o privada

Los abiertos al público en general como los culturales, deportivos, comerciales, administrativos, etc; y los específicos para un determinado colectivo como los sanitarios y asistenciales, residenciales, docentes, religiosos, etc.



En todos ellos tendremos presente la mejora de la accesibilidad y la supresión de las barreras arquitectónicas y en la comunicación existentes, pero siempre según las posibilidades de utilización del edificio o local, entorno, medio de transporte y sistema de información o comunicación analizado, y según sean las condiciones de sus usuarios, y del uso que se haga de ellos en cada momento, de las preexistencias constructivas, etc; tanto si actuamos en obra nueva, en un cambio de uso, en reforma o rehabilitación, en ampliación de un local, en el diseño de productos o servicios, en la elaboración de documentos y publicaciones, o en el patrimonio arquitectónico.

Contemplar la accesibilidad para todos los colectivos, garantiza la autonomía... especialmente para personas con

discapacidades y se ha de pensar en una accesibilidad total no limitada a las áreas de uso público, pensando también con trabajadores con discapacidades: En patrimonio quizás existirán espacios no accesibles, o sólo con un nivel practicable, o utilizable o con “ajustes razonables” en su accesibilidad; o bien, se aplicarán medidas de fomento mediante ayudas técnicas y/o elementos de apoyo tecnológicos para resolver la accesibilidad como complemento a la arquitectura. Así mismo, también se tendrá en cuenta la accesibilidad en los planes de evacuación y seguridad de los edificios,... en los medios de transporte de uso público, en las publicaciones, audiovisuales, documentación, marketing... etc.

En el exterior

Altura barrera de protección:

- _ si $0,55 \text{ m} \leq H \leq 6,00 \text{ m}$ $H \geq 0,90 \text{ m}$
- _ si $H > 6,00 \text{ m}$ $H \geq 1,10 \text{ m}$
- _ Huecos escalera $< 0,40 \text{ m}$ $H = 0,90 \text{ m}$

Obstáculos

$H \geq 2,20 \text{ m}$

$H = 2,10 \text{ m}$ en zonas uso restringido

Aquellos elementos situados $H < 2,20 \text{ m}$, que invadan el itinerario peatonal deberán prolongar su perímetro hasta el suelo para así detectarlos personas con discapacidades visuales que utilizan bastón, o bien con un elemento fijo (zócalo), situado debajo de ellos de una altura de 15 cm como máximo.

Determinar direcciones

Mediante elementos guía continuos, como:

— Propio del itinerario: bordillo, pared, mobiliario.

- Añadido al itinerario: pasamanos, franja guía de encaminamiento podotáctil, de textura y/o color diferenciada de su entorno.
- Con sonido o luces, etc.
- Color contrastado.

Relieve acanaladura

Interior	3 ± 1 mm
Exterior	5 ± 1 mm

Para comunicarse con el entorno

Primer punto de atención al público o de llamada accesible debe estar comunicado con el acceso principal accesible del edificio mediante un itinerario accesible.

- Elemento de intercomunicación para personas sordas: bucle de inducción, vídeocomunicador bidireccional u otro elemento adaptado.
- En salidas de emergencia complementar los sistemas de aviso y alarma sonora con impactos visuales, para facilitar su percepción a todos los usuarios.
- Señalización situada su parte central a 0,80m-1,20m, con tratamiento en relieve, Braille y con contraste cromático para poderla “tocar” personas con deficiencias visuales o de baja visión.
 - Ascensor: señal de piso de parada en jamba derecha salida.
 - Lavabo: señal junto al marco derecha entrada.

- Iluminación:
 - factor de uniformidad $\geq 40\%$
 - H= 2,00 m del suelo.

Para obtener información gráfica

- Mensajes visuales con sistema táctil o acústico.

- Adecuar tamaño, grafismo y color de la señalización a las personas con capacidad visual reducida, y con discapacidades cognitivas.

- Normalizar sistemas de información.

Los elementos de movilidad vertical son escaleras, rampas, ascensores, plataformas elevadoras y otros medios auxiliares. Deben existir siempre una o más alternativas accesibles a las escaleras. Se recomienda que al menos una de ellas sea siempre una RAMPA, que será muy necesaria en caso de evacuación de emergencia cuando los ascensores no se pueden utilizar.

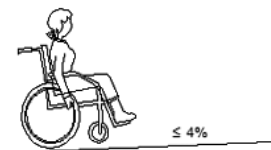
Disponer la museografía en una rampa continua podría parecer la solución idónea para salvar los desniveles entre plantas de un edificio, pero provoca obviamente, importantes dificultades técnicas y prácticas por cuanto condiciona y encarece todo el mobiliario, y dificulta la contemplación estable de las obras expuestas y la lectura de los textos, e incrementa el cansancio.

Las ESCALERAS deben ser cómodas y seguras para personas mayores o que utilicen muletas o bastones. Para ello, la huella o pisa de cada escalón debe tener una profundidad de 28 a 32 cm, y no debe volar sobre la tabica o contrahuella, cuya altura será de 14,5 cm a 18,5 cm. Serán preferiblemente rectas y el ancho libre útil recomendable es de 150 cm. El número de peldaños por tramo estará entre 3 escalones como mínimo y 12 como máximo.

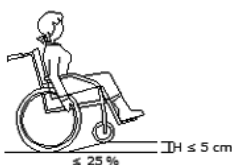
DIFICULTADES PARA SALVAR DESNIVELES

Itinerario continuo

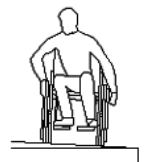
Pendiente longitudinal



Desniveles muy pequeños



Pendiente transversal

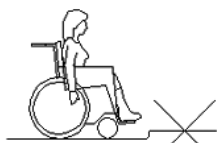


Tramo máximo itinerario continuo 15 m

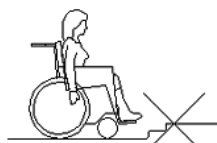
Itinerario brusco aislado

Sustituir por rampa en itinerarios accesibles

Mínimo 3 escalones + Itinerario accesible



1 escalón aislado

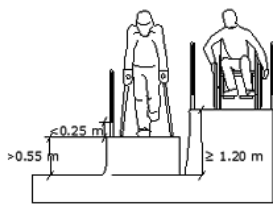


2 escalones aislados



3 escalones aislados

Colocación barreras protección



Es muy importante intentar salvar los pequeños desniveles no con uno o dos escalones, ya que pasan fácilmente desapercibidos, y suponen un riesgo para los transeúntes de posibles caídas; en su lugar se debería hacer una rampa que ocupe la totalidad de su amplitud.

Los PASAMANOS en rampas o escaleras serán fáciles de aprehender, preferiblemente de sección circular de diámetro de 3 a 5 cm, y situarse a dos alturas a ambos lados de la rampa o escalera (90 – 100 cm y 65 – 75 cm, estos para personas de estatura baja y niños), y prolongarse horizontalmente en el arranque y final sin que ello suponga un riesgo, estando separados de la pared 4 cm para así facilitar el agarre de la mano. Sería necesario que estos pasamanos contrasten en su color con el resto de elementos de su entorno para así facilitar su percepción a todas las personas.

Los ASCENSORES de gran capacidad permiten su uso a varios usuarios de silla de ruedas a la vez, pero también facilita el movimiento de grupos (especialmente los de personas mayores, que son numerosos en los museos), así como de los fondos museísticos, pales de cajas de publicaciones, herramientas, mobiliario y equipamiento museográfico, didáctico, de conservación e investigación. Se deben evitar en lo posible los ascensores que sólo puedan utilizarse en presencia del personal del museo, lo que supondría una merma de la autonomía.

Las PLATAFORMAS ELEVADORAS VERTICALES O INCLINADAS, no necesitan la construcción de un foso, y las sillas salva escaleras de desplazamiento oblicuo por encima de la escalera son una alternativa en edificios históricos, sobre todo si el desnivel que hay que salvar es estrecho y no muy alto.

4 Panel de información con recorridos del Museo

Hay que tener especial atención en el diseño de todos y cada uno de sus elementos. Los detalles son fundamentales. En un servicio higiénico accesible abierto al público con una utiliza-

ción intermitente, hace falta optimizar todos los elementos, pensando no tan sólo en el usuario y/o en silla de ruedas, sino también en un posible asistente. En cambio, en un aseo de un edificio de patrimonio se puede permitir con unas dimensiones reducidas pero suficientes para al menos ser utilizable también por PMR (Personas de Movilidad Reducida).

Para ello, se tienen que dominar continuamente los parámetros de la accesibilidad en todos los detalles del proyecto, porque por sólo 2 cm continuamente personas que se desplazan en silla de ruedas no pueden franquear la puerta, no pueden pasar por debajo de una mesa, no pueden llegar a un enchufe, o no pueden utilizar una rampa debido a su fuerte pendiente; o personas ciegas y/o sordas o con discapacidades cognitivas, no pueden ser más autónomas, al no disponer continuamente de información y/o señalización auditiva y visual en todos los espacios, recorridos, elementos, productos o servicios... que utilicen, teniendo siempre presente que estas actuaciones facilitarán al resto de usuarios aún más su información y su deambulación, con mayor confort y seguridad.

“La accesibilidad es una mejora de la calidad integrada en el proyecto”; por ello, siempre comento que: “la mejor accesibilidad es la que no se ve, pero que está al alcance de todos”.

Es decir, el diseño accesible ha de estar normalizado, y solamente se aplicarán soluciones específicas o “especiales” como último recurso para suprimir las barreras arquitectónicas, cognitivas o en la comunicación en edificios existentes o de patrimonio; al no poder conseguir soluciones de uso habitual para todos.

4.1 Museografía accesible para personas con discapacidad motriz

Se considera que la altura media de la línea de visión de una persona adulta en silla de ruedas son 110 cm.

Las obras que no estén expuestas sobre una peana o vitrina, en función de su tamaño y de su detallismo, deben encontrarse entre 80 cm y 160 cm sobre el suelo, y preferiblemente entre 90 cm y 140 cm para distancias de contemplación de menos de 1,00 m.

Las MESAS Y LOS MOSTRADORES o planos horizontales deben tener 70 cm de altura libre de obstáculos por debajo de la base, 50 cm de profundidad del hueco, y 80 cm de ancho libre para poder situar las piernas de las personas que utilizan silla de ruedas por debajo del plano de trabajo, y este situarse a 75-80cm.

5 Aseos

En España es obligatorio que 1 aseo de cada 10 o fracción sea accesible para personas usuarias de silla de ruedas, y últimamente los colectivos de personas con discapacidades severas reclaman que haya al menos un aseo-vestidor de mayores dimensiones que les permita realizar su higiene personal asistidos por otras personas incluso con grúa y camilla para facilitar el vestirse-desvestirse y también la transferencia a los diferentes aparatos sanitarios como WC y lavabo. Este aseo especial tendría que estar cerrado con llave para que su uso no fuera fraudulento y debería solicitarse a los responsables de recepción.

El paso mínimo de las puertas de acceso a estos baños accesibles tiene que ser de 0,80 m aunque se admite 0,78m y lo ideal es que fuera 0,90 m, teniendo que abrir hacia fuera o ser correderas y disponer de un pestillo-cerrojo de fácil manipulación mediante pasador, nunca de giro, y que indique con colores si esta cabina está ocupada o no.

Debe existir tanto en el interior de la cabina como en el exterior delante de la puerta un espacio libre de obstáculos donde

poder realizar un giro juna persona en silla de ruedas inscrito en una circunferencia de 150 cm de diámetro y en una altura de 70 cm. (En vivienda se admite 120cm de diámetro practicable).

La altura del inodoro debe estar entre 45-50 cm, (ideal 47-48cm) colgado del paramento o instalado en un pedestal que apoye en el suelo.

La transferencia desde una silla de ruedas al inodoro es siempre lateral, por lo que se debe dejar un espacio al lado del WC completamente libre de obstáculos, como mínimo de 80 cm, obligatoriamente a ambos lados por ser de uso público.

Las barras de ayuda a la transferencia lateral al inodoro serán de 3-4 cm de diámetro de sección circular, de 60-70 cm de longitud, separadas entre ellas 65-70 cm, y colocadas a ambos lados del inodoro a 70-75 cm de altura. Deben ser muy resistentes y tener un buen anclaje a la pared, y las dos preferiblemente ser abatibles verticalmente para facilitar la transferencia lateral al WC.

Por último, debe existir una señal de emergencia situada al lado del WC cerca del suelo, por si el usuario con movilidad reducida pierde el equilibrio y tiene que solicitar asistencia, que estará conectado directamente con la recepción.

6 Evacuación de personas con discapacidad en caso de incendio

- En el Código Técnico de la Edificación de Seguridad en Incendios-CTE SI, se admite que los itinerarios hasta una zona de refugio o salida de planta y/o edificio, aunque la salida propia sea inaccesible, cumplan los criterios de los itinerarios accesibles”.

Dimensiones

Anchura según maniobra de circulación lineal

Áreas de maniobra:

- rellanos de longitud 1,50 m en el sentido de la rampa
 - espacio de longitud 1,20 m al principio y final de tramo
- Para desniveles, huecos y aberturas con diferencia de cota ≥ 55 cm se requieren barandillas de protección, excepto cuando la disposición constructiva haga muy improbable la caída o cuando la barrera sea incompatible con el uso previsto.
- En zonas de uso público se facilitará la percepción de dichos desniveles que sean susceptibles de causar caídas mediante la diferenciación visual y táctil. La diferenciación comenzará a 25cm del borde como mínimo, desde el suelo.
- Las barandilla no podrán ser fácilmente escalables por lo que no existirán puntos de apoyo o salientes de más de 5cm entre 30 y 50 cm ni entre 50 y 80 cm.
- No podrán tener aberturas de 10 cm, exceptuando los huecos triangulares formadas entre la huella, la contrahuella y la parte inferior de la barandilla

Conclusiones

Conseguir la máxima accesibilidad y suprimir las barreras arquitectónicas y en la comunicación existentes, especialmente en Museos y el Turismo de Patrimonio Cultural se convierte en una

necesidad para el colectivo de personas con discapacidades temporales o permanentes, y en aquellas de movilidad/comunicación reducida, para poder utilizarlo lo más autónomamente posible, y además redonda en un beneficio para todos sus visitantes, al ser lo accesible mucho más cómodo y seguro.

Estadísticamente las personas con movilidad/comunicación reducida (PMR), temporal o permanente, somos más de un 30% de la población en países desarrollados, y según las previsiones de la Organización Mundial de la Salud-O.M.S., en el año 2.050 se calcula un porcentaje de personas mayores de 60 años en un 35%, siendo al menos un 10% de esta población considerada envejecida, y... España será el país más viejo del mundo!!

Sin lugar a dudas, ha llegado el momento de modificar la estructura urbanística, edificatoria, del transporte, y de los sistemas de información y comunicación en nuestras ciudades y pueblos y especialmente en nuestros Museos; potenciando las medidas de accesibilidad que faciliten la información y orientación a todos los colectivos, y suprimiendo las barreras arquitectónicas existentes; contribuyendo con ello a que todas las personas disfruten de un confort y una calidad de los productos o servicios ofrecidos, y facilitando el desplazamiento y la integración social y laboral de las personas con discapacidades, al conseguir una mejora de sus propias cualidades y posibilidades, evitando el aislamiento y la marginación a que se ven sometidos todavía hoy en día.

Las dificultades más habituales con que nos encontramos las personas con grandes limitaciones cada día en nuestra movilidad/comunicación, para poder realizar una actividad son:

- Las dificultades para maniobrar y desplazarse tanto en línea recta como para traspasar una puerta, para realizar transferencias, etc; especialmente usuarios de silla de ruedas.

- Las dificultades para salvar desniveles superando escaleras con escalones no señalizados y... sin pasamanos, la falta de aparatos elevadores practicables incluso para usuarios de una silla de ruedas, y personas que caminan con dificultad, y potenciando la construcción de rampas con suaves pendientes.
- Las dificultades de control al necesitar mantener el equilibrio con la ayuda de barras de sujeción y apoyo al realizar las diferentes transferencias, la falta de pavimentos duros y antideslizantes, y facilitar la manipulación de interruptores, manubrios, grifos, etc.
- Las dificultades de alcance manual, visual, auditivo y cognitivo, para alcanzar y/o comprender los objetos en planos horizontales o verticales, detectar y evitar obstáculos o agujeros, determinar direcciones, o comunicarse con el entorno mediante las nuevas tecnologías y aplicaciones móviles.

Si todo ello, lo solucionamos, y facilitamos los medios para comunicarse escrita y/o auditivamente, estaremos consiguiendo una sociedad apta para todos, con soluciones de diseño normalizado, que pasarán desapercibidas para la inmensa mayoría de los usuarios, pero que todos cuando las necesitemos a lo largo de nuestra vida, las encontraremos con facilidad, creando a su vez una “marca de calidad” de nuestra ciudad, y especialmente de nuestro MUSEO.

La resolución de esta temática pasa obligatoriamente por el cumplimiento de las normativas existentes en accesibilidad estatales y autonómicas, por campañas de sensibilización realizadas de forma continuada en los medios de comunicación de masas,

y por la facilitación de cursos de formación en todas las escuelas de diseño, universidades y especialmente mediante cursos sobre ACCESIBILIDAD para que sus asistentes estudien la mejora del entorno urbano, la edificación, el patrimonio, y los sistemas de comunicación e información, incluyendo también los medios de transporte público, ayudas técnicas y nuevas tecnologías; para que cada vez sea más fácil para todos disfrutar de la Cultura, y especialmente para conseguir “MUSEOS ACCESIBLES PARA TODOS”.



ENRIQUE ROVIRA-BELETA CUYÁS

Arquitecto-director Consultoría Rovira-Beleta Accesibilidad, S.L.P.

Profesor responsable Área Accesibilidad School of Architecture
UIC Barcelona-Universitat Internacional de Catalunya

Consultoría de accesibilidad del FC Barcelona: Estadio
Johan Cruyff, Camp Nou: museo y palco presidencial,
nuevas instalaciones Nou Palau Blaugrana.

Responsable Área Accesibilidad en el Comité Organizador de
los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Barcelona'92, Forum
de las Culturas Barcelona 2004, y Expo Zaragoza 2008.

Mail: enrique@rovira-beleta.com

Twitter: @rovirabeleta

Facebook : Accesibilidad Desapercibida

Linkedin Empresa: Rovira-Beleta Accesibilidad

Instagram: rovirabeleta

You Tube: Rovira-Beleta - Accesibilidad Desapercibida

www.rovira-beleta.com

II JORNADES D'ESTUDIS DE LA MAR

MOSTRAM
MAR MOSTRAM LA MAR

