

# DARRERA DE LA MÀSCARA DE COMEDIANTS

L'IMAGINARI D'UN GRUP DE TEATRE CATALÀ

## TFC:

Creació d'una  
exposició  
permanent per a  
un Museu



TUTORA: Glòria Munilla  
CONSULTORA: Maribel Panosa  
AVALUADOR EXTERN: Jordi Colomina

ALUMNA: JANINE Sprünker

2005-2006

Dedico aquest treball de final de carrera a la meva iaia, la qual estimo fins l'infinit. Fa temps que el vent se l'ha endut, com pols en el vent. Tanmateix, ha arribat l'oportunitat de deixar el seu record imprès a la memòria per sempre més.

## Agraïments

Aquest treball de final de carrera de la llicenciatura de Humanitats de la UOC deu la seva existència a un ampli ventall de persones, les quals s'han implicat i han col·laborat d'una manera o, d'una altra, a fer-lo realitat.

Agraeixo molt especialment a Jordi Colominas la seva acollida, el seu suport, la seva confiança i, aquesta simpàtica i divertida manera emprada per a introduir-me i acompanyar-me en un fantàstic món anteriorment totalment aliè per a mi. Espero de tot cor que d'una manera o altra tot plegat tingui continuïtat.

També, vull donar les gràcies a la Glòria Munilla i a la Maribel Panosa, les quals m'han orientat per donar forma i un contingut especial a aquest TFC. Sense cap mena de dubte, voldria que pugéssim continuar treballant junts i acabar de perfilar alguns aspectes d'aquest projecte.

A més, haig de dir que la meva família, i sobretot la meva parella, han tingut una paciència enorme, han aguantat els meus mal humors i en tot moment m'han fet costat.

Tot seguit, m'agradaria anomenar i donar les gràcies a la col·laboració rebuda a totes les persones que han participat en aquest treball: *Joan Pera, Jordi Colominas, Paca Solà, Joan Font, Jordi Burbena, Melissa Artajo, Jordi Fonollà, Joan Segura, Comediants, Glòria Munilla, Maribel Panosa, Ricard Faura, Dolors Clusella, David Roselló, Jordi Pons, família Mayoral, Anna Maria Cardó, Heinz Sprünker, l'equip de Taller de Projectes de la UB, Rosa Alvarez, Rosa Alsina, Montse Pera, Marc Bley, Pablo Moya, els avis de la classe de gimnàstica del Kumho, i les alumnes de la classe de gimnàstica de l'associació de dones Sàlvia.*

## ÍNDEX

<b>Introducció i metodologia</b>	<b>6-13</b>
<b>1 Bases contextuais del projecte</b>	
<b>1.1 Finalitats</b>	<b>14-21</b>
<b>1.2 Dinàmica territorial</b>	<b>22-34</b>
<b>1.2.1 El Maresme i Canet de Mar</b>	
<b>1.2.2 Anàlisi de les dinàmiques Territori-cultura</b>	
<b>1.3 Dinàmica sectorial</b>	<b>35-41</b>
<b>1.4 Orígens i antecedents del projecte cultural</b>	<b>42-60</b>
<b>1.5 Anàlisi interna de l'organització</b>	<b>61-71</b>
<b>1.5.1 La trajectòria de l'organització</b>	
<b>1.5.2 L'estructura de l'organització</b>	
<b>1.5.3 Funcionament intern de l'organització</b>	
<b>1.5.4 Els recursos disponibles</b>	
<b>2. Definició del projecte</b>	

<b>2.1 Destinataris</b>	<b>72-89</b>
<b>2.1.1 Idees i passos previs a la definició del “perfil-tipus” dels destinataris de l’exposició permanent</b>	
<b>2.1.2 “Perfil-tipus” dels destinataris de l’exposició permanent</b>	
<b>2.2 Contingut</b>	<b>90-160</b>
<b>2.3 Objectius</b>	<b>161-163</b>
<b>2.4 Estratègies</b>	<b>164-185</b>
<b>2.5 Activitats</b>	<b>186-195</b>
<b>2.6 Model de gestió</b>	<b>196-209</b>
<b>Conclusions</b>	<b>210-216</b>
<b>Bibliografia</b>	<b>217-227</b>
<b>Annexos</b>	

## INTRODUCCIÓ

Un dia assolellat, com sempre les portes de *Comediants* estaven obertes, perquè tothom (de bona voluntat) i ho desitgi pugui accedir en el seu món. Tal com havíem acordat, vaig entrar i vaig presentar les meves intencions. *Comediants* em va dir “*Fantàstic! És un bon moment, també ens ho estàvem plantejant.*” Sense preguntar més, ens vam posar mans a la massa i, conjuntament amb molta il·lusió, vam començar a moldre aquest projecte.

Hem compartit aquest viatge, del qual ha sorgit aquest projecte i una afable amistat.

**Somos marineros, además aventureros.**

**Somos valientes, somos osados.<sup>1</sup>**



Fig.1 “Dimonis”. Procedeix de l’antiga pàgina web de *Comediants*

*Continuarà...*

---

<sup>1</sup> Estrofes d’una de les cançons de l’espectacle en castellà de “Mil i una Nits”.

La primera part del títol d'aquest TFC “Darrera de la màscara de *Comediants*.” expressa la curiositat que més d'un de nosaltres sent per *Comediants* i el seu món marcat pel vincle de vida-creació. La màscara simbolitza una barrera que cal sobrepassar per arribar al cor de *Comediants* i així, entendre realment la seva vida i creació. La segona part del títol “L’imaginari d’un grup de teatre català” vol destacar la seva procedència i alhora induir a la reflexió de la importància del seu llegat dins de l’àmbit del teatre i les arts escèniques tan a nivell nacional com internacional. I finalment, “Creació d’una exposició permanent per a un Museu Comediants” és el desig de preservar i comunicar el llegat de *Comediants*.

*Comediants* compta amb un patrimoni cultural i una història important en el món del teatre. I això mateix fa necessari que es mostri, es preservi i es comuniqui a la gent. La seva empremta ha de quedar a la memòria per a les futures generacions perquè puguin conèixer la seva vida i obra, i ho puguin estimar.

### **Recordeu, si no s’ho endurà el vent.<sup>2</sup>**

Creant una exposició és una manera de perpetua el seu record. Cal mostrar, preservar i comunicar el seu llegat a les presents i futures generacions. Però, quina és la interpretació òptima d’aquest patrimoni teatral? Quin és el discurs museogràfic més idoni per un projecte museogràfic dins de l’àmbit del patrimoni de les arts escèniques? Aconseguirem donar les claus i els mitjans perquè el visitant pugui interpretar el patrimoni? I quins són els recursos expositius i mecanismes, i altres aspectes més idonis perquè es converteixin en el nucli fonamental d’un futur Museu Comediants?

Des de l’inici hem volgut escapar d’elaborar un TFC on solament es sintetitzessin dades i informació. Tanmateix, aquest TFC és un treball de recerca i, com a tal, la major part és la sintetització de dades i informacions obtingudes a través d’una investigació. No

---

<sup>2</sup> COMEDIANTS. *Comediants: Agenda perpètua*. Edicions Barcanova, Barcelona, 1998.

obstant, hi ha una altra part molt important amb aportacions personals on s'ha posat a provar la pròpia creativitat i la capacitat de proporcionar aspectes innovadors, els quals, al cap i a la fi, han sorgit arran de la feina de treballar en grup.

També, sabíem que es volia un document apte per a presentar-lo a entitats privades i públiques. A conseqüència d'això, hem pensat que l'estructura del treball havia de seguir els punts definits per dissenyar projectes culturals.

Aquest TFC vol ser un projecte cultural i com a tal, ha de presentar una seqüència ordenada de decisions (formulades a partir d'una recerca i d'una anàlisi de la realitat interna i externa) sobre tasques i recursos, encaminades a obtenir uns objectius en unes determinades condicions.

A part d'analitzar els punts forts i dèbils que giren el voltant del projecte cultural, hem de respondre a una sèrie de preguntes: Què volem fer? Quins objectius volem aconseguir? Per què una exposició permanent? Qui és el destinatari? En quin context territorial i cultural situarem aquest projecte? Qui i com és la organització gestora que portarà a terme aquest projecte? Amb quins recursos comptem? Quin és el millor model de gestió? Com aconseguirem els objectius marcats? Quin aspecte el diferenciarà d'altres projectes? L'exposició permanent per a un possible Museu Comediants és un projecte viable?



## METODOLOGIA

Metodològicament ens situem en l'àmbit de la museologia i museografia. Abans de continuar, voldríem fer un petit encís per constatar la confusió que produeixen els mots “museografia” i “museologia”. Hi ha un determinat grup de teòrics que consideren que la “Museografia” és, per si, la ciència del patrimoni que es dedica a establir els criteris sobre el discurs museogràfic de les exposicions permanents i temporals. En canvi hi ha altres teòrics que opinen que la “Museologia” és la ciència mare del patrimoni. No obstant, dintre de la “Museologia” trobaríem la part que es dedica a la pràctica.<sup>3</sup>

Les diferents tècniques emprades per a obtenir el material base per elaborar aquest projecte han estat la recerca documental, l'observació, l'observació participant i les entrevistes. Principalment, hem recollit les dades i les informacions que ens han permès conèixer *Comediants* (valors, característiques, influències...) i la seva situació dins del teatre català; diferents tipus d'exposicions; recursos, estratègies i activitats per difondre el patrimoni i apropar-lo als distints tipus de visitants; i models de gestió de museus.

L'anàlisi de contingut del material bibliogràfic ens ha proporcionat informació sobre *Comediants*, sobre patrimoni, exposicions o altres projectes culturals i/o lúdics, història del teatre català, estratègies i activitats per difondre el patrimoni, models de gestió, el context territorial i cultural, i metodologia per elaborar el TFC, mentre que el material que presenta dades i informació de l'experiència i de la vida quotidiana de *Comediants* que hem recollit a través de l'observació, de l'observació participant i les entrevistes, ens ha complementat informacions que no trobàvem en els documents bibliogràfics.

El focus principal del TFC o projecte cultural és la creació d'una exposició permanent per a un possible Museu Comediants. Hem elaborat aquesta part a través d'una recerca

---

<sup>3</sup> Font escrita de Glòria Munilla.

de l'àmbit del patrimoni amb dues unitats d'anàlisi. Una unitat d'anàlisi ha estat els elements materials i documentals de o sobre l'obra i la vida de *Comediants*, i els documents que parlaven de la situació actual i el seu context en el teatre català, mentre que l'altra unitat ha contemplat l'anàlisi de pàgines web i documents sobre exposicions o altres projectes culturals i/o lúdics que presentessin diversos tipus de mecanismes i recursos per a difondre el patrimoni.

A través de l'observació, entrevistes i documents textuais hem pogut estimar el valor material i documental de *Comediants* a nivell de les arts escenogràfiques a Catalunya (i al món). L'observació, l'observació participant, la participació al curs d'estiu, les entrevistes i l'anàlisi de documents bibliogràfics, per un costat, ens han ajudat a trobar el discurs museològic més idoni per a un projecte museogràfic dins de l'àmbit del patrimoni de les arts escèniques i, per una altra banda, hem pogut trobar mecanismes i recursos expositors, i altres aspectes idonis perquè es converteixin en el nucli fonamental d'un futur Museu Comediants.

Hem fet una proposta de discurs museològic, tot indicant els temes que prèviament hem definit amb *Comediants* i que comprendran aquest discurs. Per cada tema hem presentat una proposta de recursos i mecanismes per apropar-los al visitant. Això no obstant, hem tingut en compte els diferents tipus o perfils que pot tenir el públic (el destinatari) a l'hora de proporcionar les claus i els mitjans perquè els diferents tipus de visitants pugui interpretar el patrimoni.<sup>4</sup>

*“Les exposicions són muntatges constituïts al voltant d'una idea, basats en objectes, que transporten el visitant a un entorn creat i faciliten el seu enriquiment intel·lectual i emocional.”* (DD.AA. Gestió de patrimoni. Edicions UOC, Barcelona. Manual). Les diferents tècniques expositives que hem emprat intenten d'anar més lluny de la manera

---

<sup>4</sup> Font escrita de Maribel Panosa.

didàctica i lúdica<sup>5</sup> d'apropar el patrimoni (que va més enllà dels objectes) al visitant. De fet, hem cercat la forma d'emocionar els diferents segments de destinatari.

Tanmateix, i com ja hem dit anteriorment, aquest TFC és un projecte cultural i per aquesta raó, hem recollit, analitzat, filtrat i plasmat dades i informacions d'altres àmbits del coneixement, com per exemple del camp del turisme, màrqueting, estudi de mercat, geografia, política, dret i economia.

La Llicenciatura d'Humanitats és una carrera multidisciplinària, i en conseqüència coneixem, podem escollir i aplicar diferents anàlisis, i l'enfocament més idoni per tractar els objectes del treball.

---

<sup>5</sup> Una pauta important ha estat el llibre "Museologia didàctica" de Joan Santacana i Núria Serrat (coord.) que és un referent a tenir en compte per apropar-se al món de les exposicions (sobretot didàcticament) dins del marc d'un museu o centre d'interpretació actual.

*Continua...*

De fet, a tots ens agrada ser petits per poder jugar, ser tafaners i preguntar amb curiositat, i tot, sense cap vergonya.

**Jugar és una excel·lent medecina.<sup>6</sup>**

Una exposició presencial i no virtual, per què? “Ens declarem fascinats pel futur que es teixeix a través de la xarxa, però continuem enamorats del ‘Toqueu i sereu tocats’, sàvia consigna política que aplicada als espectacles, aconseguix de barrejar gent diversa sense pors ni recels.<sup>7</sup>” *Comediants* presenta un teatre de sentits. Qui no vol sentir com un persona explica un conte? Qui no vol jugar amb els somnis? Qui no vol sentir l’escalfor i l’excitació quan es balla sota una pluja de foc? I el regust que ens queda, abatuts, després de la diversió?

**Els espectacles són contes que intenten donar forma al caos.<sup>8</sup>**

El teatre de *Comediants* és un teatre al carrer on tothom hi pot participar, grans i petits, gent del nord i del sud; tothom entén les paraules del joc i tothom prefereix jugar al carrer que esta tancat a casa i jagut tot sol davant de l’ordinador.

**Teatre al carrer s’ha fet molt. El carrer és un espai públic obert a tothom. El carrer és casa de tothom.<sup>9</sup>**

---

<sup>6</sup> COMEDIANTS. *Comediants: Agenda perpètua*. Edicions Barcanova, Barcelona, 1998.

<sup>7</sup> Ídem

<sup>8</sup> Ídem

<sup>9</sup> Ídem.

El títol del treball, d'on ha sorgit? “El teatre com la vida és un joc, el joc d'aprendre a portar la pròpia màscara.”<sup>10</sup> Com és *Comediants*, què fa, com viuen els diferents professionals, com crea,... Qui no sent aquesta curiositat de mirar darrera la màscara de *Comediants*? L'exposició vol transmetre el tarannà de *Comediants*. Ho haurem aconseguit?

Les portes estan obertes, només heu de passar i descobrir-ho! **Al final podeu aplaudir o fer una ganyota. Això ara està a les vostres mans.**

---

<sup>10</sup> Ídem

## 1. Bases contextuais del projecte

L'elaboració d'un projecte cultural ha de començar per a una anàlisi de tots aquells aspectes que el poden afectar i que l'equip redactor ha de conèixer abans de definir-lo. L'anàlisi d'aquests elements es sintetitza posteriorment en l'anomenat diagnòstic. O sigui que seguint els punts següents de "Bases contextuais del projecte" tindrem la base d'un diagnòstic. El diagnòstic també és un estat de qüestió o punt de partida, el qual és una part important del projecte que serveix de nexa d'unió entre el bloc de l'anàlisi del context i la definició del projecte.

### 1.6 Finalitats

En aquest primer apartat explicarem el fi últim o la raó última perquè es vol realitzar aquest projecte, l'exposició permanent que podria formar part d'un possible futur Museu de Comediants. Definirem, justificarem i argumentarem aquest projecte.

La raó última de crear un exposició permanent per a un possible museu Comediants és la voluntat de difondre i preservar el llegat d'aquest grup de teatre català a les presents i futures generacions per tal de guardar la seva forma de viure i de crear en la memòria col·lectiva.

- **El seu llegat**

Durant més de 30 anys d'història, *Comediants* sempre s'ha mogut i es mou per la il·lusió, les ganes de viure, l'alegria que es sent quan es fa allò que un somnia. Aquesta il·lusió i alegria es contagia. *Comediants* transmet aquest sentiment de vida, i aquesta vitalitat és la seva força i la seva font de creació. Compta amb una gran capacitat, impregnada de vitalitat, d'impactar i fer partícip el públic en el seu riu de l'alegria de viure. Alguns membres opinen que potser els guions no són "estupendos", però la força

de fer, de crear i de comunicar il·lumina tota ànima<sup>11</sup>. Aquest lligam de vida-creació és una característica pròpia d'aquest grup de teatre català.

Hi ha qui diu que *Comediants* s'ha fet gran i que ha arribat l'hora d'explicar la seva aventura. De fet, ha arribat el moment de crear un nou projecte, una nova creació que forma part de la "vida" de *Comediants*. **Comediants vol obrir les portes al seu imaginari, que va unit al vincle de vida-creació.** Ara cal crear un espai per poder transmetre i difondre el seu llegat a les presents i futures generacions per tal de guardar la seva forma de viure i de crear en la memòria.

- **Qui són *Comediants***

Qui, tant a nivell nacional com internacional, no ha vist algun espectacle de *Comediants*? El grup de teatre català es coneix arreu del món. Molts titulars de diari identifiquen el grup per la seva procedència, només cal fer un cop d'ull al recull de premsa de l'arxiu de *Comediants*. A Catalunya se'l coneix com a "**Comediants, el grup de Canet**", i a l'estranger com a "**Comediants, el grup català**". Però, també se l'identifica com a **vital** (*A breath of life*), **comunicador de la festa catalana...**<sup>12</sup>

De fet, no hi ha cap altre grup de teatre a nivell nacional que hagi estat a tants llocs del món. Les raons de l'**èxit internacional** és la gran capacitat de fer **partícep els espectadors dels espectacles**, on no calen moltes paraules; simplement els moviments dels cossos dels actors i els elements escènics comuniquen sensacions que es reben amb els **cinc sentits** i que comprèn tot ésser humà.

- **Història**

Els turbulents anys seixanta van proporcionar l'aparició d'una generació de pràctiques del teatre en el nostre país, sorgits d'un esperit de rebel·lió. Es tractava d'una creació

---

<sup>11</sup> Entrevista informal amb Jordi Burbena.

<sup>12</sup> S'ha consultat l'arxiu a l'agost de 2005.

descentrada, *anti-establishment*, que treballaven en espais alternatius i, primerament per a un públic popular. La llei franquista del “teatre de càmera” que regulava les activitats del teatre no comercial, va ser un dels factors crucials que en un moment donat i per ironies de la història va ajudar al teatre independent.

Aquesta nova manera de fer teatre on la creació col·lectiva és la característica del teatre independent, va sorgir per rebel·lió amb la voluntat de trencar amb el teatre que es portava a terme en aquella època<sup>13</sup>. **Realment, i més enllà del concepte rebel·lió, hi havia les ganes de fer allò que a un agrada, es volia ser lliure per fer allò que es volia**<sup>14</sup>. Per què no es pot apostar per una altra cosa que ens agradi més i ens faci feliços? Qui no vol fer allò que li agrada per poder sentir desenfrenadament les pessigolles que produeix l’alegria?

- **Una manera de fer**

En aquella època, dins del grup de *Comediants* regnava les ganes de viure i fer teatre, sense voler copiar a cap grup de teatre nacional o internacional. Còpia no és creació, i el teatre és creació, i crear és un art. *Comediants* sempre ha creat i crea, escapant-se de les formes universals de fer teatre i tenir una identitat pròpia i, alhora diferent vers altres grups i maneres de fer.

*Comediants* presenta allò especial, dins del concepte universal. *Comediants* comunica en els seus projectes conceptes de l’existència humana que per una part tothom pot entendre perquè són elements i sensacions essencials que formen part de tot ésser humà, però alhora són especials perquè són propis d’una terra i una cultura. Aquests elements i sensacions universals són particulars perquè es transmeten sota una cosmovisió determinada. I és precisament aquest punt que diferencia a *Comediants* d’altres grups nacionals i internacionals. **No hi ha cap grup que faci teatre com *Comediants***. No deixa de ser que el grup de teatre català *Comediants* sigui d’un lloc geogràfic determinat i per tant hagi crescut i evolucionat sota uns esquemes i elements culturals, els quals es

---

<sup>13</sup> SAUMELL VERGÉS, Mercè. *Tres dècades, tres grups: treball de teorització sobre Els Joglars, Comediants i la Fura dels Baus/Mercè Saumel*. Barcelona: Institut del Teatre, 1990. Manuscrit.

<sup>14</sup> Entrevista informal amb Jordi Burbena.



refleixen en les seves creacions.<sup>15</sup> Per exemple, i per entendre aquest concepte, hi ha jocs, jocs tradicionals<sup>16</sup>, que es juguen arreu del món on, les regles poden tenir petites variacions segons el país o la regió, però la part essencial del joc entén tothom.

La seva posició és antiuniversal, en el sentit que és important conservar, vetllar i transmetre aquelles particularitats de cada cultura que al mateix temps són les que formen el tot. *Comediants* gira la mirada a les tradicions i transmet allò autòcton. De fet, així també ho revelen els retalls de premsa que estan arxivats a La Vinya. Per exemple, els diaris alemanys o italians parlen del grup català que transmet la festa catalana.

*Comediants* vol tocar la consciència i arribar als sentiments més profunds de les persones. La seva forma de crear teatre, espectacles i materials que s'utilitzen en els diferents projectes està impregnada i plasma vitalitat i emoció. Són intuïtius. I quin adjectiu podria descriure el concepte següent? Traspassa el joc infantil al món dels adults per gaudir i ser feliços. **És un món (una vida) de creació arrelat a la terra, anàrquic (en contra d'un poder superior repressiu i tirà) i anarquista, provocador (excitar emocions), promou el desig de felicitat i és ecològic (cal conservar la natura per poder trobar el benestar).** Tanmateix, no hem d'entendre aquests conceptes llistats des del punt de vista extremista i tampoc com un plantejament o una forma de pensament (filosòfic)<sup>17</sup>.

- **Evolució de la seva estructura i gestió**

---

<sup>15</sup> Entrevista informal amb Jordi Burbena.

<sup>16</sup> BUSQUÉ i Barceló, PUJOL i Subirà, M. Antonia. *Ximic, jocs tradicionals*. Amalgama edicions, Berga 1996.

<sup>17</sup> Ídem.

*Comediants* ha evolucionat, a l'igual que ho fa l'existència humana. Tot té un cicle de vida on es van tancant etapes i obrint-ne de noves, tot en forma de cadena. *Comediants* segueix aquest cicle amb projectes nous i tancant-ne d'altres. **Els projectes i creacions són productes de circumstàncies internes i externes d'un moment donat de la història.** En els inicis, *Comediants* creava projectes on tots els membres del grup cooperaven. Avui dia, l'estructura del grup i, així com també la de crear ha canviat<sup>18</sup>. El procés de canvi de l'estructura dels diferents grups de teatre catalans ve plasmat en el *Llibre Blanc de les Indústries culturals de Catalunya*. La solució legal cooperativa evolucionà cap a una empresa amb més flexibilitat per a la contractació i iniciativa a títol personal. Actualment, *Comediants* conserva un nucli, és nodrit per "socs" fundadors<sup>19</sup>.

Avui dia, *Comediants* és una productora d'espectacles amb diferents departaments. Hi trobem personal fix com alguns dels fundadors, persones que han marxat i han tornat, i moltes persones entusiasmades per poder treballar en aquest món que no para de crear i de gestionar projectes. Per a cada espectacle es realitzen *castings*. Els artistes seleccionats poden formar part d'un espectacle i, un cop clausurat, alguns segueixen el seu camí i altres emprenen un nou projecte de *Comediants*. D'aquesta manera *Comediants* pot estar a diversos llocs del món i realitzar diferents projectes al mateix instant<sup>20</sup>. Alguns professionals del grup poden estar preparant la cloenda de l'Expo d'Aishi (Japó)<sup>21</sup>; altres contractats per la productora Elsinor poden estar realitzant l'espectacle "Mil i una Nits" a l'auditori de l'Alameda a Jaen; altres poden estar muntant l'Arbre de la Memòria a Tàrraga<sup>22</sup> mentre que altres estan inaugurant l'exposició "Forats: espia Comediants" a Verdú.

---

<sup>18</sup> Ídem.

<sup>19</sup> SAUMELL VERGÉS, Mercè. *Tres dècades, tres grups: treball de teorització sobre Els Joglars, Comediants i la Fura dels Baus/Mercè Saumel*. Barcelona: Institut del Teatre, 1990. Manuscrit.

<sup>20</sup> Entrevista informal amb Jordi Colominas.

<sup>21</sup> A l'annex trobarem un article referent aquest esdeveniment.

<sup>22</sup> A l'annex hi ha un article del diari Avui que fa referència a l'Arbre de la Memòria.

## 1.2 Dinàmica territorial

En el present apartat exposarem l'anàlisi dels factors inherents al territori de referència del projecte que poden influir en la seva definició. Ressaltarem els elements distintius del territori. Entenem per territori aquell espai natural o administratiu en el qual tenim previst intervenir.

Hem de conèixer el territori per adaptar la nostra finalitat o idea inicial a aquesta realitat. Una mateixa finalitat s'ha de treballar diferentment segons el territori en el qual es desenrotlla el projecte. No només es tracta de definir el seu àmbit administratiu (carrer, barri, municipi, regió, país), sinó que la singularitat i identitat de cada territori fan la diferència, i segons la diferència, es planteja el projecte d'una manera o d'una altra.

Canet de Mar és el marc on s'imagina portar a terme aquest projecte. Per què pensem que l'exposició hauria de formar part d'un Museu Comediants a Canet de Mar?

### 1.2.1 El Maresme i Canet de Mar

En aquest subapartat volem presentar el context territorial, comarcal i local on s'emmarcaria el projecte.

- **La comarca del Maresme**

La comarca del **Maresme** s'estén al llarg de la costa mediterrània, entre els rius Besòs i Tordera. A la part interior de la comarca hi ha muntanyes, la Serralada Litoral, el Montnegre i el Corredor. A més d'un ric patrimoni natural, hi ha un gran ventall de patrimoni cultural. Concretament, hi ha dos parcs naturals i un patrimoni cultural que ens ha deixat exemples de diferents períodes històrics. És a dir, que tenim jaciments prehistòrics, ibèrics, romans; hi ha torres de guaita, castells medievals; arquitectures gòtiques; retaules barrocs i esglésies neogòtiques; i també un ric patrimoni modernista. Quasi tots els municipis tenen un museu; al Maresme hi ha aproximadament uns 22 museus. Per als més menuts tenim parcs lúdics com Marineland a Palafolls o els Rucs

del Corredor, mentre que a Caldes d'Estrac (Caldetes) hi ha dos balnearis perquè les persones adultes puguin recuperar forces i/o fer salut.

A més d'un microclima, gaudim d'una gastronomia variada i selecta. Qui no ha sentit a parlar del pèsols de Sant Andreu de Llavaneres o la coca de Llavaneres, o dels menús modernistes de Canet de Mar, i qui no ha provat el vi o el cava d'Alella?

L'allotjament també és variat. Hom pot escollir entre grans hotels arran de platja, petites pensions amb molt d'encant, càmpings, cases rurals, etc. La major oferta hotelera la trobem concentrada a Malgrat, Santa Susanna i Calella. Aquests municipis reben turisme de masses, i més concretament s'anomena el turisme de les tres "S" (*Sex, Sun and Sangria*). Tanmateix, a Caldes d'Estrac trobem l'Hotel Colón totalment reformat, el qual intenta captar un altre tipus de turisme. L'hotel ofereix allotjament amb programes d' SPA, i al mateix temps complementa l'oferta cultural que rep Caldetes per a l'existència del Museu Fundació Palau.

- **Canet de Mar**

Canet de Mar és una població situada a la costa del Maresme (també anomenada la Costa del Llevant). Al voltant del territori municipal, de 5.6 km<sup>2</sup>, trobem Arenys de Mar, Arenys de Munt, Sant Iscle de Vilalta, Sant Cebrià de Vilalta i Sant Pol. Canet està rodejat de muntanyes amb petits boscos on destaquem el turó de Pedracastell, des d'on es pot veure abastament la zona costanera i el Montnegre-Corredor, que forma part de la Serralada Litoral, la qual protegeix tota la comarca i fa que gaudeixi d'aquest clima tant privilegiat, del qual la vall de Canet n'és un clar exemple. Canet a igual que la majoria de municipis del Maresme, compta amb rieres, les quals porten vers el mar. La zona de platja té una extensió de 2.5 km.

Canet està a 43 km de Barcelona i ben comunicada per tren, per la carretera N-II, per l'autopista C-32 o pel GR que va a Montserrat i a Sitges.

La població de Canet de Mar és de 12.047 habitants (2004). La majoria de canetencs treballen fora del poble. És un nucli d'important d'estiueig i de segona residència durant els caps de setmana, i amb moltes possibilitats de convertir-se en un poble dormitori.

El poble gaudeix d'un benigne clima mediterrani amb dies assolellats pràcticament tot l'any. Aquestes condicions fan del territori canetenc un lloc idoni per al conreu de fruites, verdures i la floricultura. De fet, gràcies a aquest clima més d'un artista ha viscut o viu a Canet on, a més ha trobat la seva font d'inspiració.

A més a més, trobem una economia empresarial des del comerç familiar fins a firmes de nivell internacional com Pulligan, Meyba, Ibicí, etc.

Actualment, Canet està experimentant un fort desenvolupament urbà residencial. La immobiliària és el principal motor econòmic, mentre que la indústria tèxtil està experimentant una forta crisi. I el tipus de turisme que rep Canet és principalment de sol i platja, i cultural. No és una important font d'ingressos, però s'ha d'indicar que almenys no és estacional com passa en altres municipis de l'Alt Maresme.

El govern municipal actualment està format per PSC, CIU, i ERC.

La història de Canet de Mar, amb vestigis des de l'època romana, comença a estar documentada a partir del segle XI amb l'antiga "Domus de Canet". Tanmateix, la constitució de Canet com a poble fou el segle XIII. Després de l'actuació arquitectònica

modernista de Lluís Domènech i Montaner, la "Domus de Canet" es coneix avui dia com el Castell de Santa Florentina. Durant tot l'any s'organitzen visites, i a l'estiu s'hi celebren concerts de música clàssica.

Al llarg dels segles XVI, XVII i XVIII, Canet de Mar va consolidar el seu poblament, i a conseqüència de les seves activitats econòmiques, a la segona meitat del segle XIX es va convertir, com en altres poblacions catalanes immerses en l'expansió industrial, en un nucli industrial dedicat a la producció tèxtil i, concretament, al gènere de punt. Més tard, es va crear l'única universitat de l'Estat especialitzada en teixit de punt, l'Escola Universitària d'Enginyeria de Teixit de Punt.

Arran de la industrialització del segle XIX, es produí el moment convergent de l'eclosió cultural-artística del Modernisme, moviment que Canet de Mar va viure de manera molt especial per la contínua residència i per la nissaga materna d'un dels arquitectes més representatius del Modernisme: Lluís Domènech i Montaner. Les seves obres més reconegudes són l'Hospital Sant Pau i Santa Creu, i el Palau de la Música, els quals són monuments declarats patrimoni de la Humanitat per la UNESCO.

Actualment, la casa de l'arquitecte s'ha convertit en la Casa museu de Lluís Domènech i Montaner, on es pot fer un recorregut per la seva obra i vida. Des de la Casa museu s'organitzen visites modernistes al voltant del patrimoni i de la població. De fet, existeixen diferents escrits que manifesten que Canet és el lloc on en un territori tan reduït s'hi troben més obres modernistes.

Podem dir que durant el període de la postindustrialització, cap als anys setanta, a Canet va néixer un moviment cultural, un moviment cultural català al mig d'una dictadura feixista. L'any 1975, el grup de *Comediants* va arribar a Canet. L'alcalde d'aleshores, sabent que cercaven un lloc per viure en comunitat, els va oferir una casa al carrer Ample. Al web de l'Ajuntament trobem el següent text que recorda aquest fet: "Comediants va néixer l'any 1971. A Canet hi va arribar l'any 1975 i des d'aleshores ha

esdevingut un referent del nostre municipi arreu del món. *Comediants* el formen un col·lectiu d'actors, músics i artistes de tot tipus dedicats per complet a la creació...”

### 1.2.2 Anàlisi de les dinàmiques territori-cultura. La realitat cultural de Canet de Mar

Canet de Mar, com la majoria de localitats de Catalunya, té una important tradició d'associacionisme. De fet, actualment trobem 93 entitats locals que es reparteixen en associacions culturals, ecologistes i benèfiques, clubs esportius, grups musicals i teatrals, penyes, unions comercials, etc. Seguint aquest enllaç, en trobarem la llista a Internet: <http://www.canetdemar.org/entitats/>

Actualment, existeix un consell format per presidents o altres representants de les diferents entitats i el regidor de cultura, Óscar Figuerola, que es reuneix mensualment. El consell, entre altres coses, programa les activitats culturals i/o lúdiques municipals on pot participar la població.

Hi ha moltes activitats que es repeteixen cada any, tot formant part de la vida social canetenca. Per exemple, cada any, l'Associació Cultural Plataforma Odeon (ACPO)<sup>23</sup> organitza entre altres events “Re-Percussió”. L'Associació Cultural Plataforma Odeon va néixer l'any 1999 amb l'objectiu de salvar l'Odeon, un edifici emblemàtic de Canet per la seva història, per la seva arquitectura i per la seva activitat. Tal com ho manifesten a la pàgina web, el primer objectiu d'aquesta associació és el següent:

“Treballar per l'Odeon. Vetllar per tot el que fa referència a l'Odeon: proposta d'usos i activitats, seguiment del projecte de rehabilitació, recerca de finançament i models de gestió possibles. En aquest sentit, tres membres de la

---

<sup>23</sup> [http://www.odeoncanet.org/noticies/index.php?pageNum\\_Noticies=1&totalRows\\_Noticies=29](http://www.odeoncanet.org/noticies/index.php?pageNum_Noticies=1&totalRows_Noticies=29)

Junta formen part de la Comissió de Seguiment de l'Odeon, juntament amb representants de l'Equip de Govern de l'Ajuntament i en Joan Font i Jaume Bernadet, membre de Els Comediants.”

A l'abril 2002, l'equip de treball present aleshores a la Casa museu Lluís Domènech i Montaner i després de seva assistència al SITC (Saló Internacional de Turisme de Catalunya), va elaborar un informe de l'estat de la qüestió de Canet de Mar dins del mercat turístic. Aquest grup de treball estava format per les persones següents: Lourdes Figueres directora del museu, Maria Manadé guia i col·laboradora, Fina Juvany administrativa i Janine Sprünker becària. Arran d'aquest informe intern que es va lliurar a l'Ajuntament de Canet de Mar es va crear a través de la regidoria de Promoció econòmica un grup de treball, format pel regidor i tècnic de Turisme, diferents representants d'entitats canetenques i l'equip de la Casa museu. El grup de treball volia potenciar l'oferta per atreure més turisme, un turisme cultural. A més de crear productes complementaris a l'oferta modernista, també va aconseguir que s'obris una oficina de turisme de la Diputació de Barcelona a l'interior de la Casa museu, la qual forma part de la xarxa de museus locals de la Diputació. Fins i tot, la Diputació de Barcelona va contractar l'empresa “Markefin” per elaborar un pla estratègic de turisme.

Amb el canvi polític es va dissoldre el grup de treball, ja que les noves orientacions polítiques no coincidien amb les anteriors. Actualment, i principalment, es vol potenciar la vida social i cultural interior. L'activisme social és important, ja que mostra un cert orgull i estimació del seu poble, però està controlat pel govern, el qual hi inverteix molts diners.

Aquest punt és molt important perquè ens indica que la política cultural canetenca es concentra a organitzar activitats dirigides principalment “al divertiment” de la població local encara, que fa uns anys que l'Ajuntament de Canet amb *l'Associació cultural sis hores* es preocupa per recuperar les “6 hores de Cançó catalana”. Tanmateix, no acaba de tenir el ressò que tingué anys enrere.



Canet principalment s'està convertint en un lloc residencial, veient que la indústria tèxtil va desapareixent (cada any 300 persones perden el seu lloc de feina); i segons diuen estudis econòmics, l'immobiliari caurà en crisi, s'ha de cercar una manera de dinamitzar l'economia local. A més, s'ha de tenir present que divertir la població no aporta riquesa. La gent també necessita diners per trobar el benestar.

El turisme és una activitat fonamentalment econòmica. L'únic agent actiu (d'ingrés) a la balança de pagaments procedeix del sector del turisme. El turisme genera l'efecte multiplicador sobre l'oferta i producció d'altres productes de consum, tant del sector terciari (serveis, transports o bancs), com del secundari (elements industrials com frigorífics, assessors) i com del primari (béns agrícoles). Tal com es pot veure, el turisme és important tant des de l'àmbit local com nacional. És una important font d'ingressos a l'activitat econòmica local o nacional i, a més dóna llocs de treball. A part, el turisme inclou uns conceptes mundialment reconeguts i importants per recordar: és un element didàctic, un element democratitzador i un vincle de pau.

Canet de Mar té un ric patrimoni cultural i artístic on un i l'altre es complementen. El discurs modernista coincideix amb la font d'inspiració de *Comediants*. *Comediants* s'inspira en el mediterrani, en les tradicions populars, fa descobrir la senzillesa de les coses. L'Odeon, un edifici noucentista de Rafel Masó i on es va crear la primera corporativa de consum documentada a l'Estat espanyol, va ser el lloc d'assaigs i de representacions de *Comediants* i un focus molt important d'atracció d'espectacles que acollia visitants i artistes de tot arreu.

O sigui que tenim una important oferta cultural, i per tant també, turística (important font d'ingressos), existent que és la Casa museu de Lluís Domènech i Montaner, i una possible oferta futura que constitueix la recuperació de l'Odeon i la creació d'una exposició permanent de *Comediants* (un grup mundialment reconegut), la qual podria

constituir l'exposició permanent d'un futur Museu de Comediants a Canet de Mar. Què volem més per dinamitzar l'activitat econòmica local, i segurament comarcal? Necessitem places hoteleres.

A l'any 2003, el Pla de desenvolupament turístic de Canet de Mar<sup>24</sup> fou elaborat per l'empresa Markefin conjuntament amb un grup de treball format per persones del sector privat canetenc i públic, i finançat per la Diputació de Barcelona. Actualment, el públic interessat pot consultar aquest pla. El Pla de desenvolupament turístic de Canet de Mar està disponible per a la consulta a l'oficina de turisme de la Diputació de Barcelona situada a la Casa museu de Lluís Domènech i Montaner a Canet de Mar.

El Pla de desenvolupament turístic de Canet de Mar compta amb una anàlisi de l'entorn, del mercat i de la situació actual; un diagnòstic; un model de desenvolupament on es fa referència a les alternatives estratègiques, els objectius i el marc estratègic; un pla d'actuació que es divideix en programa de màrqueting, programa de competitiva i gestió turística; i finalment trobem un pla de seguiment i control.

Dins de l'anàlisi trobem un apartat dedicat als recursos fonamentals amb un subapartat que presenta una selecció de recursos que es classifiquen en fonamentals i complementaris. Els recursos fonamentals són definits en el pla com aquells recursos capaços d'atreure una demanda turística concreta, i ho poden ser per diferents motius:

- ❖ recurs únic
- ❖ recurs amb característiques excepcionals i diferents d'altres
- ❖ recurs d'especial interès

---

<sup>24</sup> *Pla de desenvolupament turístic de Canet de Mar*. Realitzar per l'empresa Markefin per la Diputació de Barcelona. 2003.

La selecció i classificació dels recursos fonamentals i complementaris estan dividides per actuals i potencials. En el pla es plasma aquesta informació de la manera següent:

	<b>FONAMENTALS</b>	<b>COMPLEMENTARIS</b>
<b>ACTUALS</b>	Casa museu	església del poble
	patrimoni modernista	passeig marítim
	nucli antic	comerç
	castell	restauració
	platja	natura
	santuari de la Misericòrdia	
<b>POTENCIALS</b>	antiga Sala de Ball	recuperació de torres de guaita
	<b>Museu dels Comediants a</b>	recuperació de històries, llegendes
	<b>l'antiga Fàbrica Carbonell</b>	recuperació del patrimoni general
	oficina turisme a la Casa museu	Vil·la Flora
	escola Taller d'Oficis	

Així que un recurs fonamental potencial canetenc que s'hauria de potenciar és un Museu de Comediants.

Dins del diagnòstic trobem l'apartat "Fortaleses i oportunitats", on trobem la següent informació:

- Patrimoni:** Incrementar el turisme, turisme cultural
- Rellevància del turisme del Modernisme, potenciat per l'any Gaudí.
- Casa Museu Lluís Domènech i Montaner
- Edificis modernistes infrautilitzats
- Mar i platja
- Castell
- 
- Entorn:** Bones comunicacions
- Entorn no degradat
- Absència d'un turisme massiu
- Tranquil·litat combinada amb un gran oferta de lleure als diferents municipis de la comarca
- Mercat potencial important. Regió metropolitana de Barcelona, resta de Catalunya i turisme de la comarca i Barcelona
- 
- Societat:** Famosa entre els veïns de Canet
- Millora de la infraestructura municipal
- Iniciativa privada activa
- Iniciativa empresarial exitosa
- Dinamisme comarcal. Ara comença a obrir-se
- La població espera actuacions, hi ha ganes d'apostar pel turisme

**Administració:** Suport per part de l'Àrea de Turisme de la Diputació de Barcelona

### Voluntat política de desenvolupar el turisme

Després d'haver llegit aquest últims apunts podem dir que hi ha una clara voluntat de dinamitzar el turisme a Canet de Mar, tant per la societat canetenca, com per l'administració pública provincial i local.

També, trobem un altre apartat titulat "Productes turístics" on es descriuen rutes (avui dia existeixen) i productes propis (alguns existeixen actualment) que actuen com a elements identificadors o productes que reforcen la identitat de Canet. També, hi ha un subapartat que ens interessa destacar; s'anomena "Actuacions concretes" i, concretament, "Productes turístics vinculats als Comediants". Seguidament reproduïm la informació:

❖ un element diferencial i identificador de Canet seria la creació del Museu dels *Comediants*, que es podria ubicar a la Fàbrica Carbonell. La Casa museu vol preposar a *Comediants* fer petites exposicions monotemàtiques temporals a l'edifici, perquè tot visitant pugui gaudir del material únic dels *Comediants* que tenen a Canet.

❖ Una altra manera de donar a conèixer als visitants i ciutadans de Canet el patrimoni artístic dels *Comediants* seria creant una ruta dels Comediants. Els usuaris de la ruta anirien descobrint els indrets que a nosaltres ens interessin, juntament amb els elements amagats. Per exemple, L'Ajuntament, les places, els carrers, els comerços... serien còmplices d'aquest joc de descobrir Canet. El fulletó d'aquesta ruta hauria de promocionar-la com un conte que succeeix pels carrers de Canet. Aquesta ruta podria tenir una durada anual. D'aquesta manera cada any es podria inaugurar una ruta diferent, i la inauguració podria ser una festa a l'estil *Comediants*. La possibilitat d'anar canviant elements i ubicació donaria dinamisme a la ruta alhora que permetria orientar els visitants d'acord amb els interessos locals.

Advertim que es fa un especial esment de la necessitat de crear un Museu Comediants perquè el grup compta amb un patrimoni únic i, per tant, diferent. De fer, fins i tot es contempla una alternativa temporal per poder oferir al visitant la possibilitat de conèixer *Comediants* i, per un altre costat, es proposa un producte turístic complementari a aquesta oferta.

En conclusió, aquest Pla de desenvolupament turístic de Canet de Mar contempla el modernisme, i concretament la Casa museu de Lluís Domènech i Montaner, com el producte l'estrella o el focus central atracció turística, arran del qual hi ha una oferta (patrimoni, comerç, natura...) important a tenir en compte per captar turisme i, així dinamitzar econòmicament el poble. Advertim que Canet compta amb un ric patrimoni, el qual per un costat està poc explotat i per una altra banda, compta amb grans recursos potencials per atreure turisme. Dins d'aquests potencials classificats com a recursos fonamentals potencials, destaca el patrimoni creat per *Comediants*, el qual s'hauria de recollir en un Museu Comediants que es proposa ubicar-lo a la Fàbrica Carbonell de Canet de Mar (patrimoni industrial canetenc que s'hauria de restaurar com la majoria d'elements patrimonials generals classificats com a recursos complementaris actuals). Actualment, l'Ajuntament de Canet de Mar i, concretament, des de la regidoria de l'Àrea de Cultura i la Casa Museu, s'ha proposat a *Comediants* d'exposar a la Casa museu de Lluís Domènech i Montaner l'exposició "Forats: espia Comediants" durant dos mesos a principis del 2006 (possiblement els mesos de gener-març de 2006). Podem dir (com a ciutadans d'aquest poble) que hi ha actuacions que s'han contemplat en el Pla de desenvolupament turístic de Canet de Mar, alguns dels quals d'una manera o altra s'han desenvolupat, s'estan complint, i altres estan previstes de realitzar. De totes maneres, i tal com ho manifesta aquest pla, hi ha ganes de fer i atraure turisme per part de la població i també hi ha una clara voluntat política de potenciar aquest. Es vol un turisme cultural atret pels trets únics, els quals fan diferent Canet. Canet presenta característiques úniques que donen una identitat a conèixer i a descobrir. Tanmateix, manquen agents turístics i/o culturals que ho comercialitzin.

### 1.3 Dinàmica sectorial

Seguidament, analitzarem els factors inherents del sector cultural concret on emmarcarem el present projecte cultural. *Comediants* volen oferir a les persones una exposició de la seva vida i obra, la qual podria formar l'exposició permanent d'un possible Museu de Comediants a Canet de Mar. Per un costat necessitem conèixer la realitat de Canet (dinàmica territorial), i per un altre, hem d'entendre el sector cultural, exposicions o museus de teatre o de grups teatrals, patrimoni escenogràfic, etc.

L'àmbit cultural, a l'igual que el patrimoni estan units estretament al sector turístic. El turisme cultural és una de les formes cada vegada més usuals de fer vacances i gaudir del lleure escollit pel turista<sup>25</sup>. El públic propi del turisme cultural està interessat pel patrimoni cultural, i per tant també visita museus.

El turista decidirà visitar l'exposició permanent d'un Museu Comediants perquè el patrimoni que albergarà serà únic i, més a més, una de les cares de la cultura d'un país. Aquest turista, atret per a aquesta oferta, vindrà a Canet, la qual cosa comporta una font d'ingressos, no només per al museu sinó que també repercutirà en l'economia local.

Veiem que l'àmbit de la cultura també és un sector econòmic a tenir en compte per al desenvolupament d'un país.

“Segons la conclusió de l'estudi *El sector de la cultura a Catalunya* realitzat per la Comissió de Cultura, Indústria Culturals i Propietat Intel·lectual de la Cambra de Comerç de Barcelona, la producció i la promoció de la cultura requereix

---

<sup>25</sup> IZQUIERSO CAMARERO, Carmen, i GARRIDO SAMANIEGO, Maria José. *Marketing del patrimonio cultural*. Ediciones Pirámide, Madrid, 2004.

urgentment una visió i una gestió empresarial. El sector industrial cultural a Catalunya suposa l'1.2% del valor afegit brut i el 0.9% dels llocs de treball, i les famílies catalanes gasten en productes culturals el 3.2€ del seu pressupost, per sobre del 2.8% de la mitjana espanyola. Catalunya concentra el 18% d'empreses del sector de tot l'Estat, i és, juntament amb la comunitat de Madrid, on es concentra més activitat cultural. Des de la Cambra de Comerç de Barcelona s'aposta per dur a terme urgentment accions per incrementar el pes específic del sector. El sector industrial i empresarial de la cultura forma part de la nova economia del coneixement i és realment estratègic en el futur de l'economia catalana. La Cambra de Barcelona considera que tant el sector públic com el privat li han de dedicar tota l'atenció i l'esforç que requereix." (Valls Masriera, Miquel (2004): "Les empreses culturals requereixen una gestió estrictament empresarial", Editorial *Vincles. Cambra de Comerç de Barcelona*, pàg. 3)

I també, advertim que el sector cultural està estretament lligat al turisme, una font d'ingressos molt important. Avui dia, hi ha una necessitat de preservar la identitat d'un país tot divulgant les diverses cares de la seva cultura amb la finalitat de trobar la comprensió i la pau entre els diferents pobles. Moltes societats consideren la cultura com a una indústria en creixement unida estretament amb el turisme. Actualment, s'aposta per l'explotació econòmica del patrimoni, la qual està íntimament lligada al turisme cultural. Observem que es dona al patrimoni un paper de dinamitzador socio-econòmic i afavoreix el desenrotllament local a través de la seva explotació en una nova forma de turisme, el turisme cultural. També, va ser un tema de diàleg en el Fòrum Barcelona 2004, i ho podem llegir en el resum de la secció "Turisme, cultura i tolerància"<sup>26</sup>.

El turista cultural escull aquesta forma de viure el lleure entre moltes altres modalitats de turisme. El turista actual té una major experiència en viatjar i tendeix a sol·licitar un turisme alternatiu, especialitzat o temàtic, i cada vegada dona més valor al patrimoni per

---

<sup>26</sup> S'adjunta el document en l'annex.



conèixer entre altres coses una cultura. De fet, el patrimoni<sup>27</sup> és el reflex de la forma de viure d'una societat en una determinada època de la història. Tanmateix, per comprendre el que s'està veient o sentint, cal obtenir una explicació a partir d'una persona que ho interpreti.

Hi ha moltes entitats públiques o privades, conscients del valor del patrimoni, que formen espais, com per exemple museus, centres d'interpretació, etc., per tal que no només es preservi els elements materials o documentals, sinó que es gestionin i s'apropin a la societat.

Catalunya presenta un gran valor patrimonial, on també s'inclou les arts escèniques. Però, a Catalunya no trobem museus o centres d'interpretació que gestionin aquest tipus de patrimoni. A Catalunya no existeix (tot seguint la definició de museu que estableix ICOM) cap museu del teatre o de les arts escèniques. No obstant, trobem el Centre de Documentació i el Museu de les Arts Escèniques (MAE) de la Diputació de Barcelona, el qual no compta amb una exposició permanent, sinó que s'hi organitzen tan sols exposicions temporals.

Per una altra banda, a Catalunya trobem el Teatre-Museu Dalí, el qual no obstant no és un museu que reculli un patrimoni escènic, sinó que és un producte de l'imaginari de Dalí. Dalí justifica la creació d'un museu a Figueres (agost 1961) així: “La meva divisa, des de molt jove, ha estat la del senyor Montaigne quan deia que l'única manera d'arribar a l'universal és a través de l'ultralocal”<sup>28</sup>. El Teatre-Museu Dalí s'ha de contemplar com un tot, com la gran obra de Dalí. Per això no volia catàlegs ni cap

---

<sup>27</sup> El patrimoni històric-cultural d'un país, regió o ciutat, està constituït per tots aquells elements i manifestacions tangibles i intangibles produïdes per les societats, resultat d'un procés històric, que identifica i diferencia aquest país, regió o ciutat. IZQUIERSO CAMARERO, Carmen, i GARRIDO SAMANIEGO, Maria José. *Marketing del patrimonio cultural*. Ediciones Pirámide, Madrid, 2004.

<sup>28</sup> Dalí. Fulletó editat per la Generalitat de Catalunya.

ordenació cronològica o temàtica. El Teatre-Museu Dalí es bastí sobre l'antic Teatre Municipal, obra del segle XIX.

A nivell nacional, topem el Museu Nacional del Teatro, el qual està dedicat en exclusiva a la història de l'activitat escènica d'Espanya. La seva finalitat és exhibir el llegat cultural sobre la creació teatral en totes les seves manifestacions que s'han produït a Espanya des dels seus orígens.

Això ens va despertar la curiositat d'esbrinar quins museus de teatre descobriríem arreu del món. Vam navegar per pàgines web estrangeres i vam trobar museus de teatre (*Theater Museums*), com per exemple el Theater Museum of London<sup>29</sup>. Hem advertit que normalment els museus de teatre poden estar situats en un antic teatre (Shakespeare Globe), en un altre tipus d'edifici o palau (Austrian Theater Museum<sup>30</sup>), o bé dins de la casa d'un escriptor i/o director de teatre (Eduard's Smilgis Museum<sup>31</sup>), tot exhibint col·leccions que mostren (normalment cronològicament) elements materials i documentals de diverses èpoques de la història del teatre d'un país o una regió, o de la vida i obra d'un determinat escriptor i/o director de teatre. Tanmateix, val la pena destacar el Shakespeare Globe<sup>32</sup>, el qual fou fundat pel pioner americà, actor i director, Sam Wanamaker. Shakespeare Globe és l'únic recurs internacional per explorar el treball de Shakespeare, i el teatre per a qui escrivia les seves obres, amb connexions educatives i de *performance*. Conjuntament amb el Globe Theatre Company, Shakespeare's Globe Exhibition i Globe Education cerquen l'experiència i la comprensió internacional de la *performance* de Shakespeare.

---

<sup>29</sup> <http://www.theatremuseum.org.uk/default.php>

<sup>30</sup> <http://www.theatermuseum.at/>

<sup>31</sup> [http://www.muzeji.lv/guide/pages\\_e/edsmilgateatra.html](http://www.muzeji.lv/guide/pages_e/edsmilgateatra.html)

<sup>32</sup> <http://www.shakespeares-globe.org/>

També, tant a nivell nacional com internacional, hem topat amb museus amb fons diversos, on podem trobar, entre altres col·leccions, exposicions temporals o permanents, dedicades a les arts escèniques. Trobem per exemple El Museu de la Civilització de Québec, que amb la col·laboració del Cirque du Soleil i el finançament de Ford de Canadà va apropar als visitants al món del circ a través de l'exposició *Circus Magicus*<sup>33</sup>, que es podia visitar des del 10 de juny de 1998 fins al 12 de març de 2002.

Per una altra banda, hem descobert exposicions sobre les arts escèniques com és el cas de l'exposició "Descobrint el teatre" que ha elaborat L'Escalante, la qual mostrarà l'evolució de l'art escènic. L'exposició exhibeix materials senzills que reproduïxen objectes autèntics del teatre tribal, grecollatí i romà, el teatre medieval, les arts escèniques a l'Europa del 500 i 600, el teatre del 700, l'època teatral entre el 800 i el 900, el teatre de carrer i les posades en escena orientals, africanes i americanes. Es tracta d'una exposició creada per l'artista plàstic, autor i director teatral, Gianni Franceschini i produïda per la companyia italiana *Opera Circus*. Resulta que està prevista la dinamització de la Sala d'Exposicions i futur Museu del Teatre del Centre Teatral Escalante de la Diputació de València<sup>34</sup>.

També, hem topat amb diferents exposicions que organitzen Els Joglars. Entre elles ens ha cridat l'atenció l'exposició *Els Joglars: 40 anys*<sup>35</sup>. Aquesta exposició itinerant, també en versió castellana, de l'Institut del Teatre de Barcelona i del Museu de les Arts Escèniques es va crear fa aproximadament dos anys. Aquesta exposició mostra un recorregut cronològic iniciat el 1962 que segueix les diverses baules que conformen els espectacles successius, per tal de mostrar-los tots d'una manera equivalent i subratllar l'evolució estètica de la companyia i l'ús dels diversos llenguatges teatrals.

---

<sup>33</sup> <http://home.earthlink.net/~exhibitionsonline/id21.html>

<sup>34</sup> <http://sao.dlsi.ua.es/verNoticia.php?id=20050815152250>

<sup>35</sup> <http://www.elsjoglars.com/cast/Actualidad/Actualitat-textexposicio.htm>

Ens adonem que existeixen museus de teatre, exposicions d'arts escèniques, exposicions itinerants sobre l'obra de grups de teatre, però no es troba cap museu que estigui dedicat a un grup de teatre, i menys un museu que transmeti i difongui el llegat d'un grup de teatre català, com seria el cas del museu de Comediants. Arreu del món es coneix, s'admira a *Comediants* i, hi ha molta gent que sent curiositat vers aquest grup de teatre català. O sigui que amb tota seguretat més d'una persona se sentirà atreta a apropar-se a aquest imaginari que albergarà dins d'un Museu Comediants a Canet de Mar.

## 1.4 Orígens i antecedents del projecte cultural

L'origen d'aquest projecte està configurat dels elements que el van motivar al seu inici, mentre que els antecedents plasmaran els aspectes previs que es necessita conèixer sobre el propi projecte o sobre altres semblances per poder definir-lo posteriorment. A continuació, hi ha dos subapartats, un dels quals anomenat "Origen", on identificarem l'origen de la proposta i la participació dels diferents agents en el procés inicial actual. "Antecedents" és l'altre subapartat, on es plasmarà experiències i projectes similars existents.

- **Orígens**

Tenint en compte que potser hi ha hagut altres iniciatives de les quals no es té constància, l'any 2003 es va elaborar un pla estratègic per dinamitzar el municipi i atreure turisme cultural. Dins d'aquest pla es contemplava la necessitat de crear un museu dels Comediants. El grup de treball que es va formar per elaborar aquest projecte estava conscient de la importància del món de creació de *Comediants*, i creia que havia arribat l'hora de crear un museu i difondre el seu llegat. Vaig tenir l'oportunitat de col·laborar durant un cert temps amb aquest grup de treball i, coincidint que estava cursant l'assignatura optativa *Gestió del patrimoni* del pla d'estudis de la Llicenciatura de Humanitats a la UOC, en la qual els alumnes podíem llegir entre dos exercicis, un dels quals ens demanaven crear un museu o un centre d'interpretació, vaig aprofitar l'ocasió per elaborar un petit projecte museològic anomenat "Museu-Vinya Comediants". La Glòria Munilla és la consultora d'aquesta assignatura optativa de la Llicenciatura de Humanitats i fou la qual em va submergir en aquest món fantàstic del patrimoni i, concretament, dels museus.

Dos anys més tard, em vaig veure al final de la carrera de Humanitats. Sabia que volia fer un treball de final de carrera (TFC) que m'especialitzés en el camp de la gestió cultural i, particularment, en la interpretació del patrimoni. Després de mesos

d'incertesa, mitjans d'abril 2005, tot parlant amb el meu company, em va recordar el projecte que havia fet dos anys abans. Se'm va il·luminar la cara de nou. L'endemà vaig parlar amb la Paca Solà i amb en Jordi Colominas del departament de projectes de *Comediants*, els quals em van convidar a venir a la Vinya. Allà ens vam adonar que tenim la mateixa idea i que havia arribat el moment de posar-se mans a l'obra.

- **Antecedents**

*Comediants* ja feia temps que s'estava plantejant la idea de crear un museu on les persones d'arreu del món podrien apropar-se al seu imaginari. De fet, ha elaborat una exposició: "Forats: espiant Comediants" que ha volgut ser una petita prova o tempteig per veure la resposta del públic, les reaccions de les institucions i la seva pròpia capacitat per emprendre un nou repte que significaria la creació i la gestió d'un museu Comediants.

El mes d'agost de 2005 *Comediants* va organitzar l'exposició "Forats: espiant Comediants"<sup>36</sup> que s'inaugurava el dia 10 de setembre del mateix any al Museu de Juguets i Autòmats, col·lecció Mayoral<sup>37</sup>, a Verdú. Aquesta exposició coincidia amb el 25è aniversari de la Fira del Teatre al Carrer de Tàrraga<sup>38</sup>, de la qual *Comediants* fou un dels principals impulsors<sup>39</sup>.

A l'any 2004, el senyor Mayoral va proposar a *Comediants* a elaborar una exposició sobre la seva trajectòria i albergar-la al museu al setembre del 2005, tot fent coincidir el primer any de la inauguració Museu de Juguets i Automàts<sup>40</sup> i el 25è de la Fira de Teatre de Tàrraga.

---

<sup>36</sup><http://www.firatarrega.com/25a/expo.html>

<http://cultura.gencat.net/agenda/fitxa.asp?TEMA=180.%25&paraula1=Forats&paraula2=espiant&paraula3=Comediants&Municipi=Verd%FA&Submit=Cercar&NRegistre=&idregistre=180984>

<sup>37</sup> <http://www.mjoguetsautomats.com/>

<sup>38</sup> <http://www.firatarrega.com/>

<sup>39</sup> <http://www.avui.com/avui/diari/05/set/09/pdf/050909diari039.pdf>

<sup>40</sup> <http://www.mjoguetsautomats.com/>

Abans d'establir els temes de l'exposició se sabia amb quant d'espai i quines característiques tenia la sala d'exposicions del museu. També, es sabia com seria l'escenografia que guardaria els objectes i presentaria els temes als visitants. La Paca Solà i el Jordi Colominas s'imaginaven una sala amb telons. Realment, el visitant es situava sobre un escenari (terra de paquet) i espiava a *Comediants* a través de les grans cortines vermelles que havia d'obrir amb les dues mans.

Seguidament, es va decidir *què* es volia comunicar, tot definit els temes de l'exposició:

- ❖ *Comediants* és un món de creació i s'havia de mostrar quines creacions es produïen i quin era el procés d'elaboració: espectacles, vestuari, maquetes, etc.: “Procés de creació”.
- ❖ *Comediants* ha estat arreu del món, no hi cap altre grup de teatre català que hagi estat a tants llocs del món: “Per tot el món”.
- ❖ També, es volia recordar experiències que van impactar més *Comediants*, com per exemple el seu pas per Andalusia i l'incendi de la Vinya. Aquest tema forma part d' “Una forma de vida”.
- ❖ De tot aquest món forma part la seva pròpia forma de vida. Viure i crear en comunitat: “Una forma de vida”.
- ❖ Es volia transmetre que *Comediants*, a part de realitzar espectacles, entre altres coses, va produir sèries de televisió i pel·lícules: “El món audio-visual de *Comediants*”.

Aleshores, s'havia de fer una representació gràfica. Part de l'equip creatiu estava aleshores a Nova York, des d'on van plasmar les característiques i la divisió de l'espai sobre un plànol.

Cal tenir present que l'equip de treball estava format per diferents professionals, creadors, artistes, dissenyadors gràfics, productors, fusters, electricistes, etc., els quals realitzaren accions simultànies o consecutives per fer realitat aquest projecte.

Una vegada establert *què* es volia comunicar i repartits els temes en els diferents espais de la sala d'exposicions, l'equip creatiu va triar els mitjans i/o recursos (intermediaris) per expressar els diferents missatges. Es va fer un preselecció de fotografies, retalls de premsa, pòsters, maquetes, barrets, vestuari, etc., ja que el món de la creació ve expressat per diferents tipus de materials. També, es comptava amb en Jordi Burbena, el qual col·labora amb *Comediants* des del seus inicis i coneix amb profunditat la seva trajectòria. Després de la fase de preselecció dels diversos materials que havien de transmetre els diferents temes, va escollir els materials més adequats per col·locar-los en els diferents espais de l'exposició.

Hem de tenir present que al mateix temps s'estava fent els plafons, els cartells publicitaris, els mòduls, el parquet de la sala d'exposicions, les invitacions, la roda de premsa, canviant format d'audiovisuals, fent fotocòpies, imprimint fotografies, etc. Trobareu als annexos el dossier de premsa, el full de sala i les mesures de l'entrada a la sala.

Una vegada seleccionat el material, es va empaquetar tot i es va transportar cap a Verdú. Una setmana va durar el muntatge de l'exposició. Primerament, la Meliss Artajo i en Jordi Burbena van repartir els materials als diferents espais anteriorment establerts. A la mà dreta, entrant a la sala d'exposicions, trobàvem cinc mòduls de color negre. El primer mòdul contenia màscares; l'altre tenia un col·lecció de barrets; el tercer mòdul presentava vestuari; el quart mostrava maquetes d'elaborades per a diferents espectacles, i l'últim espai darrera dels telons feia referència als viatges i s'hi podia observar maletes, un globus del món amb banderetes dels llocs que han estat, etc.

A la mà esquerra s'hi trobaven tres altres espais també ocultats darrera de telons que mostraven les diferents etapes de *Comediants*, dividides per llocs on ha viscut i ha creat. L'inici, l'etapa al teatre Villarroel, es trobava al davant del mòdul dedicat als "Viatges". Seguidament, i caminant en direcció a l'accés a la sala, es trobava dos mòduls més, un que representava l'època a la casa del carrer Ample de Canet de Mar (on hi havia una televisió que reproduïa la filmació que mostrava com es feia el sopar i es menjava en grup) i l'altre, l'etapa a La Vinya.



A la paret del costat oposat de l'entrada de la sala d'exposicions, entre els mòduls de la mà dreta (“barrets”, “màscares”, “vestuari”, “maquetes”), i els mòduls de la mà esquerra (“Teatre Villarroel”, “Carrer Ample” i “La Vinya”), hi havia una pantalla gegant. Jordi Fonollà va elaborar un audiovisual que projectava retalls d'escenes d'espectacles. Així, al mateix temps que el públic veia els diferents elements materials i documentals darrera dels telons, podia veure com tot plegat s'havia creat i formava part dels seus espectacles i de la vida en grup.

A la mà esquerra, al mateix costat de l'entrada, hi havia un altre mòdul de color negre amb diferents tipus de documents procedent de l'arxiu de *Comediants*. De fet, el tema “Viatges” venia complementat amb articles i crítiques en diferents idiomes que mostraven els països on ha estat aquest grup de teatre català. A l'altre costat d'aquest mateix mòdul s'hi van afegir diferents documents, fulletons, retalls de diari i una vinyeta que recordava el pas de *Comediants* per Andalusia. I al centre d'aquest espai, hi havia els retalls de premsa que recordaven l'experiència desastrosa de l'incendi de La Vinya. Aquest espai o mòdul reflectia a través de documents com articles, fotografies que acompanyen els articles, fulletons, vinyetes, etc. i el cap-gros d'en Pujol, episodis polèmics, de tristesa, etc. que ha impactat *Comediants* i la societat d'arreu del món.

Més cap a la mà esquerra, s'hi trobava un altre espai ambientat a la mateixa sala d'exposicions on es va mostrar quines sèries de televisió i pel·lícules havia produït *Comediants*. Es van col·locar quatre televisors amb cadires i suport de TV de diferents èpoques i es van aconseguir quatre butaques per ambientar la reproducció de la pel·lícula “Karnabal”<sup>41</sup>.

Per últim, i per un costat, es volia transmetre que actualment *Comediants* pot estar a diversos llocs del món en un mateix instant i realitzant diferents projectes a l'hora. I per una altra banda, es volia comunicar que *Comediants* encara té un munt de projectes per endavant. Aquests temes es van transmetre a través d'auriculars de telèfons d'època que penjaven del sostre al centre de la sala d'exposicions, pels quals es podia escoltar la veu del director, Joan Font.

---

<sup>41</sup> <http://www.gna.es/cinemadirectors/films/mira5.htm>

Es van utilitzar diferents tècniques per presentar i comunicar els missatges amb la finalitat d'apropar el visitant al seu món. Van combinar i identificar els objectes (barrets, cadires, agulles de cosir, sabates, marquis, etc.) amb una etiqueta on s'havia escrit a mà què era, per a quin espectacle es van utilitzar o de quin personatge pertanyien; van enganxar les fotografies, els retalls de premsa, els pòsters i altres documents sobre cartó ploma i els van disposar de tal manera que el visitant podia fer una lectura senzilla i divertida. Per exemple es podia veure diverses fotografies enganxades entre elles i subjectades del sostre del mòdul negre amb fil de pescar que mostraven el procés de realització d'una màscara, la qual es podia contemplar més avall. També, es mostrava plànols tècnics que rodejaven les diferents maquetes. I hi havia un dibuix amb mides i colors que havia de tenir un abric, el qual es va enganxar sobre l'abric en qüestió.

No hem d'oblidar la feina dels electricistes, fusters, etc. que ajudaven a fer realitat totes aquestes presentacions. Per exemple van d'haver de muntar els mòduls de color negre i cercar la manera adequada per il·luminar, i així destacar en la foscor, els diferents tipus de materials com a l'escena.

També, van d'haver de cercar la manera d'elevat el parquet perquè havia de donar la sensació que la sala estigués flotant. A més, s'hi va sumar la instal·lació d'un fluorescent que, a part de fer adonar al visitant que hi havia un escaló, donava pas a un altre món, el món del teatre i, més concretament, la possibilitat d'espitar com és el món de creació de *Comediants*. Amb les descripcions d'aquesta tècnica hem arribat a l'entrada i a la sortida de la sala d'exposicions, emmarcada per un teló obert. A cada costat de l'accés s'hi van col·locar dos panells que eren com dues portes blanques obertes. Al costat dret es reflectia en paraules l'esperit dels inicis de *Comediants*, mentre que a la banda esquerra s'hi podia llegir el nom de l'exposició amb l'anagrama amb el qual s'identifica *Comediants* actualment.

Més enllà, a la recepció del museu, per la paret s'enfilaven pòsters de diferents espectacles de *Comediants*. Als pòsters introduïen al visitant al seu imaginari. La majoria de persones ha vist alguna vegada un pòster o l'anagrama de *Comediants*. Per a moltes persones aquests pòsters i l'anagrama són un referent que comporta tot una simbologia pròpia de *Comediants*.

A la façana del museu també va haver-hi una intervenció. A les finestres hi havia diferents cares de *Comediants* mirant i atraient l'atenció del públic, tot convidant-los a passar, perquè el visitant els pogués espïar.

Val a dir que l'exposició és un èxit. Aquesta experiència ha estat valorat des del Museu de Juguets i Autòmats a Verdú i des de *Comediants* molt positivament. El ressò de l'exposició, coincidint amb el 25è aniversari de la Fira de Teatre de Tàrraga i el primer any de la inauguració del museu, ha estat molt notable. Fins i tot, ha allargat el termini, i el públic podrà visitar l'exposició fins a mitjans gener de 2006. Des del 3 de setembre fins el dia 3 de desembre, 7.730 persones han visitat l'exposició permanent i l'exposició temporal "Forats: espïant Comediants", i 70 persones han visitat només l'exposició temporal. El 70% de les persones que han vingut pel seu compte al museu saben de l'exposició temporal, mentre que la majoria de grups no ho saben. De totes maneres, una vegada clausurada l'exposició s'elaborarà un dossier de premsa. Fins aleshores, haurem d'esperar per poder tenir una valoració global amb dades quantitatives i qualitatives d'aquesta exposició.

També, des de la Diputació de Barcelona s'ha proposat que "Forats: espïant Comediants" sigui una exposició itinerant, tot oferint subvencions aquells municipis que vulguin exhibir l'exposició en la seva localitat per a un termini determinat.

## 1.5 Anàlisi interna de l'organització.

A continuació, presentarem un estudi detallat de l'estat actual de la institució i de l'equip que portarà a terme aquest projecte. Després d'haver analitzat l'entorn o els factors externs, ha arribat el moment de mirar a l'interior de la institució. Aquesta anàlisi interna es divideix en els següents subapartats:

### 1.5.1 La trajectòria de l'organització

*Comediants* sempre ha estat un grup d'artistes dedicat a la creació. En els inicis era una cooperativa.

*“Era l'any 1971, en aquell temps tots érem joves, salvatges, alegres, divertits, bufons, dolços, juganers, entremaliats, i d'altres adverbis d'un grau remarcable. Érem uns poca-vergonyes decidits a fer un teatre amb foc, dinamita, flors, violins, cançons, dolços, vi, cafè i copa.”*<sup>42</sup>

La solució legal cooperativa evolucionà cap a una empresa amb més flexibilitat per a la contractació i iniciativa a títol personal<sup>43</sup>. Actualment, *Comediants* conserva un nucli que és nodrit de “socis” fundadors que es reparteixen en diferents departaments de la productora d'espectacles *Comediants SA*. Hi trobem personal fix i professionals contractats temporalment. D'aquesta manera *Comediants* pot crear i gestionar distints projectes, estar a diversos llocs del món i realitzar diferents projectes al mateix instant<sup>44</sup>. Alguns artistes poden estar preparant la cloenda de l'Expo d'Aishi<sup>45</sup> (Japó) amb

---

<sup>42</sup> Dossier de premsa de l'exposició: “Forats: Espiant Comediants”.

<sup>43</sup> SAUMELL VERGÉS, Mercè. *Tres dècades, tres grups: treball de teorització sobre Els Joglars, Comediants i la Fura dels Baus/Mercè Saumel*. Barcelona: Institut del Teatre, 1990. Manuscrit.

<sup>44</sup> Aquesta informació procedeix d'entrevistes informals amb Jordi Colominas.

<sup>45</sup> <http://www.sgae.es/viewnot/cont.inm?instanceId=1152&tipoId=38&selectedMenu=29>

l'espectacle "ZH20 Somnis d'aigua"<sup>46</sup>; un grup d'actors contractats per l'empresa Elsinor poden estar realitzant l'espectacle "Mil i una nits" a l'auditori de l'Alameda a Jaen; altres poden estar muntant "l'Arbre de la Memòria" a Tàrrega<sup>47</sup>, mentre que en Joan Font està realitzant els assaigs per "Uuuuh!"<sup>48</sup> i altres estan inaugurant l'exposició "Forats: espiant Comediants" a Verdú.

*Comediants*, més allà de ser una societat anònima i una productora d'espectacles, i com hem dit amb anterioritat, és un grup dedicat a la creació. *Comediants* és un col·lectiu format per actors, músics i artistes de tot tipus dedicats per complet al món de la creació. Encara que bàsicament se'l coneix com grup teatral, la veritat és que compta en el seu haver amb una variada producció en els camps més dispars: disseny, discos, llibres<sup>49</sup>, projectes festius, pel·lícules, vestuaris, materials pedagògics o sèries de televisió són algunes de les distintes activitats que l'equip ha anat desenvolupant, ja sigui amb veu pròpia o aliena, amb la seva particular forma d'expressió<sup>50</sup>.

El seu món creatiu ha anat molt més enllà i s'ha endinsat en el terreny del "no efímer" volent deixar senyal o empremta del seu món, de la manera de crear, d'entendre la vida i la relació amb el nostre entorn. Per aquesta raó ha donat llum a equipaments, festival i propostes no teatrals ben diferents que han tingut i tenen una transcendència en la vida cultural i social<sup>51</sup>; per exemple, participa en la recuperació de l'Odeon de Canet de Mar, un espai mític que va donar cabuda a una explotació creativa i participativa que va durar molts anys. Més tard, *Comediants* va engegar en la mateixa població La Vinya, el seu centre de creació i producció. Avui dia, està en ple funcionament i és un punt d'encontre

---

<sup>46</sup> <http://www.bie-paris.org/main/popup.php?p=307>

<sup>47</sup> <http://www.diarisegre.com/especials.html?id=30>

[http://www.firatarrega.com/fotos/dossiers/dossi junycat05\\_doc.doc](http://www.firatarrega.com/fotos/dossiers/dossi junycat05_doc.doc)

<sup>48</sup> Dossier en l'annex

<sup>49</sup> <http://oliba.uoc.es/aureum/ca/s03/t3/087.html>

<sup>50</sup> Dossier de premsa de l'exposició: "Forats: Espiant Comediants".

<sup>51</sup> COMEDIANTS. *Nou Ateneu Santboià, avantprojecte*. (no està publicat)

del món teatral i pedagògic de les arts escèniques i de les tècniques pròpies i específiques del grup<sup>52</sup>.

Des dels seus orígens, *Comediants* ha estat unit al que podria denominar-se l'esperit festiu de l'existència humana. Totes les seves creacions, rituals, cerimònies paganes, populars, religioses o iniciàtiques celebren el pas cíclic dels humans per la Terra. Així doncs, les seves representacions i espectacles van més enllà del fet purament teatral o musical i busquen reactivar les profundes arrels festives que ens cohesionen com espècie i que ens connecten amb la naturalesa de la qual formem part. D'aquesta manera, ha anat desenvolupant un mètode de treball en el qual no existeix cap limitació. Qualsevol lloc pot servir d'escenari (un carrer, una plaça, un barri sencer, un riu, un prat, un escenari de teatre, l'Aqüeducte de Segòvia, l'Estadi Olímpic, l'estació de metro de Times Square o el llac de Banyoles), qualsevol element pot ser objecte de dramatització (un got de llet, un llit, un capgròs...) i qualsevol tipus de llenguatge (mim, *clown*, *commedia dell'arte*, titelles...) pot ser perfectament vàlid per a arribar a l'espectador sense distinció d'edat<sup>53</sup>.

*Comediants* planteja un "teatre dels sentits", un teatre de colors, olors i textures, però també de provocació. La provocació que suposa l'optimisme enfront de certes realitats actuals. La provocació que suposa redescobrir el que és quotidià enfront de la imparable roda del temps. I finalment, la provocació del compromís amb el present, obrir els ulls a la gent perquè torni a veure el món com una meravellosa gran casa de cultura i amistat de la qual tots hem de tenir cura abans que sigui massa tard<sup>54</sup>.

En aquests 33 anys d'existència, ha recorregut mig món amb els seus espectacles. Ha actuat a: Alemanya, Andorra, Austràlia, Àustria, Bèlgica, Brasil, Colòmbia, Costa Rica,

---

<sup>52</sup> Ídem

<sup>53</sup> Dossier de premsa de l'exposició: "Forats: Espiant Comediants".

<sup>54</sup> Ídem.

Xile, Dinamarca, EUA, Emirats Àrabs, Finlàndia, França, Gran Bretanya, Holanda, Irlanda, Islàndia, Itàlia, Japó, Luxemburg, Mèxic, Mònaco, Noruega, Polònia, Portugal, Rússia, San Marino, Suècia, Suïssa, Tunísia, Veneçuela, Iugoslàvia, Xina i Turquia<sup>55</sup>.

Alguns dels espectacles estrenats durant aquests anys han estat: Non Plus Plis, Sol Solet, Alè, La Nit, Dimonis, Sarao de Gala, Mediterrània, El Llibre de les Bèsties, Anthologia, T.E.M.P.U.S., L'Ocell de Mil Colors i L'Arbre de la Memòria<sup>56</sup>.

També, ha dirigit òperes i espectacles musicals com La Flauta Mágica (Gran Teatre del Liceu / Barcelona), Orfeo ed Euridice (Festival de Peralada / Girona) i la Verbena de La Paloma (Festival de Música y Danza de Granada) i els espectacles per a petits, La Petita Flauta Màgica i D'Òpera (Gran Teatre del Liceu / Barcelona).

Seguidament, alguns dels projectes especials en els quals han participat<sup>57</sup>:

- Recuperació del Carnaval de Venècia (organitzat per Maurizio Scaparro) amb tres espectacles de carrer: Tauromachia, Spettacolo del Fuoco i Festa dell'adio. (1980)
- Creació de la Fira de Teatre al Carrer de Tàrrega (1981)
- Inauguració i cloenda del Festival d'Avignon (França) (1983)
- La magia del tiempo. Cavalcada diària de l'Expo'92 a Sevilla (1992)
- Els Genis del Foc. Cerimònia de clausura dels Jocs Olímpics de Barcelona (1992)
- Opera mundi. Um sonho bom. Macro-espectacle a l'Estadi Maracanã de Rio de Janeiro (Brasil) realitzat amb La Fura dels Baus. (1994)
- Los Genios de la vida. Clausura del Festival Iberoamericà de Teatre de Bogotá (Colòmbia). (1996)
- La Pedrera: un edifici en moviment. Espectacle per celebrar el final de las obres de restauració de l'edifici. Barcelona. (1996)

---

<sup>55</sup> Ídem.

<sup>56</sup> Dossier de premsa de l'exposició: "Forats: Espiant Comediants".

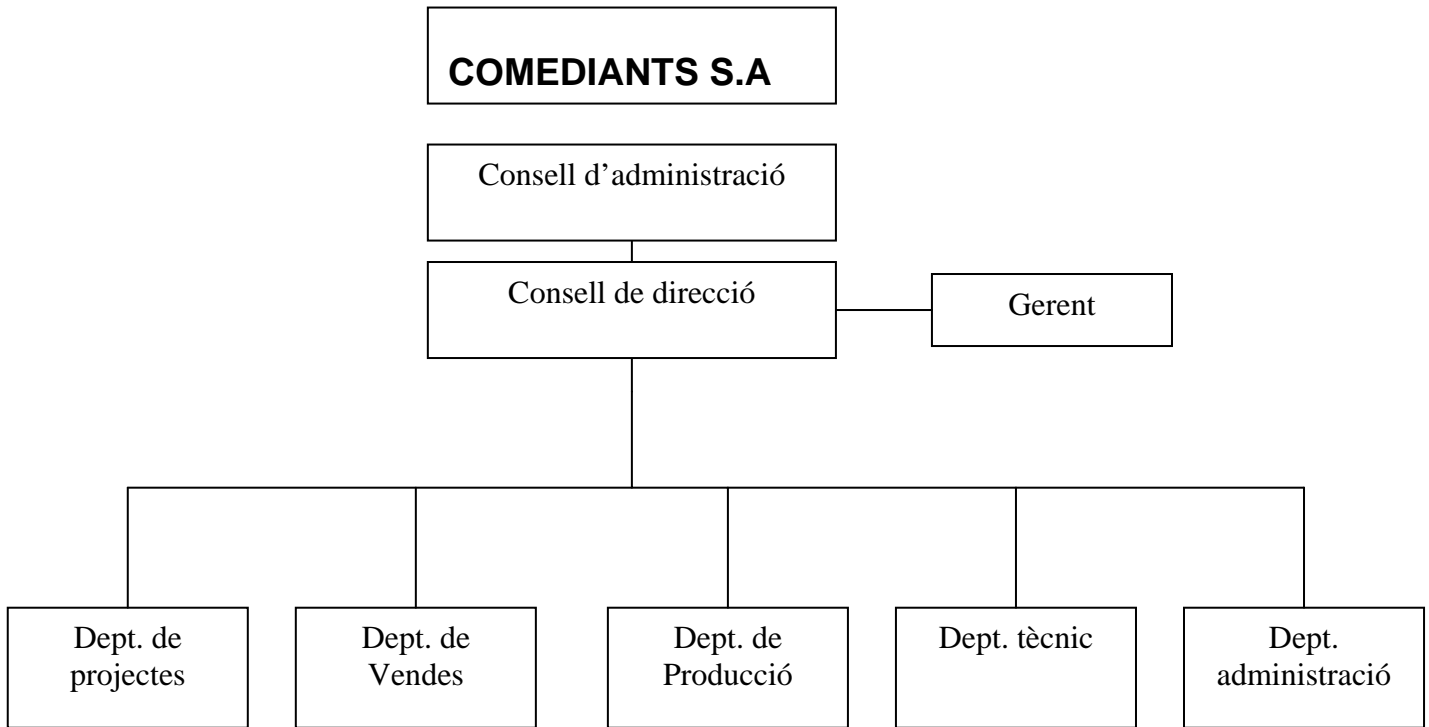
<sup>57</sup> Ídem.

- Cerimònia Inaugural del Campionat Eurobasket'97 al Palau d'Esports de Badalona (1997)
- Espectacle especial per la Commemoració dels Centenaris de Felip II i Carles V a L'Escorial (Madrid) (1998)
- Presentació de ZENIT espectacle especial per a la commemoració del centenari de la S.G.A.E., dins de la III Edició dels premis de la música MIDEM a Cannes (França). (1999)
- 1001 Noites. Macroespectacle de presentació de la Expo'98 a Lisboa (Portugal). (1995)
- Espectacle especial "50 años rodando" amb motiu del 50è. aniversari del Festival Internacional de Cinema de San Sebastián. (2001)
- Inauguració del International Chekhov Theatre Festival de Moscou (Rússia) (2003)
- Cerimònia d'Inauguració dels Campionats Mundials de Natació, Barcelona (2003)
- Neruda, Adelante. 100 años en viaje. Cavalcada d'homenatge a Pablo Neruda a Santiago de Xile. (2004)
- Bleu. Espectacle especial a Tournai (Bèlgica) inclòs en els actes de la capitalitat cultural europea que aquesta ciutat compartia amb Lille (França) (2004)
- Cloenda de la Fira del Llibre de Guadalajara (Mèxic) amb l'espectacle Sarao del Año (2004)
- Cloenda de l'Expo'04 d'Aishi (Japó) amb l'espectacle "ZH20 Somnis d'aigua".



### 1.5.2 L'estructura de l'organització

L' organigrama<sup>58</sup>:



### 1.5.3 Funcionament intern de l'organització<sup>59</sup>

En el departament de Projecte, hi treballen per un costat dues persones que elaboren i reben els encàrrecs dels projectes especials o a mida, i per un altre, els dos directors escènics, Joan Font i Jaume Bernadet, els quals lideren els projectes. Conjuntament, amb un equip creatiu (persones dels diferents departaments i col·laboradors) creen i dissenyen propostes. També, des d'aquest departament es gestionen els projectes (per exemple cerquen els professionals pels diferents espectacles), i també els presenten a les institucions o clients que els han encarregat. A més, porten a terme les tasques pròpies de les relacions públiques, com per exemple la relació amb els mitjans de comunicació.

<sup>58</sup> Aquesta informació procedeix d'un entrevista informal amb Jordi Colominas.

<sup>59</sup> Ídem.

En el departament de vendes hi trobem una persona, la qual comercialitza els projectes de *Comediants*. Sobretot, es preocupa per la venda dels espectacles d'exterior (Dimonis, El Sarau de l'Any, L'Arbre de la Memòria, Elogia de la Bogeria, El Ritual del Conte Enrere i L'Ocell de mil Colors) i dels espectacles d'interiors (Mil i una Nits, Boccato di Cardinale, La Flauta Màgica, Orfeo ed Euridice, La Verbena de la Paloma, i Zenit). La venda dels projectes especials o a mida la porta directament el departament de Projectes.

Als departaments de producció i tècnic hi treballa una persona corresponent a cadascun. El departament de producció dóna forma els projectes. La personal responsable està en contacte amb els proveïdors i cerca els materials, demana les construccions que es requereixen per un espectacle o un altre projecte, la confecció de roba necessària, etc. I el tècnic gestiona als muntatges d'estructures, il·luminació, so, etc. i, també es preocupa pel manteniment dels diferents materials. Aquests dos departaments hi col·laboren un munt de *free lance*.

I al departament d'administració hi treballen tres persones, les quals porten la comptabilitat, els contractes, etc.

A més, *Comediants* compta amb un ampli ventall de col·laboradors.

#### **1.5.4 Els recursos disponibles**

*Comediants* s'ha guanyat un gran reconeixement en el sector cultural tant a nivell nacional com internacional, ja que sempre ha treballat amb serietat, rigor de treball, i a llarg termini. Moltes entitat privada i/o pública han confiat i han deixat en mans de *Comediants* la realització de projectes de molta importància, els quals han estat dissenyats, organitzats, posats en escena i gestionats de manera admirable. Per tant, també cal destacar la bona relació entre les administracions públiques i altres entitats privades. Gràcies aquest bon clima entre diverses entitats públiques i privades, segurament

*Comediants* podrà comptar amb la seva col·laboració, per tal d'obtenir suficients recursos econòmics, humans i infraestructurals per fer front aquest projecte.

*Comediants* compta amb un equip creatiu que dissenya projectes. La seva organització és flexible i àgil, està preparada per emprendre aquest nou repte. A més, *Comediants* també compta amb una certa experiència en l'àmbit de la museologia i en concret, en el món de les exposicions. O sigui que *Comediants* té experiència i compta amb part de l'equip humà necessari, el qual haurà de ser ampliat una vegada existeixi l'exposició i el Museu Comediants.

- **Recursos humans**

Paca Solà i Jordi Colominas del departament de projectes de *Comediants* podran cercar col·laboradors necessaris per iniciar les primers passes i portar a terme aquest projecte. Ràpidament, es necessitarà persones que col·laborin en la gestió d'aquest projecte. Primerament, es necessitarà un persona que faci un inventari dels materials i documentals, la qual podria ser cedida del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

Seguidament, hauria d'haver una altra persona que depengui directament del departament de projectes que col·labori en coordinar aquesta nova proposta. Aquesta persona, entre altres feines, hauria de deixar per escrit, supervisar i avaluar cada detall (missatges, recursos, texts, logotip...) del projecte, i també la feina de cada persona implicada, perquè tot vagi a una i tot quedi lligat al final. Aquesta persona podria ser el futur director del museu.

- **Recursos econòmics**

Els recursos econòmics haurien de sorgir principalment de les administracions públiques, el Ministeri, la Generalitat de Catalunya, la Diputació de Barcelona, el Institut de Teatre, i l'Ajuntament de Canet de Mar. També, podrien col·laborar fundacions de caixes, altres entitats bancàries o empreses.

- **Recursos infraestructurals**

Hi ha dues opcions per obtenir un espai idoni per albergar aquest projecte, perquè l'opció que es proposa en el Pla de Desenvolupament turístic de Canet de Mar, la Fàbrica Carbonell, és poc factible. La Fàbrica Carbonell, d'arquitectura industrial modernista que s'hauria de conservar, és un edifici en ruïnes, i a part és un edifici de poques dimensions. Per tant, o bé es construeix a través dels recursos econòmics un edifici d'obra nova, o bé un entitat privada o pública cedeix un edifici. Si es decidís de construir el museu i l'exposició a Canet de Mar, l'Ajuntament, la qual compta amb un ampli ventall de patrimoni que resulta difícil de mantenir, podria cedir un dels edificis.

Per una altra banda, trobem l'empresa Pulligan que alberga les oficines en un edifici modernista "Fàbrica Jover, Serra y Cia". Les diverses naus de l'empresa Pulligan estan situades al nucli urbà, i l'Ajuntament de Canet de Mar ha demanat a l'empresa que desplaci les seves instal·lacions al polígon industrial d'aquesta mateixa localitat. Es diu que l'Ajuntament està pensant de canviar una nau industrial del polígon industrial per la Fàbrica Jover. De totes maneres, aquest edifici d'arquitectura industrial modernista del 1910 està catalogat, i per tant s'ha de conservar. Seria una proposta beneficiosa si l'empresa Pulligan, o l'Ajuntament de Canet cedissin aquest espai per poder muntar l'exposició permanent i el Museu Comediants.

A través d'aquesta anàlisi interna de la organització podem concloure que *Comediants* està capacitat i motivat per fer un projecte de gran qualitat i vitalitat, però aquest

projecte cultural comporta un gran implicació de mitjans tècnics i econòmics. Sobretot, els recursos econòmics i estructurals haurien de procedir principalment d'algun interlocutor (Generalitat, Diputació, Ajuntament, patrocinadors, premsa, associació, etc.).

Actualment, per tal de poder mesurar l'acceptació d'aquest projecte i, amb quant i amb què es pot comptar, el departament de projectes de *Comediants* ja ha iniciat les primeres passes per donar a conèixer aquest projecte cultural a les diverses institucions públiques i privades.

## 2. Definició del projecte

Arribats en aquest punt, veiem que és l'hora de les grans decisions que donaran forma, sentit i identitat a aquest projecte.

### 2.1 Destinataris

En aquest punt definirem a qui dirigim el projecte. Hem de conèixer el “perfil-tipus” dels destinataris. A l'hora de formular el discurs museològic tindrem en compte el públic. Segurament, hi haurà diferents perfils de visitants que accediran i voldran gaudir de l'exposició.

#### 2.1.1 Idees i passos previs a la definició del “perfil-tipus” dels destinataris de l'exposició permanent

- **La democratització de l'accés a la cultura**

Tothom té el dret d'accedir al patrimoni cultural i natural, així mateix els humans tenen dret a accedir al coneixement i el saber. O sigui que a l'exposició permanent del Museu Comediants hi ha de poder accedir tothom i tothom té el dret d'adquirir el coneixement que es vol emetre des d'aquesta exposició i del museu.

- **Estudis de públic de museu**

Hem de tenir en compte de realitzar estudis no només *a priori* sinó que també *a posteriori*. Un vegada realitzat el muntatge de l'exposició, i de forma constant haurem

d'avaluar el visitant i com aquest percep el valor de la institució i els missatges que emet a través dels diferent canals<sup>60</sup>.

Tothom hauria de poder accedir al patrimoni, però quin públic visita als museus catalans?

A la xarxa hem trobat el monogràfic de *Comportaments i pràctiques culturals dels catalans. Aproximacions des de l'estadística oficial. L' Enquesta de consum i pràctiques culturals. Catalunya 2001* és una activitat estadística oficial incorporada al Pla estadístic de Catalunya 2001-2004 amb l'objectiu de conèixer l'efectiu dels productes i els serveis de caràcter cultural, les pràctiques actives dels catalans relacionades amb la cultura, incloent-hi les activitats durant el lleure, i l'equipament cultural a les llars del nostre país. En aquesta monografia hem de destacar les dades que ens interessin, i és el fet que durant l'any 2001:

“els monuments historicoartístics i els museus són els centres de difusió de la cultura més visitats. Un 41.1% de la població ha visitat algun monument en el darrers dotze mesos, un 39.2% ha anat a un museu i un 35.4% ha assistit a exposicions i galeries d'art. Tot i que el públic és predominant jove, es tracta d'un col·lectiu força intergeneracional o amb nivell d'estudis clarament elevat: el voltant de dues de cada tres persones amb estudis superiors han visitat un monument, un museu o una exposició o galeria d'art en el darrer any. Pel que fa la disposició de temps lliure veiem que un 21.4 % de la població diu que disposa de força temps lliure, un 39.9 % afirma que en tenen suficient i un 38.7% que tenen poc temps. Les activitats més freqüents en aquest temps alliberat de les obligacions quotidianes són: passejar, mirar la televisió i reunir-se amb la família o els amics.” (D.D.A.A (2001) “Comportaments i pràctiques culturals

---

<sup>60</sup> SANTACANA MESTRE, Joan, i SERRAT ANTOLÍ (coord.), Núria. *Museografia didáctica*. Edicions Ariel, Barcelona 2005.

dels catalans. Aproximacions des de l'estadística oficial. L' Enquesta de consum i pràctiques culturals. Catalunya 2001" Institut d'Estadística de Catalunya, pàg. 93-94)

A través de fonts verbals rebudes a la Fira Gran d'enguany, sabem que la gent gran cada vegada participa més en activitats culturals. A més, els museus ocupen un lloc excel·lent per oferir un servei d'educació continuada, la qual pretén que les persones no deixin d'adquirir coneixement quan hagin arribat a una edat determinada.

A Anglaterra també hem llegit que s'ha constatat un augment en les visites de grups familiars en els museus. De fet, el visitant que acudeix al museu amb la seva família constitueix ara un dels objectius principals per als museus i comencen a ser cada vegada més rellevant en els pròxims anys. Es creu que el grup compost per adult i nen que realitzen junts la visita passaran a ser segurament el grup més important a tenir en compte a l'hora d'organitzar mostres, activitats, instal·lacions i texts<sup>61</sup>.

Abans no era freqüent tenir en compte les famílies quan es planificaven les exposicions. Organitzar les exposicions de manera que els pares puguin explicar els continguts als seus fills, o de manera que els nens puguin aprendre d'acord amb les seves característiques físiques i intel·lectuals, s'ha tingut poc en compte. Per exemple en una revista alemanya *Focus Schule*<sup>62</sup> del mes de setembre 05 hi ha un article on es parla sobre els beneficis educatius i personals que ofereixen els museus a les famílies, i sobretot per als nens. El museu pot ser un lloc on es pot veure de prop allò que s'ha estudiat a classe o s'ha llegit en el llibre didàctic. Els museus són una forma d'educació que s'anomena educació informal, la qual pot ser tant o més efectiva que l'educació formal (o acadèmica). Els estudiants poden complementar o ampliar el seu aprenentatge

---

<sup>61</sup> HOOPER-GREENHILL, Eileen. *Los Museos y sus visitantes*. Edicions Trea. Gijón, 1998.

<sup>62</sup> Lehman, Ischta (2005): "Lernfrust oder Lust", *Focus Schule*5, pàg. 18



de forma més divertida o lúdica. Per tant, és una altra forma d'aprenentatge, la qual per a alguns nens pot ser més profit i al mateix temps més motivadora.

En el mateix article de *Focus Schule* del mes de setembre 05 exposa que hi ha estudis pedagògics-psicològics moderns que mostren que a vegades és millor de premiar els fills amb una sortida cultural o lúdica que optar per alguna cosa material per haver aconseguit per exemple una bona nota a matemàtiques. Són millors premis les experiències. Molts pares a Alemanya opten per anar al Zoo o a un museu i compartir amb els seus fills una bona estona tot aprenent d'uns i dels altres. Actualment, no ens hauríem d'oblidar de la importància de compartir estones amb els nostres fills i portar-los a un lloc on pares i fills poden compartir coneixements. Els museus poden ser espais on a part d'establir un vincle d'unir entre pares i fills que beneficien la seva relació, poden ser un lloc idoni per la motivació a voler saber i aprendre.

Generalment, els grups escolars són el grup educatiu més nombrós d'usuaris del museu. Les visites escolars han augmentat considerablement en alguns museus d'Anglaterra, després de la implantació de programes educatius a escala nacional<sup>63</sup>. A Catalunya, quasi tots els museus compten amb programes escolars.

També, un públic a tenir en compte són les persones amb discapacitat. A la conferència titulada "Museus sense barreres" organitzada per la Fondation de France i ICOM, es va apuntar que aproximadament una de cada deu persones que constitueix la població europea presenta una discapacitat. A Gran Bretanya, en els últims anys, els museus i les galeries d'art han augmentat el seu coneixement sobre les necessitats de les persones amb discapacitat, després del treball d'una sèrie d'organismes (El Comité de Investigació sobre Art i persones amb discapacitat i el Carnegie United Kingdom Trust,

---

<sup>63</sup> HOOPER-GREENHILL, Eilean. *Los Museos y sus visitantes*. Edicions Trea. Gijón, 1998.

la Comissió de museus i Galerie, Equal Arts, i l'associació de Museus i galeries per persones amb discapacitat)<sup>64</sup>.

També, se sap que encara existeixen profundes barreres psicològiques relatives a la participació de les arts, molta gent encara creu que els museus són lloc austers, prohibits, llunyans i semblants a les esglésies. Encara hi ha una part important de la societat que queda per captar<sup>65</sup>.

- **Els públics trobats a les exposicions visitades**

Per conèixer quins són els principals grups d'usuari dels museus i en concret de les exposicions vam visitar diferents museus escollits prèviament que ens podien interessar per la tipologia de la seva exposició. Aquestes observacions dutes a terme a les exposicions i botigues de diferents museus no es poden valorar com a estudis de públic, ja que manca una metodologia a seguir.

Vam visitar el Museu del Joguet de Catalunya a Figueres, el Teatre-Museu de Dalí a Figueres, el Museu del Cinema a Girona, el Cosmocaixa, el Museu de Juguets i Autòmats, la col·lecció Mayoral<sup>66</sup> a Verdú, i l'exposició temporal "Forats: espiant Comediants" al Museu de Juguets i Autòmats.

**El Museu del Joguet de Catalunya a Figueres** vam visitar un dimarts al matí mitjan juny de 2005. Lamentablement, no hi havia ningú visitant la col·lecció. A la botiga hi havia rèpliques de joguines d'època, llapis i bolígrafs, pòsters, etc. Eren objectes que recordaven la visita al museu que podria interessar a un públic general.

---

<sup>64</sup> Ídem.

<sup>65</sup> Ídem.

<sup>66</sup> <http://www.mjoguetsautomats.com/index.php?pagina=1&language=1>

El mateix dia, cap al migdia vam visitar el **Teatre-Museu de Dalí a Figueres**. Hi predominava turistes estrangers. Era un públic molt abundant on destacava el turista francès i persones de mitjana edat i gent gran. A la botiga vam trobar una gran varietat d'objectes: gots, joies, bolígrafs, postals, fotografies, pòsters, davantals, llibres sobre Dalí i altres. Aquests objectes estaven destinats més aviat al públic adult.

Al mes de febrer i un dissabte a la tarda vam visitar el **Museu del Cinema a Girona**. Al museu no abundava el públic. Principalment observàvem parelles joves i parelles de turistes francesos de mitjana edat. També, hi havia un pare amb el seu fill d'uns 9 anys, grups de mares que acompanyaven els seus fills de més o menys 4-6 anys, i alguna parella de pares amb un o dos fills d'uns 4-8 anys. A la botiga també hi havia objectes per a tots els gustos, però hi predominava objectes per a adults.

Al **Cosmocaixa** vam anar dues vegades. La primera vegada fa ser un dissabte al matí de mitjan juny d'enguany. Hi havia grups infantils (segurament de casals) entre una edat de 7-12 anys. Aquests nens anaven d'un costat a l'altre de la gran sala tocant botons aquí i allà sense saber que estaven fent, mentre que alguns monitors que acompanyaven aquests grups infantils estaven rodejats de petits grups i ensenyaven com funcionaven els interactius i explicaven el que pretenien mostrar o comunicar els diferents experiments a través de les tècniques interactives. Entremig d'aquests grups veiem famílies principalment amb nens que anaven avançant a poc a poc.

La segona visita al Cosmocaixa va tenir lloc vers les quatre de la tarda d'un dimecres de mitjan agost d'aquest any 2005. Hi havia un varietat de públic: parelles i famílies de turistes estrangers, famílies o grups de mares catalanes amb nens, i alguna persona individual de mitjana edat.

El Cosmocaixa té altres dues sales d'exposicions on només hi poden accedir nens d'edats determinades acompanyats d'algun adult. A través del vidre (no et deixen accedir si no acompanyes un nen) advertíem que la majoria de nens anaven acompanyats per la parella de pares.

Aquest museu de la ciència dirigeix les seves exposicions (i activitats) a un ampli públic. Tanmateix, i quant a les exposicions, divideix el seu públic per edats i ofereix una sala per a cada segment. És a dir que al museu trobem la Sala Matèria, el bosc inundat, el mur geològic i l'espai dedicat a exposicions temporals. Són espais que estan pensats principalment per a un públic d'edat dels 10 anys en amunt. Al pis -2 trobem les sales Clik i Flash entre altres espais com la sala de conferències, el planetari bombolla i el Jardí d'Arquimedes. L'exposició de la sala Clik és accessible només per a nens de 3-6 anys, mentre la sala Flash presenta una exposició pensada per a nens d'entre 7 a 9 anys.

A la botiga, o millor dit, a la llibreria Laie trobem molts objectes dirigits a dos públics, els quals podrien interessar a aquell tipus de visitants que es vulguin endur un record de la visita. Hi trobem objectes com bolígrafs, rellotges, gomes d'esborrar, etc. per a qui ha visitat la sales d'exposició. Però, si hi aprofundim, podem advertir que aquell que vulgui, sobretot el públic adult, pot ampliar els seus coneixements sobre un tema determinat que li ha despertat curiositat al llarg de la visita arran a l'exposició del museu, atès que trobarà llibres específics de ciència o sobre ciència. I per un altre costat trobem jocs per a nens. Principalment, són jocs d'experimentació que volen aprofundir en l'aprenentatge sobre diferents temes tractats en el museu.

Vam accedir al **Museu de Joguets i Autòmats, col·lecció Mayoral a Verdú** un dilluns al matí, el dia festiu del museu i, per tant no podíem observar el públic que visitava el museu. Però segons fonts internes del museu sabem que principalment els visitants del museu són grups de gent gran al llarg dels cinc dies laborals de la setmana, mentre que el cap de setmana hi acudeixen més aviat famílies amb nens. Aquest mateix públic

també visitava l'exposició temporal "Forats: espiant Comediants". A la botiga el museu es trobem joguines i autòmats de l'època, jocs de fusta, postals, cartes, olis de la comarca, etc. S'hi trobem objectes originals per a grans i petits.

### 2.1.2 "Perfil-típus" dels destinataris de l'exposició permanent

Partint del fet que tothom té el dret d'accedir a l'exposició i tothom té el dret d'adquirir el coneixement que es vol emetre des d'aquesta exposició i del museu, proposem una exposició tenint en compte que cada persona té diferents formes d'aprenentatge. Hi ha qui aprèn a través de imatges, o sigui veient, altres que aprenen escoltant i altres aprenen fent coses. Aquesta classificació es coneix com VAC<sup>67</sup>.

- V visual
- A auditiu
- C cinestesi *learning by doing*

En conseqüència, necessitarem diferents mitjans que motivin a diferents tipus de persones segons la seva forma d'aprenentatge. Sobretot, quan parlem d'aprenentatge, significa que el missatge emès ha estat rebut pel visitant, el qual l'ha entès i, per tant après i obtingut un enriquiment personal. Ningú hauria de sortir de l'exposició sense haver-se sentit receptor, partícip i que hagi après alguna cosa.

Volem provocar una reacció al visitant. I perquè la seva visita sigui realment inoblidable, hem d'anar més lluny. I per la participació en el curs d'estiu "Interactivitat i museus. El diàleg amb el visitant" sabem que els principals objectius del visitant a l'hora de visitar una exposició són passar un bona estona, i després aprendre.

Sens cap dubte, els diferents perfils de visitants potencials que procediran de països de la societat occidental, abans la societat de la informació, i que ara s'anomena la societat

---

<sup>67</sup> Curs d'estiu "Interactivitat i museus. El diàleg amb el visitant". Els Juliol de la UB de 2006.

de somni, comencen a moure's per altres motivacions, tot cercant altres experiències. En diferents estudis turístics es parla de les 3 "e" o també es sent a parlar del turista somniador. La societat de somni és un gran consumidor d'aventures on intervenen els 3 factors següents: emoció (intel·ligència emocional), risc-desafiament i triomf. També, no deixen de cercar l'esport, la cultura, la fauna i la flora, i amor. Podem parlar que el turista cerca confort físic i psíquic. Aleshores, es diu que els creadors de paquets turístics o culturals, han de ser creadors de històries. L'exposició permanent del Museu Comediants és l'imaginari de Comediants on el visitant gaudirà, s'emocionerà, participarà..., no deixarà de sentir estímuls que li faran viure una realitat.

**“Calen emocions per comprendre la realitat”, Jorge Wagensberg”<sup>68</sup>**

- **Visitants adults**

Després d'haver llegit el monogràfic de *Comportaments i pràctiques culturals dels catalans Aproximacions des de l'estadística oficial*, ens imaginem una persona (tenint en compte que, segons altres estudis, més aviat serà dona, ja que les dones són les més interessades pel camp de la cultura) de mitjana-edat, la qual decideix personalment visitar un museu (no és un públic captiu). A més, podem dir que podria ser una persona d'un nivell d'estudis superior i amb uns ingressos mitjans-alts perquè si tenim en compte les necessitats, ens adonem que els humans tenim prioritats a satisfer abans que es produeixi un interès cultural o curiositat intel·lectual (tenint en compte que la regla confirma la norma).

Aquest tipus de públic, en la seva majoria visitarà l'exposició els caps de setmana, ja que és quan disposa de més temps lliure. Segurament, estarà acompanyat d'una altra persona. Per un costat, aquests visitants podran visitar l'exposició pel seu compte, però s'intentarà de tenir alguna persona a la sala, la qual, a part de vigilar, atindrà les

---

<sup>68</sup> Jorge Wagensberg va formular aquesta oració al curs d'estiu "Interactivitat i museus. El diàleg amb el visitant".

preguntes, motivarà a la participació (sempre i quan aquestes persones ho vulguin), els sorprendrà explicant-los anècdotes que podrien ser perfectament comparables amb la realitat del visitant a qui es dirigeix. Per exemple, quan els membres del grup van anar a viure a la casa del carrer Ample de Canet de Mar van convidar els pares a la festa d'inauguració. Hi havia uns pares d'un noi que venien d'Aragó i parlaven en castellà, els quals estaven conversant amb uns altres pares d'una noia que venien de Vic. A l'hora de parlar de què treballaven els pares d'uns i dels altres, els pares de la noia de Vic van dir que 'roba' (en castellà, *ropa*). Els pares del noi d'Aragó van quedar estupefactes perquè pensaven que els pares d'aquella noia de Vic robaven.

També, el monitor de sala farà que els visitants s'adonin de situacions de la vida quotidiana del grup com per exemple que *Comediants* era una gran família i els diners es guardaven en una caixa. De vegades aquests diners eren repartits perquè cadascú es pogués comprar allò que volgués.

Els monitors de sala haurien de parlar diferents idiomes. A més, hauria d'observar els moviments i l'actitud del visitant vers l'exposició i escoltarà els comentaris. D'aquesta manera es obtindrà un estudi de públic que servirà per millorar l'exposició i el servei de monitor de sala. O fins i tot per captar una necessitat que es podria cobrir amb activitats complementàries.

Per captar l'atenció d'aquest públic, també hem de cercar la manera d'emocionar-lo. L'emoció queda en el record de les persones. Per exemple, i a part de recordar que *Comediants* sempre s'ha implicat amb el poble de Canet, la qual cosa mereix un reconeixement, una persona adulta canetenca s'emocionaria de veure una fotografia o diverses fotografies d'esdeveniments ocorreguts a Canet on es pogués veure el poble, la gent i *Comediants*. Més d'una vegada ha organitzat el Carnaval, la Festa Major, una festa a La Vinya, etc. També col·labora amb la Plataforma Odeon de Canet i, també fa uns anys, que va organitzar una festa per celebrar la cloenda de l'Àlbum de cromos "M'agrada Canet". *Comediants* sempre s'ha implicat molt amb el poble, i això pot

advertir a través de diferents fonts documentals, però principalment hi ha moltíssimes fotografies.

Hi ha moltes estratègies per apassionar i emocionar el públic, però hem de tenir present que el visitant hauria de tenir la possibilitat de poder llegir i escoltar els diferents missatges de l'exposició en diferents idiomes.

L'exposició hauria de presentar els textos, panells d'informació, etiquetes, audiovisuals, *reading points*, etc. en diferents idiomes, i com a mínim en català, castellà i anglès. Però realment, presentar tots els textos de cada element o recurs en diferent idioma podria carregar massa l'exposició i fatigar el visitant. De fet, hi ha diferents mitjans, com per exemple una guia de l'exposició, o mecanisme com per exemple PDA que ofereix les explicacions sobre l'exposició en diferents llengües. No obstant, hem d'explicar que, actualment, els PDA són substituïts pels telèfons mòbils, per on es pot escoltar l'explicació de l'exposició en diferents idiomes, triant el que es vulgui saber, una explicació més profunda o superficial, la bibliografia...; fins i tot es pot rebre la informació per mail i imprimir-la a casa tranquil·lament<sup>69</sup>.

Una altra opció seria distribuir bancs amb aparells d'àudio amb altaveus incorporats o amb auriculars per on es reproduís informació. A part de poder descansar, hi hauria d'haver el mode (pantalla tàctil) de poder seleccionar l'idioma en el qual es vol escoltar una informació determinada o dels temes que rodegen el visitant. O també, pot haver-hi audioguies transportables on el visitant podria escollir l'idioma.

De totes maneres s'intentarà que els diferents recursos museogràfics (mitjans per comunicar un missatge) puguin ser entesos per un ampli horitzó de públic. De vegades

---

<sup>69</sup> Curs d'estiu "Interactivitat i museus. El diàleg amb el visitant"



val més una imatge que mil paraules. No obstant, entrarem amb més detall sobre els recursos de l'exposició en l'apartat següent d'aquest projecte.

En l'apartat 2.5 (Activitats) trobareu la informació referent a les possibles activitats específiques arran de l'exposició que pretenen captar i satisfer les necessitats d'aquest segment de públic

- **Visitants joves**

Segons un article de la Vanguardia del diumenge 13 de novembre 2005, els visitants joves que visiten museus de manera no captiva, són els joves procedents de l'estranger. Però, no tenim cap mena de dubte que a l'exposició també hi acudirà un públic jove nacional. Aquest públic compta amb recursos econòmics i, entre moltes altres ofertes culturals, escollirà molt probablement visitar l'exposició permanent del Museu Comediants fascinat pel món del teatre o les arts escèniques.

Aquest tipus de públic en la seva majoria visitarà l'exposició els caps de setmana, ja que és quan disposa de més temps lliure. Segurament, estarà acompanyat d'un o varies persones. Per un costat, aquests visitants podran acudir a l'exposició pel seu compte, però s'intentarà de tenir alguna persona a la sala (monitor de sala), la qual, entre altres funcions que ja hem mencionat anteriorment, atindrà qüestions, dialogarà, mostrarà com funcionen els interactius, els sorprendrà explicant-los anècdotes que no són tan llunyanes a la realitat del visitant, com per exemple que a la casa del carrer Ample cada dia li tocava a un membre del grup preparar un àpat. Curiosament, quan li tocava cuinar a Joan Font ningú sabia per on parava. I quan feia el menjar sempre hi havia meló amb pernil.

També, el monitor de sala els farà donar de situacions; per exemple, que viure i treballar en comú és molt difícil i complicat.

Entre altres elements o recursos que puguin emocionar una persona jove, hi ha un sentiment que transmet *Comediants* que de fet pot contagiar a gent gran i petits. No obstant, el públic jove és més receptiu, no té tantes barreres psicològiques (com per exemple la quantitat de responsabilitats). El món adult està ple de responsabilitats on moltes vegades es reprimeixen sentiments. *Comediants* provoca a la gent perquè sentin certs aspectes i s'atreveixin a fer encara que sigui per un instant allò que a una persona li fa il·lusió. Captar aquest sentiment és molt emocionant! Aquesta sensació de vitalitat et toca tant el cor que queda present i, de tant en tant, te'n recordes i cerques la manera de tornar-la a sentir.

En l'apartat 2.5 (Activitats) trobareu la informació referent a les possibles activitats específiques arran de l'exposició que pretenen captar i satisfer les necessitats d'aquest segment de públic.

- **Persones amb discapacitat**

A tothora hem de tenir en compte l'accessibilitat tant horitzontal com vertical de l'edifici, de l'exposició i dels recursos museogràfics de l'exposició, de manera que hi pugui accedir tothom per igual. Hem de constatar que moltes vegades les adaptacions d'espais per gent amb mobilitat reduïda resulten ser beneficioses per a tothom.

Tanmateix, no només hi ha persones amb discapacitat física, sinó que també hem de tenir en compte persones amb discapacitat psíquica. La majoria de vegades aquest segment de la població ve acompanyat. També, serà un públic potencial que segurament visitarà l'exposició el cap de setmana. Els dos monitors de sala (monitor per a adults i joves, i monitor per a famílies) ajudaran a introduir aquest perfil tipus de destinataris a l'exposició. Moltes vegades, i gràcies als acompanyants, sabrem quina capacitat física i psíquica presenten. En conseqüència, els monitors de sala podran adaptar el mètode participatiu o persuasiu per submergir-los en l'exposició. Per exemple, si és una persona amb discapacitat física sentada en cadira de rodes i presenten només mobilitat del tronc

en amunt, haurem de motivar la persona a fer anar les mans i el cap. O si hi ha una persona asseguda en una cadira de rodes, però que no es pot moure i només pot veure, oïr, escoltar i sentir (tacte), aleshores haurem de motivar aquests sentits, la qual cosa seria una experiència emocionant.

Els monitors de sala també observaran per poder conèixer millor aquest segment de públic i adaptar els serveis i productes a les seves necessitats.

En l'apartat 2.5 (Activitats) trobareu la informació referent a les propostes per a grups de persones amb discapacitat.

- **Grups familiars**

Anteriorment, ja hem apuntat que aquest segment de públic és cada vegada més present en els museus. Tenint en compte que serà un públic que visitarà l'exposició el cap de setmana (i possiblement dissabtes o el diumenge al matí): Volem que pares i fills s'ho passin bé i comparteixin junts l'experiència, i per tant hi ha d'haver un altre monitor de sala que dirigirà aquest segment. També, observarà els moviments i l'actitud dels visitants vers l'exposició i escoltarà els comentaris. A través d'aquesta avaluació és podrà millorar.

El monitor de sala principalment aproparà les famílies a aquest món, convidant els nens a fer anar els interactius amb l'ajuda dels pares, despertant-los curiositat, com per exemple senyalant (o dient què tenim a qui, hi ha alguna cosa a dintre?) una maleta de *Comediants* amb un forat per on l'infant ha d'introduir una mà i descobrir d'aquesta manera el que hi ha a dintre. També, es pot cantar per exemple la cançó del "Sol solet" perquè pares i nens puguin relacionar el sol de *Comediants* amb aquesta cançó popular catalana, la qual cosa fa que s'adonin que els diferents elements exposats de *Comediants* són propers al món que coneixen. De fet, *Comediants* reinterpreta històries, llegendes...

Segurament, hi haurà famílies estrangeres, a les quals haurem d'explicar (interpretar) totes aquestes informacions. Per tant, poder comptar amb un monitor de sala que parli diferents idiomes és molt important.

Per famílies d'arreu del món no seria emocionant viure una part de l'espectacle de *Comediants* de la cloenda dels Jocs Olímpics 92? Avui dia, els Jocs Olímpics 92 són un referent per a molts països a l'hora d'organitzar els Jocs Olímpics d'una ciutat en concret. Fou un esdeveniment molt apassionant viscut arreu del món. Els pares podrien reviure d'una manera especial aquesta experiència i transmetre aquesta emoció als seus fills.

En l'apartat 2.5 (Activitats) trobareu la informació referent a les possibles activitats específiques arran de l'exposició que pretenen captar i satisfer les necessitats d'aquest segment de públic.

- **Grups escolars**

Principalment, hem de dir que els nens (el futur) han de conèixer el patrimoni perquè el relacionin amb la seva realitat, el respectin, l'estimin, el preservin i el guardin en la memòria. Aquest segment de públic és molt important per diversos raons. Per un costat transmeten informació (boca a boca o boca a orella), tot explicant la seva experiència viscuda al museu, a pares, avis, tiets, veïns o amics. Segurament, el nen tornarà a visitar el museu amb algun familiar (mirin Grups familiars) o amic, o repetirà la visita un altre any amb l'escola o institut. A part, és un segment que visitarà l'exposició durant la setmana i durant els mesos de tardor, hivern i primavera. Així, el museu també tindrà públic durant la setmana.

Aquest segment de públic pot passar per moltes experiències on es pot emocionar per exemple entrar en una espècie de túnel on hi hagués diverses projeccions sobre

*videowalls* i al mateix temps hi hagi un muntatge sonor i d'olfacte. Més endavant, en l'apartat de Contingut explicarem més concretament en què consisteix aquest recurs museogràfic.

Podrem elaborar programes escolars especials segons els nivells escolars, la matèria didàctica, o les demandes particulars, etc. A l'apartat 2.5 (Activitats) trobareu la informació referent a les diferents propostes per a grups escolars.

- **Grups organitzats**

Ens podem trobar amb grups formats per gent gran, grups procedents d'associacions o fundacions i grups turístics.

Els grups organitzats que porten **gent gran** visitaran l'exposició durant la setmana, i principalment durant els mesos de tardor, hivern i primavera. D'aquesta manera rebrem un públic durant la setmana. Per a aquests grups no s'organitzen visites a l'estiu perquè a la gent gran no els agrada desplaçar-se en aquesta època de l'any. En conseqüència, a l'estiu tindrem més disponibilitat per a grups turístics.

Normalment, aquest tipus de públic no requereix una visita comentada, ja que la majoria d'aquestes persones tenen altres motivacions, com per exemple anar a menjar i ballar a algun restaurant. Per això, i perquè tots s'enduguin una bona experiència, el millor és disposar d'un monitor de sala que atengui les diferents preguntes i que motivi i faci participar a tothom. La gent gran, i sobretot els que han viscut a Catalunya, coneix *Comediants* i els recorda perquè van donar molt a parlar, entre altres coses, el moment que van decidir anar a viure en comunitat. Aleshores, la gent gran sent una gran curiositat, i fins i tot emoció, de com vivien i del que feien tots junts en un casa. Doncs, per què no donar una mica de gràcia per atraure l'atenció d'aquest segment de públic?

Els grups procedents **d'associacions i fundacions** acudirán al museu durant el cap de setmana. Per tant, cal establir horaris perquè no hi hagi una aglomeració de visitants. De totes maneres són grups que demanen una visita guiada. Per tant, hem de mirar de oferir vistes comentades, les quals intentarem realitzar a les hores de menys afluència. Hem de tenir també en compte que normalment es tracta d'un públic expert i, a conseqüència, hem de realitzar una visita especialitzada.

Els **grups turístics** poden estar formats per turistes nacionals i internacionals. Aquests grups visitaran el museu durant la setmana en els mesos de tardor, hivern, i primavera, i a l'estiu hi poden accedir tots els dies i preferiblement al matí. Normalment, durant els mesos d'estiu a la tarda accedeixen famílies, persones adultes o joves amb parella o individuals als museus; per això és preferible que els grups turístics vinguin al matí per veure l'exposició permanent.

Els grups turístics demanen visites guiades i per poder oferir-les, és necessari disposar de persones amb bons coneixements d'idiomes. Probablement, la majoria de persones que formen els grups turístics no sabran gaire cosa sobre *Comediants*. En conseqüència, hem de realitzar una visita comentada que els submergeixi en aquest món. Quan es pugui haurem de comentar temes que tinguin a veure o estableixin alguna relació amb la realitat de la qual procedeixin. Per exemple, al més segur és que siguin visitants d'algun país on ha estat *Comediants*. Les persones quan vegin que *Comediants* ha estat al seu país, d'alguna manera casa seva, es posarien contents i orgullosos (sentiran diferents emocions). D'aquesta manera s'aconseguirà la seva atenció, i atendrien a les explicacions i participarien en l'exposició amb il·lusió.

No obstant, en l'apartat 2.5 (Activitats) trobareu més informació referent a diverses propostes per a grups de gent gran, grups d'associacions i fundacions, i grups turístics.

## 2.2 Contingut

Seguidament, exposarem una descripció detallada del tema en el qual es basa aquest projecte cultural. O sigui que especificarem el discurs museogràfic on identificarem els temes de l'exposició i possibles maneres d'apropar aquestes idees al futur visitant.

- **Unes paraules prèvies**

En un principi, tota exposició mostra i explica alguna cosa. Aquests temes poden ser extraordinàriament diversos. En qualsevol cas al voltant dels diferents objectes de l'exposició s'articulen orientacions, explicacions o, fins i tot, interpretacions.

*Comediants* no tan sols ha fet només teatre, també ha creat i ha col·laborat en molts altres projectes. Ha estat actiu en diferents camps: escènic, disseny, televisió i cinematogràfic, literari, cultura, educació, publicitari, etc. A més, ha tocat diferents registres: òpera, teatre, teatre al carrer, etc. Per tant, els objectes i els altres materials que s'exhibeixen han de ser explicats a través de diferents sabers que s'ha generat al voltant d'aquests.

Si un dels objectius de l'exposició és comunicar continguts i sabers arran de *Comediants*, la planificació i el disseny s'han de realitzar tenint en compte aquest objectiu. El resultat serà una exposició comprensible i congruent<sup>70</sup>.

La feina del museògraf és intervenir per fer accessible i comprensible aquests objectes de coneixement als diversos destinataris. Els destinataris són els usuaris últims de

---

<sup>70</sup> SANTACANA MESTRE, Joan, i SERRAT ANTOLÍ (coord.), Núria. *Museografía didáctica*. Edicions Ariel, Barcelona 2005.

l'exposició i ells són els que condicionen el llenguatge expositiu i els recursos museogràfics. En el nostre cas, hi ha museògrafs, però sobretot som un equip de treball de diverses persones de diferents camps del saber que hem intentat de realitzar aquesta feina. No obstant, opinem que una vegada que haguem definit els missatges que volem que rebí el futur visitant i haver seleccionat una sèrie de mitjans que emetran els missatges en qüestió, haurem de cercar receptors que seran visitants potencials procedents dels diferents segments de públic definits en l'apartat anterior. Aquests avaluaran els missatges i recursos. D'aquesta manera avaluarem si els missatges escollits són entesos, i també si els recursos museogràfics elegits per explicar els missatges són els més adequats per comunicar determinats temes.

A igual a qualsevol museu, una de les funcions prioritàries del Museu Comediants serà desenvolupar una exposició on és necessari presentar els objectes i altres recursos expositius d'una forma racional i clara. Com a conseqüència d'això, els recursos seran variats i van des de la contextualització dels objectes, passant per la comparació o la seva immersió en un món fictici de sensacions sonores i visuals. Les diferents tècniques expositives, tangibles i intangibles, escollides volen submergir el visitant en l'imaginari de *Comediants*.

L'evolució de formes expositives és complexa encara que ho podem sintetitzar en els següents passos, tot seguint a Gombrich, tal com el cita els autors en el llibre de "Museografía didáctica":

“en un principi, hi havia la simple contemplació dels objectes valuosos en temples i palaus que impressionaven i produïen un autèntic plaer en el visitant; en una etapa posterior, els objectes s'exposaven buscant finalitats didàctiques, per la qual cosa es feia necessari selecciona els objectes. Finalment, en una tercera etapa que s'ha denominat, potser despectivament, exposició-espectacle i no és altra cosa que el resultat de la col·laboració entre professionals d'àmbits



molt distints, que van des de l'escenografia, a l'aparadorisme (en castellà, *escaparatismo*), la didàctica o el marketing<sup>71</sup>.”

Més aviat, trobaríem l'exposició permanent del Museu Comediants en aquesta última etapa. A més, l'exposició permanent que presentem a continuació vol sobretot emocionar, però també compta amb molts ingredients didàctics i lúdics.

No és tant estrany, però una vegada elaborat una possible exposició permanent, ha sorgit una altra idea que potser seria més prometedora i més propera aquest tipus d'exposició, exposició-espectacle. Hem pensat en la possibilitat de muntar els missatges i els recursos museogràfics sobre un seguit de carrosses, de tal manera que l'exposició seria un cavalcada. Els visitants podrien pujar i baixar de les diferents carrosses (s'ha de pensar en disposar de rampes), i al mateix temps, optar per caminar pel seu voltant. Cada carrossa podria estar dedicada a un tema. Per exemple el tema “**Arreu del món amb treball de camp**” podria estar representat amb la Carrossa-maleta de Vacances de la Cavalcada “Magia del Tiempo” a Expo'92 de Sevilla. Tanmateix, els laterals de la maleta comptarien amb unes persianes que baixarien per dur a terme una projecció. Els visitants podrien entrar dins d'aquesta maleta on descobririen els diferents llocs on ha estat *Comediants* i on ha estat treballant amb la comunitat receptora. De totes maneres aquest tema i del recurs museogràfic (la projecció) en parlarem més endavant.

Aquestes carrosses vistes des de fora serien aparadors dels diferents temes, i un espectacle que es podria viure des dintre i veure des de l'exterior. Tothom participaria en aquest cavalcada.

---

<sup>71</sup> SANTACANA MESTRE, Joan, i SERRAT ANTOLÍ (coord.), Núria. *Museografia didáctica*. Edicions Ariel, Barcelona 2005.

No obstant, hem volgut aprofundir en la paraula aparador, i hem cercat a la xarxa, on notem que als Estats Units existeixen museus aparador. Un exemple de *Showcase Museum* és The Sports Immortable Showcase Museu<sup>72</sup>. Hem escollit aquest museu perquè és possible de realitzar una visita virtual, i així veure el muntatge de l'exposició. En aquest tipus d'exposició es mostra els objectes de manera més o menys atractiva al visitant com si els volguessin vendre. I d'alguna manera és així mateix. Al cap i a la fi, actualment la majoria de museus són gestionats de manera empresarial en un mercat on regna l'oferta, la demanda i la competència.

- **Metodologia**

La determinació d'uns principis relatius al missatge expositiu implica qüestionar-se quin és el missatge que es vol transmetre, quina visió es mostra sobre el mateix, quina interpretació sobre els continguts es facilita, quins punts de vista es plasma... Aquesta feina no ha estat gens fàcil. Per realitzar aquesta exposició, hem elegit un conjunt de conceptes, d'idees i fets que seran plasmats en una exposició mitjançant criteris molt variats que narren un possible discurs museogràfic.

El criteri que ens ha dirigit en tot moment ha estat la consciència del gran valor patrimonial de *Comediants*, i per tant la necessitat de preservar i difondre el seu llegat. El primer exercici, i abans de tot, era necessari aprofundir en la seva vida i obra. Això s'ha fet a través i principalment de trobades a La Vinya amb en Jordi Colominas, amb el qual xerràvem sobre diversos temes que m'apropaven al món de *Comediants*, al món dels espectacles, dels projectes culturals, de la creació, etc. També, em proporcionava diversos materials de temàtica variada, però sobretot de *Comediants*. A part, vam veure diferents espectacles i elaboració de l'exposició "Forats: espionant Comediants"; vam

---

<sup>72</sup> <http://www.sportsimmortals.com/facility.html>

llegir articles de premsa de l'arxiu de *Comediants* i hem pogut veure altres projectes a través de DVD's i la nova pàgina web de *Comediants*<sup>73</sup>.

A partir d'aquest coneixement de *Comediants*, he intentat diverses vegades identificar les característiques pròpies de *Comediants*. Després de molt de temps, em vaig aconseguir de plasmar les característiques que de manera global reuneix *Comediants* amb quasi 34 anys d'història. De fet, hem decidit que seran aquestes característiques que establiran el discurs expositiu. Hi ha una idea principal, la qual preval per sobre de tot i de la qual es desprenen els altres temes de l'exposició.

Alhora que feia la recerca sobre *Comediants* llegia documentació referent a museologia, cultura, patrimoni, etc. D'aquesta documentació consultada cal destacar el llibre *Museografia didáctica*<sup>74</sup>. Aquest llibre m'ha mostrat, entre altres coses, tècniques expositives, i també articular els missatges, els diferents tipus de recursos museogràfics existents, i també m'ha mostrat l'existència de la exposició-espectacle. A més, ha estat important realitzar el curs d'estiu "Interactivitat i museus. El diàleg amb el visitant", perquè ha representat un apropament vers els recursos interactius que normalment només estan presents en museus de ciència.

#### • Una última cosa abans de continuar

El discurs expositiu, els missatges i els recursos museogràfics que presentem a continuació formen una proposta que pot ser un punt de partida a l'hora de redactar el projecte museogràfic. O sigui que els recursos i els missatges podran ser modificats, eliminats, substituïts, ja que opino que encara que compti amb la col·laboració de diferents persones de *Comediants* i de la UOC, falta part de l'essència que només pot

---

<sup>73</sup> [www.comediants.com](http://www.comediants.com)

<sup>74</sup> SANTACANA MESTRE, Joan, i SERRAT ANTOLÍ (coord.), Núria. *Museografia didáctica*. Edicions Ariel, Barcelona 2005.

donar l'equip de creadors de *Comediants*, i també saber exactament els recursos econòmics amb els quals es podran comptar, i conèixer l'espai real on es portarà a terme aquest gran projecte.

Així, veiem que és principalment una perspectiva exterior que articula el discurs expositiu que pot ser un punt de partida, però no ha de ser el definitiu ni molt menys. L'equip de creatius de *Comediants* ha d'establir el seu punt de vista. A més, el meu saber és limitat i es necessita la col·laboració de molts altres professionals procedents de diferents disciplines. I finalment, també seran diferents persones seleccionats prèviament que haurien de valorar els missatges i els recursos utilitzats que es pretendran comunicar.

En conclusió, en el discurs expositiu definitiu prevaldrà un punt de vista, una opció, una manera d'entendre i de presentar els continguts. És a dir, com qualsevol missatge, el missatge expositiu està mediatitzat no només a través del mitjà emprat, sinó que també per l'ens que l'ha elaborat. Crec que els missatges han d'estar mediatitzats i encarnats per la visió de *Comediants*.

**“Els museus han de ser catedrals d'emocions, hem d'intentar de crear emocions.**

**El món del museu va néixer per impressionar als altres”, *Lacroux*<sup>75</sup>**

---

<sup>75</sup> Aquesta oració fou formulada en una de les ponències del curs d'estiu “Interactivitat i museus. El diàleg amb el visitant”.

- **L'exposició permanent del Museu Comediants**

- 1. Els missatges:**

- a. El discurs expositiu que proposarem vol explicar la vida i obra de *Comediants* a través de les característiques globals de 34 anys d'història que identifiquen a *Comediants*. D'aquesta manera el visitant coneixerà exactament qui és i què fa *Comediants* diferents d'altres grups de teatre.

- b. Les idees o temes que s'exposaran tot seguit faran referència a les característiques globals de 34 anys d'història que identifiquen *Comediants*:

- **Vida-creació:** Des dels principis els diferents membres que formaven *Comediants* van decidir d'anar a viure i treballar plegats. Això significava compartir-ho tot, entre altres coses, els moments dolços i amargs de la vida en comú i de treball. A l'inici van viure en comunitat, vivien i creaven en col·lectivitat. Més tard, una part dels membres va decidir anar a viure en habitatges unifamiliars. Avui part d'aquest nucli viu i comparteix alguns espais comuns de la Vila Soledat. És a dir, que part de *Comediants* viu a la Vila Soledat i creen conjuntament amb altres professionals a La Vinya. Cadascú dels membres "fundadors" pot portar un o diversos projectes amb la col·laboració de diferents altres professionals, això fa que *Comediants* pugui estar i desenvolupar projectes al mateix temps i a diferents llocs del món.

Les creacions són vides (persones) que formen una forma de viure, veure la vida i crear projectes on la principal característica que ho uneix i impregna tot és *l'esperit festiu (l'alegria de viure, les il·lusions, etc.) de l'existència humana.*

- **Arreu del món amb treball de camp:** *Comediants* ha estat a més de 35 països en la majoria dels quals ha treballat amb la comunitat receptora. S'ha introduït en l'imaginari de diferents comunitats d'arreu del món per crear projectes amb l'esperit de *Comediants*, el qual al mateix temps estava mogut per la cosmovisió d'una comunitat determinada.
- **Actius en diferents camps i registres:** *Comediants* no ha fet només teatre, també ha creat i ha col·laborat en molts altres projectes. Ha estat actiu en diferents camps: escènic, disseny, televisió i cinematogràfic, literari, cultura, educació, publicitari, etc. A més, han tocat diferents registres: òpera, teatre, teatre al carrer, etc.
- **Hiperactivitat:** *Comediants* és una vida que està formada per moltes persones (amb els seus caràcters, alegries i tristeses, pors, fantasies, etc.) que conformen aquest signe i aquesta identitat. Creen projectes de diferent índole: celebracions especials, inauguracions, projectes culturals, educatius, etc., que es poden desenvolupar en un mateix moment a diferents llocs amb distints professionals. També, les diferents escenes poden ser carregades o barroques d'elements i activitats que es donen alhora i de manera successiva fins al seu fi. És una vida amb una creació constant que produeix sense parar.
- **Sentits:** *Comediants* ofereix una obra de teatre, una òpera, un espectacle, un llibre-objecte de sentits on l'espectador és convidat a tocar, a sentir, a escoltar, a veure i a olorar.
- **Animar i fer participar grans multituds de gent:** *Comediants* sap elaborar grans projectes que es organitzen per gran multituds de gent. Els diferents professionals saben animar i fer participar amb ells rius de gent d'arreu

del món, tenint en compte que la cultura del país receptor pot ser diferents, i no s'entengui la llengua. Però, a través de la provocació expressada de distintes maneres, *Comediants* arriba al cor de la gent, els commou, fa obrir els ulls els espectadors vers una realitat, etc.

- **Tots els llenguatges:** *Comediants* coneix i ha provat els diferents llenguatges, com per exemple el mim, *clown*, *commedia dell'arte*, titelles. Sovint no fan falta moltes paraules, la simple expressió corporal, els diferents elements, els escenaris, la música, la il·luminació parlen per si sols. D'aquesta manera tothom els entén allà on van, grans i petits.

- **Particular forma d'expressió impregnada de suggestió:** A través d'elements materials essencials i simples, de diferents llenguatges, la vitalitat que desprenen els diferents professionals implicats en els projectes, les quals mostren o suggereixen, perquè tot pugui ser captat pels espectadors: idees, sentiments, sensacions, conceptes que formen part de l'existència de la humanitat.

- **Reinterpretació:** *Comediants* reinterpreta històries, llegendes, fets i festes que han mogut la humanitat i que han de quedar a la memòria col·lectiva. *Comediants* fa recerca del passat per portar al present temes que han de ser recordats. Aquests temes són adaptats perquè siguin comprensibles per als espectadors. *Comediants* també fa recerca del present per explicar temes que són importants pel futur. Aquests temes són treballats per ser intel·ligibles per la majoria de gent, de tal manera que es pugui sensibilitzar i fer partícip una societat vers un tema concret. Al cap i a la fi, persones com nosaltres estaven, estan i seran participants en aquest món de móns; només a vegades algú ens ho ha de recordar.

- **Escenaris:** *Comediants* ha trepat per edificis emblemàtics, ha atacat palaus, ha assaltat ajuntaments i campanars, ha ocupat carrers i ciutats, ha navegat per rius, ha ballat per jardins de castells i, ha actuat a la platea de teatres. Els escenaris són diversos on ha tingut oportunitat i moltes vegades el privilegi, d'intervenir.
- c. El criteri que dirigirà la disposició dels continguts, missatges i recursos, que configuren una determinada manera de presentar el missatge expositiu davant del públic, serà transversal.
- d. L'idea principal, o missatge central que obrirà l'exposició i estarà present en tot moment és **l'esperit festiu (l'alegria de viure, les il·lusions, etc.) de l'existència humana**. Aquesta frase que potser per alguns resulta filosòfica, és una manera de veure la vida. *Comediants* reflecteix una manera de veure la vida a través de la seva manera de viure i crear. També formarà part del museu i d'aquesta exposició.

Aquesta idea bàsica, **l'esperit festiu (l'alegria de viure, les il·lusions, etc.) de l'existència humana**, té un significat per ella mateixa, un significat fonamental per entendre l'exposició, i permet determinar el que s'inclourà i quins continguts queden exclosos. La presentació d'aquesta idea central s'ha de convertir en un recurs que ens permet conèixer-la i alhora s'ha de convertir en aquell missatge que queda imprès a la ment de l'usuari en finalitzar l'exposició.

- e. Al voltant d'aquesta idea bàsica s'articulen les idees secundàries que complementen el nucli, i tot plegat estableix el discurs de l'exposició.



D'aquest missatge central establim els 10 temes (idees o missatges) que són les característiques pròpies de *Comediants*. Tots els temes són importants i no els estructurarem de manera jeràrquica encara que, entre altres coses, sabem que vers al final de l'exposició el visitant ja no para tanta atenció als diferents temes. No obstant, l'exposició comença a explicar la idea bàsica i, seguidament, es recomanable continuar amb el següent tema que és Vida-creació.

Cada característica (tema) és explicada a través de missatges que s'emeten a partir de determinats recursos. Per tant, els missatges emeten idees que donaran forma al tema en qüestió. Per exemple les idees que ens suggereixen en forma d'esborrany són les següents:

- **Vida-creació:**

- ❖ Viure junts
- ❖ Treballar plegats
- ❖ Moments de la història dels anys 70, 80, 90, 2000

- **Arreu del món amb treball de camp:**

- ❖ Països i ciutats visitats
- ❖ Comunitats receptores
- ❖ Anècdotes

- **Actius en diferents camps i registres:**

- ❖ Teatre
- ❖ Teatre al carrer
- ❖ Espectacles
- ❖ Projectes culturals
- ❖ Projectes especials

- ❖ Òpera
- ❖ Televisió
- ❖ Literari
- ❖ Educació
- ❖ Publicitari
- ❖ ...

- **Hiperactivitat:**

- ❖ En un mateix instant molts professionals diversos poden estar a varis llocs i realitzant diferents projectes
- ❖ Aglomeració de persones en actiu en una escena

- **Sentits:**

- ❖ Tocar
- ❖ Sentir (escoltar)
- ❖ Veure
- ❖ Olorar
- ❖ Saborejar (gust)

- **Animar i fer participar grans multituds de gent:**

- ❖ Provocar
- ❖ Commoure
- ❖ Fer participar

- **Tots els llenguatges:**

- ❖ Músics
- ❖ Ballarins

- ❖ Mim
- ❖ *Clowns*
- ❖ Cantants
- ❖ Gegants i capgrossos
- ❖ Actors
- ❖ Acròbates
- ❖ ...

- **Particular forma d'expressió impregnada de suggestió:**

- ❖ Materials
- ❖ No moltes paraules, però s'entén el que es vol comunicar
- ❖ Tothom entén i hi vol participar (els amics especials de *Comediants*)

- **Reinterpretació:**

- ❖ Diferents temes reinterpretats i adaptats segons el lloc geogràfic
- ❖ Històries que entenen les diferents cultures

- **Escenaris:**

- ❖ El carrer
- ❖ El Teatre Villarroel
- ❖ La Pedrera
- ❖ L'Estadi Olímpic
- ❖ El Castell de Peralada
- ❖ Castell napolità de Maschio Angionio
- ❖ Palais des Papa d'Avinyó
- ❖ Campanar de la plaça Sant Marco de Venècia
- ❖ Llac de Banyoles

❖ ...

- f. Una altra cosa per tenir en compte és la definició dels títols. Aquests missatges escrits han de ser curts, semblants a titulars de diaris o publicitaris. Així que cada tema pot presentar-se com un títol en forma de pregunta, afirmació, comparació, metàfora, ironia, enigma, jocs de paraules. Aquest títols han d'atreure l'atenció del visitant. No hem d'espantar el visitant amb llargs paràgrafs de text, sinó que han de suggerir i provocar al visitant.

Opinem que cada recurs museogràfic que actua com a intermediari podria presentar un títol que plasma al mateix temps el tema (característica) acompanyat amb una pregunta, una metàfora, o una ironia, la qual ha d'aportar un missatge que resulti d'alguna manera conegut o familiar per l'usuari. A continuació, presentarem els temes com a títols definits a partir de les característiques, i hi podríem afegir les estructures gramaticals següents:

- **L'esperit festiu (l'alegria de viure, les il·lusions, etc.) de l'existència humana.** Aquesta és l'idea central. Creiem que en aquest cas la millor forma d'iniciar l'exposició és sense paraules, sinó que sigui un recurs que suggereixi aquesta idea central.
- **Vida-creació:** Treballem per viure, o vivim per treballar? Compartim-ho!
- **Arreu del món amb treball de camp:** Els antropòlegs innocents.

- **Hiperactivitat:** Bufar i fer ampolles?
  
- **Actius en diferents camps i registres:** Qui? Què? Quan? On? Com? Per què?
  
- **Sentits:** El sisè sentit.
  
- **Animar i fer participar grans multituds de gent:** Vés per on, el que faltava!
  
- **Tots els llenguatges:** No tinc pèls a la llengua. Diuen que sóc poc seriós. Una altra paraula per a nan? Sóc un ninot de grans dimensions i per poder caminar tinc alguna persona sota de la meva faldilla. Qui és qui?
  
- **Particular forma d'expressió impregnada de suggestió:** Què suggereix el rei, Paul Newman, Maurizio Scaparro?
  
- **Reinterpretació:** *“El que tenen de bo els clàssics és que apel·len directament als sentiments, són polièdrics i sempre pots bussejar en ells per rescatar coses noves”*, Joan Font.
  
- **Escenaris:** Eh, tu saps on som?
  
- g. Com veureu, el marc de l'exposició és un poble mediterrani on hi ha dos carrers i una Plaça Major. El carrer és un espai on tots ens agrada jugar. En una

exposició ens hem de sentir còmodes, i per tant quin lloc millor que un espai públic que no ens és estrany i d'alguna manera és la casa de tothom.

- h. Cada tema forma un paquet de missatges. Hem distribuït aquests paquets de missatges per l'espai de l'exposició. L'espai de l'exposició pot ser una sala única on hi hagi divisions de *pladur* que separin els diferents temes. Distribuïm cada paquet de missatges als diferents edificis com per exemple el casal, l'Escola, l'Ajuntament, l'Ateneu, situats a banda a banda dels dos carrers i al voltat de la Plaça Major.
  
- i. La visita oferirà una certa opcionalitat. A les persones ens agrada elegir. Certs estudis conclouen que el visitant prefereix un circuit de visita oberta arran de l'exposició. Davant d'un circuit tancat, el visitant està ansiós de buscar la sortida. Els circuits oberts donen la sensació que la persona elegeix el camí que vol seguir. A més, el visitant tindrà la possibilitat de veure al final del carrer que d'alguna manera representarà la sortida. Hi haurà un vidre que permetrà veure l'exterior del museu. Això fa que el visitant no tingui pressa per arribar al final de l'exposició.
  
- j. Arribats en aquest punt, i tenint en compte que l'edifici que albergarà aquesta exposició comunicarà un missatge per si mateix, voldríem dir que ens imaginem el museu a Canet de Mar, concretament a La Vinya. L'edifici podria ser un nau amb dues plantes. A la planta baixa hi hauria la recepció, la botiga, els lavabos, l'exposició permanent, la sala dels primers auxilis, la sala de manteniment, un vestuari que formarà part de la sala Taller, el passadís amb efectes especials, i la sala per exposicions temporals. A la planta superior hi hauria el Centre de Documentació, sala didàctica, lavabos, sala d'actes i les oficines. En aquesta planta hi podria haver una terrassa coberta que rodejaria tot l'edifici, i per tant, des d'allà es gaudiria d'una magnífica vista per tota La Vinya, el mar i la muntanya, i part del poble. Repartits per la terrassa podrien haver binocles a

través dels quals posant un moneda, el visitant podria observar diferents punts de La Vinya o part del poble de Canet, com per exemple la Creu de Canet, la parròquia, etc. i escoltar una petita descripció d'aquells punts on el visitant pararia la visió a través del binocle. Tal com va explicar el professor Pere Brunet, catedràtic del Departament de Llenguatges i Sistemes Informàtic de la Universitat Politècnica de Catalunya, al curs d'estiu "Interactivitat i museus. El diàleg amb el visitant", aquests tipus de binocles es troben en els Pics d'Europa.

Una altra alternativa, i segurament la més realitzable, és "Fàbrica Jover, Serra y Cia." a Canet de Mar, la qual compta amb una superfície suficient per portar a terme aquest projecte. La Fàbrica Jover és un edifici modernista de l'arquitecte Pere Domènech i Roure (fill de Lluís Domènech i Montaner) que presenta tres plantes. La planta baixa és una sala de 500 m<sup>2</sup> i els pisos superiors són oficines amb grans finestres. Entre la planta baixa i els pisos superiors no hi ha separació.

El visitant no advertirà l'edifici com part de l'imaginari de *Comediants*. No obstant, i com ja ho hem explicat en l'apartat Dinàmica Territorial d'aquest projecte, el discurs modernista català coincideix amb alguns trets propis de *Comediants*: la importància de la natura per trobar el benestar, l'essència mediterrània, recuperar les tradicions, elaborar obres amb elements essencials i/o simples... Per tant, l'edifici no es distancia tant de l'imaginari de *Comediants*. A part, l'edifici compta amb grans finestres per tal que els treballadors de la fàbrica tèxtil tinguessin llum per treballar (si les persones no tenim llum no ens sentim bé), i així mateix tindrien llum natural els visitants que es passejarien pels carrers i participarien a l'exposició permanent. A més, l'edifici no presenta cap separació amb la planta baixa i els pisos superiors, sempre hi havia una comunicació amb els propietaris (burgesos) de l'empresa i els treballadors, i així mateix hi hauria sempre un diàleg possible amb l'exposició permanent i els altres espais de la planta baixa amb les oficines, la sala didàctica, el centre d'estudis, etc. que estarien situats en els pisos superiors. A part, i d'aquesta manera es podria espionar els visitants, per tal d'elaborar estudis de públic.

Situant el museu a La Vinya formaria part de l'imaginari de *Comediants*. Seria com una "casa", mentre que si el museu estigués a la "Fàbrica Jover, Serra y Cia." es podria entendre com un escenari on *Comediants* intervé (amb elements del seu imaginari) de manera continuada.

La primera proposta implicaria una construcció nova, mentre que la segona opció suposaria una reforma i adaptació dels espais. Segurament, la reforma i el manteniment de la fàbrica implicaria una inversió més elevada. Tanmateix, la Fàbrica Jover està catalogada, i com patrimoni modernista industrial de Canet de Mar, s'ha de conservar. Però, i preguntem, quina millor manera que albergar el Museu Comediants per donar-li vida?

## **2. Els recursos**

- a. Els recursos formen part dels paquets de missatges, ja que per emetre les diferents idees que donen sentit al tema necessitem un mitjà o medi a través del qual puguem comunicar. Un medi de comunicació serà el marc de l'exposició, el qual ja hem definit abans. El marc de l'exposició és un poble amb dos carrers i una Plaça Major. I el marc o els àmbits dels paquets que formen els missatges i els recursos museogràfics són un túnel, la casa de Comediants i l'annex de la casa, el casal, la pastisseria, la Plaça Major, l'Ajuntament, l'Ateneu, l'Escola, la biblioteca i el parc. Aquests marcs o contextos són àmbits que resulten familiars i tothom es sent més còmode passejar per un lloc que resulta familiar.
  
- b. Podem presentar els títols dels temes en panells situats per exemple a l'arcada de la porta d'entrada d'una casa, sobre un bandera que penja del balcó de l'Ajuntament, en un pòster que està penjat a l'entrada del casal, a la pissarra davant de l'Ateneu...



- c. Els recursos museogràfics poden ser objectes exposats a l'interior de vitrines, a través d'interactius, audiovisuals, textos sobre panells, imatges gràfiques (il·lustracions i diagrames), fotografies, maquetes, cartografia, diorames i escenografies.

A l'hora de seleccionar un recurs museogràfic com a mitjà de comunicació tindrem en compte que aquest mitjà (objecte, documents) o medi (escenografia) emeti un missatge que pugui ser entès per un ampli públic.

Molts recursos museogràfics que proposem per apropar el visitant a l'exposició procedeixen del curs d'estiu "Interactivitat i museus. El diàleg amb el visitant". Segons els ponents, la interactivitat s'ha d'introduir en els museus de la nova generació, sobretot als museus d'art. La interactivitat es deu a l'Escola Activa. La interacció de mòduls interactius en els museus va lligada a les grans revolucions pedagògiques del primer terç del segle XX. De fet, el concepte interactiu va nèixer en l'any 1969 en els museus de ciència. Més tard, alguns museus d'art, de ciències socials i humanes també ho van adoptar. Un dels primers museus d'Europa que presentà interactivitat fou el Museu d'Història de Suècia a Estocolm. Després, trobem altres com el Museu Contemporani de Bonn, el Museu de la Comunicació a Berlín, i el Museu d'Història de Catalunya. El museu de Munic encara que sigui de ciències, també és un referent a tenir en compte quan parlem d'interactivitat en els museus. Però, el museu que marca les pautes és l'Exploratorium<sup>76</sup> de Sant Francisco.

L'interactiu (lluny del concepte que té la majoria de gent que és lleig) ha de presentar un component lúdic. El visitant ha de tenir una motivació interna i

---

<sup>76</sup> <http://www.exploratorium.edu/index.html>

externa per fer-los anar. L'interactiu ha de ser capaç de provocar o activar mecanismes i processos d'emoció al visitant, i oferir una resposta (estímul) immediata. El resultat implica un reestructuració o un canvi cognitiu, ha de ser un impacte, un aprenentatge que pot ser a curt, mitjà o llarg termini.

A la ponència del curs d'estiu "Interactivitat i museus, el diàleg amb el visitant" de la senyora Louise Bélager, directora del Servei de museografia del Musée de Civilisation de Québec, va dir que un interactiu és un joc, una marca lúdica i cognitiva, creació i performance (realització, interpretació), i permet explorar, imitar...I el joc és socialització, la *convivialité*, activitat solidària, activitat paral·lela, activitat associativa, activitat competitiva, activitat cooperativa.

No obstant, a l'hora d'incorporar un interactiu a l'exposició, hem de motivar el visitant a través d'una pregunta. Així, s'estableix l'objectiu a conèixer i d'aquesta manera provoquem el visitant a cercar una resposta.

- d. L'idea central **l'esperit festiu (l'alegria de viure, les il·lusions, etc.) de l'existència humana** ho impregna tot i, per tant, sempre ha d'estar present. Aquesta idea central ha de ser emesa de tal manera que el visitant (gran i petit, del nord i del sud...) la reconegui, l'emocioni i el motivi a submergir-se en l'imaginari de *Comediants*. A l'inici podríem convidar al visitant a passar a una sala en forma de túnel. L'idea del túnel ha sorgit arran d'una visita a Torres<sup>77</sup>.

A cada costat de paret hi hauria d'haver un *Videowall* on es plasmaria imatges o una filmació que reproduís escenes de Dimonis, del Sarau de l'Any, la Verbena de la Paloma, etc. Al mateix temps hauria d'haver diferents efectes sonors

---

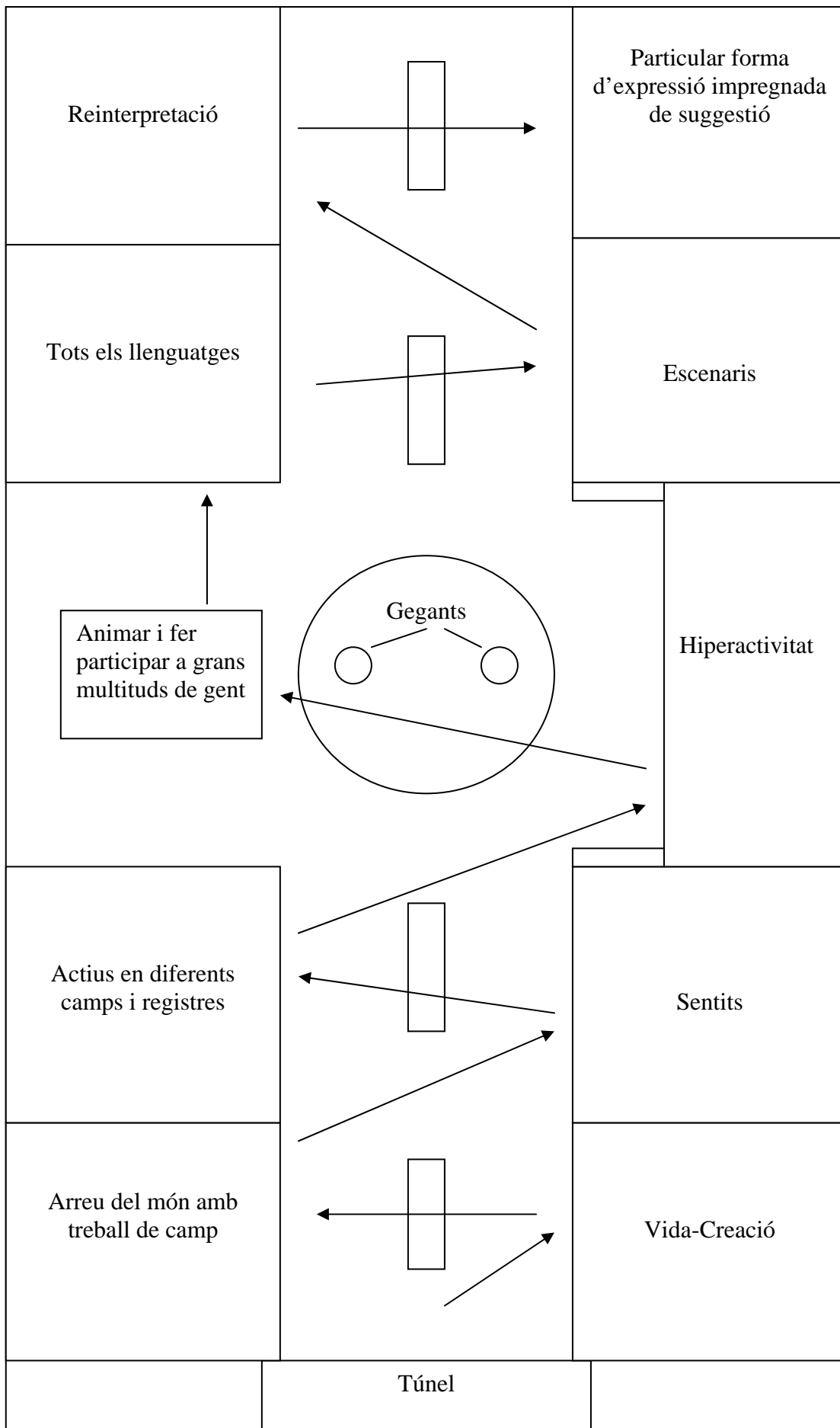
<sup>77</sup> <http://www.torres.es/esp/asp/vav.asp>

(música, veus de gent), d'olfacte (l'olor de fum o de vi) i tacte (escalfor, fum) que recreï aquest esperit festiu de l'existència humana. Aquest espectacle dels sentits ha de tocar l'ànima de l'espectador de tal manera que no pugui estar quiet i es trobi submergit en el riu d'aquest esperit.

- e. Seguidament, parlarem més concretament dels diferents marcs, els missatges i els recursos museogràfics (hem intentat que siguin variats i no repetitius) dels altres 10 temes. I anirem més lluny, més enllà de l'exposició permanent, travessarem un passadís que ens tornarà a porta a la porta d'entrada.

Abans d'entrar al túnel hi hauria d'haver un *reading point* on hi hauria un plànol de l'exposició. El visitant hi observaria els diferents espais identificats amb els títols corresponents. Amb unes petites pitjades podríem preposar un recorregut a seguir pel visitant.

Tot seguit un plànol de l'exposició i una proposta de recorregut. Veureu que hem substituït les pitjades per fletxes.



De totes maneres, el recorregut hauria de començar en el túnel, i després el visitant hauria de començar la visita per la mà dreta. A l'interior dels diferents espais situats en els diversos edificis hauríem de recomanar començar a mà dreta, menys en el jardí i a la biblioteca. A la biblioteca seria preferible començar per la mà esquerra mentre que el visitant pot establir el recorregut lliurement en el jardí.

Després del *reading point*, el visitant es trobaria amb l'entrada del túnel. A la porta posaria "l'imaginari de *Comediants*", i a les parets laterals hi hauria paraules escrites en diferents idiomes: alegria, fantasia, foc, sol, il·lusió, emoció, provocació, realitat, teatre, carrer, espectacles... Seria un seguit de paraules que formen part de l'imaginari de *Comediants*.

Una vegada que el visitant sortís del túnel es trobaria en un poble mediterrani. Hi veuria cases, la Plaça Major on hi hauria 2 gegants envoltats per un cordill perquè la gent no pogués passar, i bancs per seure. Als balcons al voltant de la Plaça Major, on hi hauria capgrossos que estarien mirant el que estigués ocurrent pel carrer. D'allà se sentiria música.

A les finestres dels pisos superiors dels edificis d'aquest carrer i el carrer que segueix recte de la Plaça Major hi hauria virils amb diferents cares d'artistes de *Comediants* guaitant els visitants que passen. Podríem enganxar a les façanes pòsters de diferents espectacles de *Comediants*.

- **Vida-creació**

Aquest espai estaria situat al començament de l'exposició en una casa sortint del túnel a mà dreta. A la porta d'entrada, a l'arcada, i més concret, al punt de clau, hi hauria un dimoni subjectant una rajola de ceràmica on posa "Sigueu Benvinguts". Al costat hi

hauria una gran finestra on s'identificaria el títol “Vida-creació” i la següent pregunta: “Treballem per viure, o vivim per treballar? Compartim-ho!”

La finestra seria com una aparador obert que deixaria veure el visitant a l'interior de la casa. No hi hauria porta i el visitant passaria directament al menjador de la casa. Normalment, les famílies es reuneixen per parlar i menjar en el menjador. És un espai de la casa molt important per la vida familiar i on la família passa més temps junts.

Opinem que és important plasmar etapes dels quasi 34 anys d'història, perquè el visitant adverteixi que *Comediants* ha evolucionat segons circumstàncies internes i externes on, no obstant, sempre ha preexistit aquest vincle de vida-creació. Tanmateix, hem de tenir present que no podem mostrar totes les etapes, ja que seria un excés d'informació. Així que hem seleccionat algunes èpoques més marcades, les quals prestem a continuació. Explicarem aquesta evolució amb aquest vincle de manera gràfica, combinant fotografies i altres fonts documentals com ara retalls de premsa.

Un moment a plasmar és l'inici del grup. Aquest missatge es trobaria entrant al menjador a la paret de la mà dreta. L'inici hi hauria un grup de joves que es reunien per fer teatre, un teatre diferent del què s'estava oferint als espectadors en aquell moment a Barcelona. Aleshores, hi havia membres que compartien pis, però encara no compartien tots plegats una casa. En aquells inicis, el grup es trobava al Teatre Villarroel. El primer espectacle que van crear fou *Non plus plis* i, es van donar a conèixer oficialment al Institut del Teatre el 6 de juny de 1972. Per explicar aquesta etapa podríem plasmar a la part superior d'un pannel la data i especificant quin dia fou la presentació oficial de *Comediants*. A sota un cercle en el qual podríem mostrar a través d'una fotografia o un audiovisual escenes de *Non plus plis*. Al voltant d'aquest cercle, un fotografia del grup al Teatre Villarroel, un document que expliqués el moment històric i un altre document que descrigués l'emersió dels grups de teatre independent (potser un escrit de Xavier Fàbregas). Tot plegat podríem representar de la manera següent:

**6 de juny de 1972 presentació oficial a l'Institut de Teatre**

Foto del grup al Teatre  
Villarroel

Fotografia o  
audiovisual de  
*Non plus plis*

Document referent al  
moment històric

Document referent a l'emersió del  
teatre independent

Observem que hem escollit formes geomètriques. Al centre i emmarcat en un cercle hi ha la “creació”. Al voltant hi ha rectangles on trobem les circumstàncies internes i externes de *Comediants*. D’alguna manera la creació pertany a un discurs mític-religiós, el qual simbolitzem amb un cercle, mentre que les circumstàncies externes i internes del grup formen part d’un discurs científic-lògic, és dir, un discurs racional format per un quadrat o rectangle.

Una altra etapa que trobarem a continuació, i també estaria situat a la paret de la mà dreta, és el moment de la decisió d’anar a viure junts a la casa del carrer Ample. Podríem mostrar aquesta etapa de la manera següent:

**Estrenem casa i vida nova. Canet. 1975**

Foto del grup mirant la casa  
del carrer Ample



Fig. 41 Mirant la Casa del Carrer Ample. COMEDIANTS. *Comediants: Agenda perpètua*. Edicions Barcanova, Barcelona, 1998.

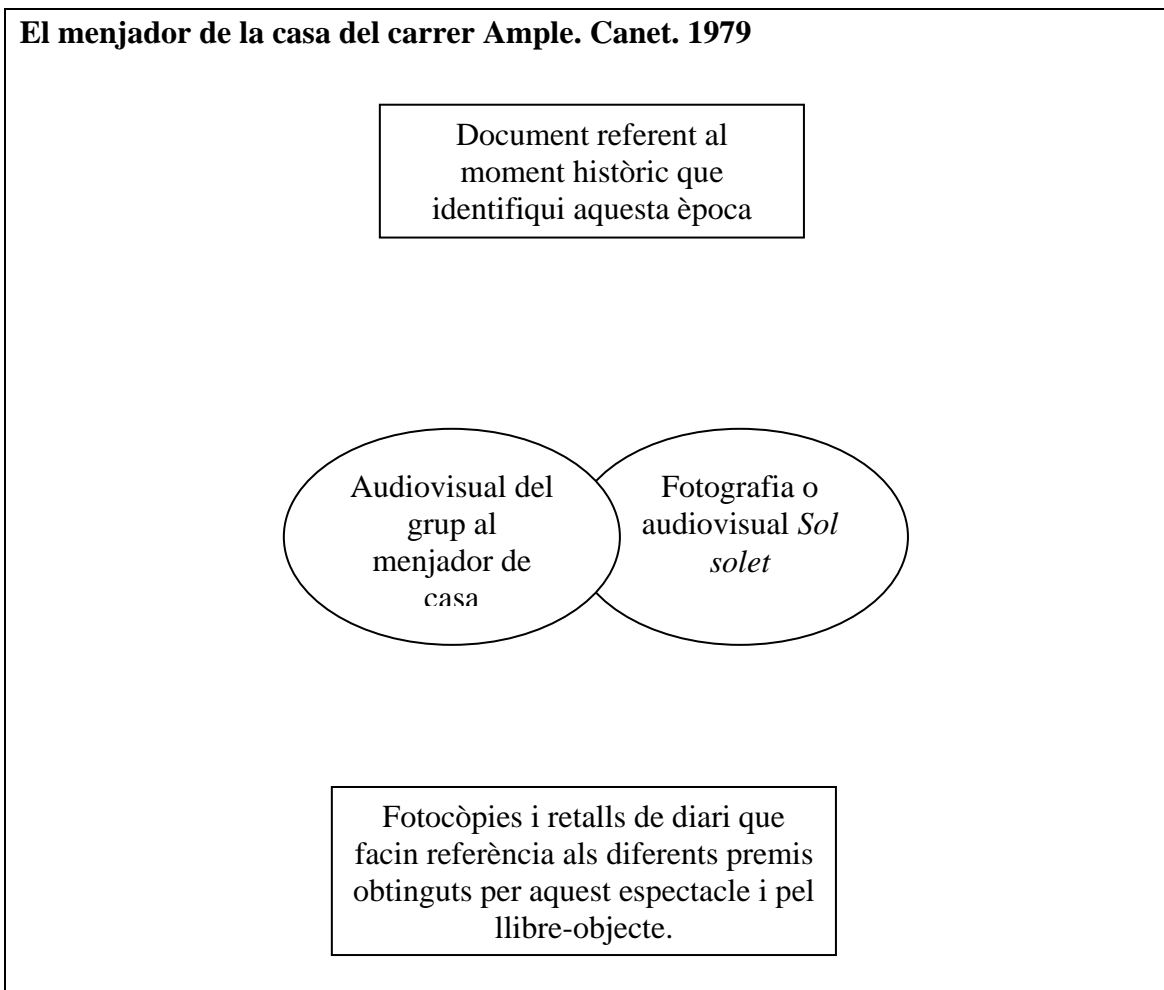
Fotografia o  
audiovisual  
Cerimònia  
inaugural i  
cercavila a  
Canet

Document referent al  
moment històric que  
identifiqui aquesta època

Retalls de diari que descriguin la  
reacció del poble de Canet de tenir  
entre ells a Comediants.



Al centre de la sala el visitant podria trobar una taula rectangular que estava en el menjador de la casa del carrer Ample. A través d'un vidre podria veure una etapa de les moltes viscuda en aquesta casa del carrer Ample. Això podem presentar de la manera següent:



Al voltant de la taula hi hauria cadires on el visitant es podria seure. Del sostre penjarien auriculars. Per un altre costat, a través d'uns auriculars el visitant podria escoltar l'espectacle, mentre que per una altra parella d'auriculars podria escoltar les diferents veus que recordarien el moment del disseny de *Sol, solet*. I a través d'una tercera parella d'auriculars s'explicaria que ha significat aquest espectacle, crítiques, premis, etc. A la paret que queda al costat oposat de l'entrada de la casa, trobaríem el pannell següent:

**Gira per Andalusia. 1981**

Retalls de premsa o altres  
fulletons que recorden  
aquesta gira.

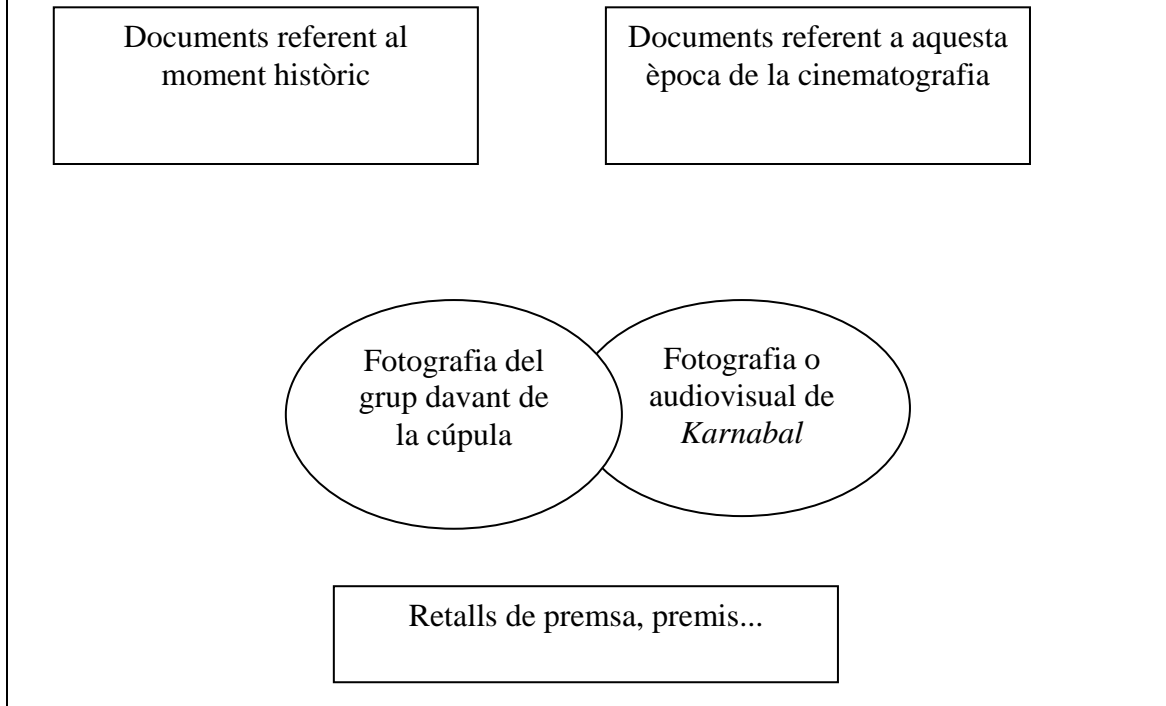
Fotografia de la  
furgoneta amb  
el primer  
anagrama

Fotografia o  
audiovisual de  
*Dimonis*

Retalls de premsa o altres fulletons  
que recordent aquesta gira.

Seguidament, a mà esquerra d'aquest pannell a la mateixa paret, hi hauria la següent etapa especificada:

**Villa Soledat. Canet 1985**



A la paret de la mà esquerra, i a continuació del pannel anterior, s'hi mostraria un altre moment:

**Villa Soledat. Canet 1992**

Documents referents al  
moment històric

Fotografia del grup  
al jardí de la Villa  
Soledat

Fotografies o  
audiovisuals de la  
cloenda dels Jocs  
Olímpic '92

Retalls de premsa que  
recorden aquest espectacle

Finalment, i tot seguit, plasmaríem un altre moment que seria més o menys l'actual.

**La Vinya. Centre de Creació. Avui dia**

Fotografia àeria de La Vinya.

Fotografia del grup  
davant de les oficines

Retalls de fotografies o  
audiovisuals de  
diferents espectacles

Retalls de premsa referent a les  
diverses creacions.

- **Arreu del món amb treball de camp**

Aquest espai es trobaria dins d'un casal, el qual estaria situat al davant de la casa amb el títol "Vida-creació". Aquest espai estaria tancat amb un portalada. A la porta hi hauria un cartell on s'especificaria el títol "Arreu del món amb treball de camp" i un subtítol "Els antropòlegs innocents".

L'idea següent ha sorgit arran la visita als Serveis educatius a La Pedrera<sup>78</sup>. L'interior d'aquest espai quadrada s'hauria d'enfosquir. A través d'un projector es plasmaria el món al terra, deixant lloc perquè la gent es pogués col·locar al voltant de la projecció. Alternativament, el projector marcaria amb un punt vermell llocs del globus on ha estat *Comediants*. En aquests 33 anys d'existència, ha recorregut mig món amb els seus espectacles. Ha actuat a: Alemanya, Andorra, Austràlia, Àustria, Bèlgica, Brasil, Colòmbia, Costa Rica, Xilé, Dinamarca, EUA, Emirats Àrabs, Finlàndia, França, Gran Bretanya, Holanda, Irlanda, Islàndia, Itàlia, Japó, Luxemburg, Mèxic, Mònaco, Noruega, Polònia, Portugal, Rússia, San Marino, Suècia, Suïssa, Tunísia, Veneçuela, Iugoslàvia, Xina<sup>79</sup> i Turquia<sup>80</sup>.

Aleshores, una vegada marcat el lloc, l'aparell donaria l'efecte com si ens deixéssim caure de l'univers vers la terra i ens anéssim apropant al lloc concret, tot travessant el cel vers la terra. Per exemple, es veuria successivament el món, Amèrica, Amèrica del Sud, Xilé i, Santiago de Xilé.

Una vegada arribats al lloc, una ciutat o un poble d'algun lloc del món, a les tres parets de la habitació del casal es plasmaria per exemple imatges de la organització d'un

---

<sup>78</sup> <http://www.lapedreraeducacio.org/flash.htm>

<sup>79</sup> A l'annex hi ha informació sobre l'espectacle B1.

<sup>80</sup> Dossier de premsa de l'exposició: "Forats: espiant Comediants".

projecte, de les persones que hi van treballar, anècdotes viscudes per *Comediants* en aquell lloc concret i, finalment el projecte dut a terme en el lloc concret. Cada peu d'imatge plasmaria amb lletres escrites amb un màquina d'escriure el lloc, l'any, el títol de l'espectacle en qüestió o una petita explicació de l'anècdota.

D'aquesta manera creiem que transmetem que *Comediants* ha estat a més de 35 països en la majoria dels quals ha treballat amb la comunitat receptora. S'ha introduït en l'imaginari de diferents comunitats d'arreu del món per crear projectes amb el seu esperit, i aquest mogut alhora per a la cosmovisió d'una comunitat determinada.

- **Sentits:**

Davant de la casa dedicada al tema "Actius en diferents camps i registres" trobaríem l'annex de la casa amb títol "Vida-creació". Aquest annex albergaria el tema "Sentits" amb el subtítol "El sisè sentit".

En aquest espai voldríem que l'espectador entengués que els projectes de *Comediants* són tangibles i intangibles. Podríem explicar aquesta idea a través de diferents tècniques expositives. Així que primerament, hem pensat que podríem dividir aquest espai en dues parts. Per un costat, els tallers i el magatzem i, per una altra banda, una habitació d'assaigs.

Al costat dret, tot entrant per la porta, trobaríem els diferents tallers i un magatzem. Els tallers i el magatzem serien espais més aviat tangibles encara que guarden un munt de sentiments que alhora resulta ser una part intangible important.

Podríem presentar dos tallers on treballen diversos artesans. Un espai estaria dedicat al taller on s'elaboren màscares, barrets, i altres elements, com una poma, pans, etc. I un altre espai que podria estar dedicat a la confecció de vestuari. Així per exemple es

podria presentar un màscara en una vitrina, la qual es podria veure de totes les bandes. Al costat de la vitrina podríem situar un televisió que reproduís el procediment d'elaboració de la màscara exposada.

La part de confecció mostrariem amb una escenografia on el visitant pogués veure una taula de patronatge, màquines de cosir, marquis, etc. Aquesta escenografia hauríem de denegar el pas al visitant. També, hauríem de disposar d'un televisor, el qual ensenyés el procés d'elaboració de diferents vestuaris.

Cada espai estaria titulat sobre un pannel.

Llavors, l'espectador podria passar al magatzem on podria veure, tocar, olorar els diferents materials: sabates, vestits, maquetes, barrets, gorres, ulleres amb nas, estructures de ferro, peces com per exemple de l'Arbre de la Memòria, la Llauna del Mar, pintures, maletes, etc. Per exemple podria a haver-hi un armari amb moltes portes petites (com consignes), les qual l'espectador hauria d'obrir per veure què hi ha al seu interior.

El material exposat en els diferents compartiments estarà protegit per un vidre a través del qual el visitant podria observar maquetes, un plànol, la Llauna del Mar... Al dorsal interior de la porta hi hauria un text que explicaria la peça exhibida. Aquesta tècnica expositiva la trobem en el Theater Museum of London <sup>81</sup>.

En una prestatgeria hi podria haver materials que el visitant pogués tocar (sabates) i posar-se, com per exemple barrets, màscares, les ulleres amb el nas, etc. En un penjador

---

<sup>81</sup> <http://www.theatremuseum.org.uk/default.php>



podríem penjar vestits. Entremig dels armaris i prestatgeries podríem col·locar materials com ferros o altres peces escèniques i maletes. Divertit seria que el visitant pogués posar la mà a dins d'una maleta a través de dues obertures i palpar per tal d'esbrinar què s'hi amaga a dintre de les diferents maletes de *Comediants*. I en un racó amagat ha d'haver-hi unes cortines, les quals el visitant les hauria d'obrir per descobrir la "Lluna", que estaria tirant petonets.

Els objectes podrien comptar amb una etiqueta perquè l'espectador pogués identificar els diferents materials.

A qui no li atreu la idea de passejar-se pels tallers i el magatzem per descobrir els diferents procediments d'elaboració dels materials i poder tocar aquells materials impregnats de "sentits"?

Opinem que aquest context podria ser ideal per apropar els visitants vers els objectes que formen part de l'imaginari de *Comediants*. És important que el visitant pugui veure els diferents objectes, i si és possible que també els pugui tocar. De fet, hi ha alguns estudiosos que opinen que hi ha objectes que no calen ser interpretats<sup>82</sup>. Com per exemple podria ser la Lluna de *Comediants*. No obstant, creiem que en aquest cas és millor explicar els objectes, ja que sempre tindrà una simbologia concreta per l'ens que els ha creat o ha utilitzat. Molts museus han donat pas a altres formes de presentar el patrimoni on l'objecte ha perdut el seu lloc.

Alhora l'objecte concret sempre actua com un autèntic suport de la memòria, posseir-lo facilita recordar el concepte. Altres funcions són: atreuen el públic, són enigmes a resoldre, contribueixen a desenvolupar la imaginació, el seu ús permet situacions

---

<sup>82</sup> SANTACANA MESTRE, Joan, i SERRAT ANTOLÍ (coord.), Núria. *Museografia didáctica*. Edicions Ariel, Barcelona 2005.

empàtiques (facultat de comprendre les emocions i sensacions externes per un procés d'identificació amb l'objecte), grup o individu amb el qual hom es relaciona, actua com a incluser, permet aportacions personals dels visitants, etc.<sup>83</sup> Per tant, creiem que els objectes de *Comediants* s'han de mostrar perquè formen part del seu imaginari. Si es coneixen, el visitant i/o espectador sempre els identificarà amb *Comediants*.

A mà esquerra de la porta d'entrada trobaríem una habitació anomenada "Assaig" on el visitant provaria la part intangible de *Comediants*. Hi hauria una projecció que té com objectiu mostrar la part intangible que crea *Comediants*, la qual senten els membres del grup i les persones que els envolten.

A l'exterior d'aquesta habitació, al costat de la porta, hi podria haver un semàfor amb dos colors, verd i vermell. Aquesta llum indicaria quan el visitant (o grup de visitants) podria accedir a l'habitació. Una vegada dins de l'habitació el visitant es trobaria que la porta estaria tancada i només veuria que hi ha parets blanques. Amb una certa impaciència esperaria algun efecte. De cop es tancaria la llum i a la paret es plasmaria amb un projector un compte enrera fins a l'any 1992. Aquesta idea adaptada procedeix de la visita a l'exposició permanent de Cosmocaixa.

Primerament, es veurien imatges del grup a casa seva, sopant al jardí, banyant-se, jugant a billar, etc. Seguidament, el visitant veuria un recull de retalls audiovisuals que recordarien l'any dels Jocs Olímpic de Barcelona: imatges de la ciutat (barris, port, L'Estadi Olímpic, turistes passejant per les Rambles, etc.), el Cobi, lliurement de medalles, les Fonts de Montjuïc, la gent a les grades, retalls de diaris, retalls de notícies dels diferents Telediaris del món, Montserrat Caballé cantant, etc.

---

<sup>83</sup> Ídem.

El tercer recull d'audiovisual o fotogràfic recordaria la preparació de l'espectacle de la cloenda dels Jocs Olímpics '92 fins al punt que *Comediants* (Dimonis) ha de sortir per la porta per entrar a l'estadi per començar l'espectacle. Per un moment el visitant hauria de sentir l'emoció com si ell mateix estigués a punt de sortir per la porta per actuar al mig de l'estadi. El visitant escoltaria els espectadors de les grades, sentirà els crits d'emoció, veuria els flaixos. A continuació, el pla canviaria perquè el visitant passaria a ser espectador i podria observar trossos de l'espectacle de cloenda. I de cop, tota l'emoció es pararia i tot quedaria a les fosques i en silenci. Finalment, s'obririen les llums i el visitant es trobaria davant de les parets blanques, les quals, moments abans, estaven plenes de vida.

Hem escollit aquest espectacle perquè forma part d'un gran esdeveniment, el qual fou seguit i és recordat per molta gent d'arreu del món. Va ser un esdeveniment molt emocionant, el qual agrada recordar, tot fent adonar al visitant que l'espectacle de cloenda estava en mans de *Comediants*.

- **Actius en diferents camps i registres:**

A l'altre costat del carrer hi hauria una botiga que recordaria una pastisseria. La pastisseria estaria porta a porta amb el casal, però no tindria porta, sinó una finestra que deixaria veure l'interior al visitant. El títol "Actius en diferents camps i registres" i les preguntes següents "Qui? Què? Quan? On? Com? Per què?" estarien col·locats en un cartell per sobre de la porta d'entrada.

En aquest espai volem mostrar al visitant els diversos camps i registres on ha actuat *Comediants*. A la paret situada a l'altre costat de la porta d'accés a aquest espai, hi podria haver un mural titulat "Què hem fet?" amb preguntes en els diferents idiomes del món que ha visitat *Comediants*. Per exemple a Itàlia *Comediants* ha realitzat diversos

projectes. Una pregunta en italià podria referir-se a la recuperació del Carnaval de Venècia: En quin any es va recuperar el Carnaval de Venècia?

En català podríem demanar a quin any es va celebrar la primera Fira de Teatre al Carrer a Tàrrrega. En castellà es podria qüestionar d'on és Pablo Neruda<sup>84</sup>. En portuguès podríem formular la següent pregunta: El Macroespectacle de presentació de la Expo'98 a Lisboa va ser "1001 Noites"? En japonès podríem demanar quan es podria tornar a veure l'espectacle "ZH20 Somnis d'aigua" que fou l'espectacle de Cloenda de l'Expo'04 d'Aishi. I així successivament.

Aquesta idea sorgeix del curs d'estiu "Interactivitat i museus. El diàleg amb el visitant" on un ponent es va descriure una exposició a la Wolverhampton Art Gallery. Wolverhampton Art Gallery va presentar al mig de la galeria un mur, on es podia llegir les preguntes següents: Què és per tu art? Quines d'aquestes obres són art? Per què els artistes no saben pintar? Per què el Mickie Mouse només té 4 dits? Amb quines estratègies compta l'artista per fer perspectiva? Quin preu té aquest quadre?

A la mà dreta de la porta d'entrada hi hauria tres mòduls interactius que presentarien diferents projectes: una òpera, un espectacle exterior i un espectacle interior. Cada mòdul protegit amb un vidre presentaria un cartell amb el tipus de projecte o espectacle del que es tracta, i seguidament el títol corresponent.

Hi hauria un mòdul que mostraria l'interior del Liceu, i si algú li donés corda a la maneta s'observaria i es sentiria una part de "La Petite Flauta Màgica". Hi hauria una campana unidireccional al sostre. Les campanes unidireccionals són caixes de so per no mesclar sons que podria portar a la contaminació acústica.

---

<sup>84</sup> Trobareu un article de premsa a l'annex.

El següent mòdul podríem mostrar una escena de “Sarau de l’Any” i a través de vidres i miralls podrem aconseguir espais llunyans amb molts personatges. També, hi podríem disposar d’una campana unidireccional al sostre. A través d’un sensor es detecta el visitant, el qual seguidament podria escoltar una part del “Sarau de l’Any”.

Al costat, hi hauria un altre mòdul on el visitant veurà un escena de “Mil i una Nits”. Si s’accionés un botó, el visitant escoltaria una escena.

A la mà esquerra de la porta d’entrada, el visitant trobaria tres mòduls també protegits amb un vidre cadascun. El primer mòdul estaria pensat per al visitant que desitgés obtenir més informació sobre els projectes de *Comediants*, mentre que el segon mòdul presentaria un plató per mostrar que *Comediants* ha produït sèries de televisió. I l’últim mòdul faria referència a un projecte especial, concretament una cerimònia.

El primer mòdul titulat “Sabies?” podria ser un interactiu, el qual podria comptar amb una pantalla tàctil que plasmés un menú a través de la qual el visitant podria conèixer els diferents camps i registres en què ha treballat *Comediants*: teatre al carrer, teatre, projectes culturals, projectes especials o a mida, inauguracions i cerimònies especials, actes per empreses, lliurament de diferents tipus de premis, cinematografia, televisió, publicitat, disseny i creació, literatura, espectacles interiors, espectacles exteriors, òpera i altres espectacles lírics, pedagogia, discografia, etc. Aleshores, el visitant podria escollir a quin apartat voldria donar un cop d’ull. Per exemple el visitant podria polsar amb el dit sobre la pantalla per entrar en l’apartat “Teatre al carrer”. Sota aquesta opció trobaria un descripció del que és teatre al carrer. Al final del text posaria “Exemples”. Si el visitant escollís per veure exemples, es trobaria amb un pantalla on a una part es mostraria diferents imatges preses al carrer i, a l’altre costat, noms de l’espectacle amb el lloc i la data corresponent a cadascun de les imatges. El visitant hauria de relacionar amb fletxes les imatges amb els seus textos descriptius corresponents de les imatges. Hi

podria haver trampes, com per exemple hi podria haver un espectacle o projecte a la llista que no fos de *Comediants*.

Els mòduls següents també presentarien un cartell identificant de quin tipus de projecte o espectacle es tracta, seguit del títol corresponent. En aquest mòdul s'hi podria observar el plató per a "Teveo de Noche", el qual estava situat a la cúpula de La Vinya.

I l'últim mòdul d'aquest costat esquerre de la pastisseria hi hauria la reproducció de La Pedrera i si s'accionés un botó es veuria la transformació de l'edifici en mans de *Comediants*.

Al centre de la sala hi hauria tres pantalles de televisió a mitja altura i inclinades una mica cap amunt. Els televisors estarien també protegits per un vidre. A la part superior hi hauria un títol per a cada televisor. Hi trobaríem un televisor amb el títol "Publicitat" on l'espectador veuria diferents anuncis publicitaris realitzats per *Comediants*. Al costat, hi hauria un altre televisor titulat "Dissenys i altres Creacions" on el visitant podria veure per exemple la col·laboració en l'espectacle "Astronomia razonable" del grup El ultimo de la Fila i també l'elaboració i confecció d'uns personatges per al parc temàtic Aquarinto de Tokio. En un tercer televisió titulat "Llibres" hauríem de disposar de dos auriculars i un banc per seure. Aquest televisor amb un pantalla més gran estaria enganxat per l'altre costat amb els altres dos televisors formant un quadrat. Hi hauria tres botons, un botó per a cada llibre: *Sol*, *Solet*, *La Nit*, i *Somnis*. A la pantalla el visitant hauria de poder veure amb claredat les planes dels llibres, i escoltar a través dels auriculars el contingut del llibre prèviament seleccionat.

- **Hiperactivitat:**

Aquest tema amb la següent frase feta formulada en forma de preguntar “Bufar i fer ampolles?” es plasmaria sobre una tela que estarà penjada del balcó de l’Ajuntament, situat al carrer de la mà dreta de la Plaça Major. En aquest espai, més aviat fosc i amb les portes obertes, trobaríem representades dues idees que fan referència al tema de “Hiperactivitat”. Una idea podríem plasmar a la mà dreta i, l’altra, a la mà esquerra de l’entrada. Al costat oposat de l’entrada hi podria haver projeccions on mostrariem exemples d’escenes on es veïés un munt de professionals, desenvolupant activitats en un mateix instant, de tal manera que l’espectador no sabria on mirar per no perdre-se’n res. L’espectador es podria seure sobre dos bancs col·locats un a cada costat de la paret de l’entrada.

A mà dreta de l’entrada podríem col·locar un interactiu. L’interactiu podria plantejar sobre una pantalla un pregunta com podria ser en aquest cas “Què estem fent?”. Aquest interactiu hauria d’estar format per una petita pantalla tàctil que plasmés el resultat de l’acció escollida de l’usuari a un pantalla més gran, la qual podria ser advertida per més persones. En aquest interactiu es plasmaria una agenda on el visitant podria escollir entre diferents mesos d’uns anys determinats. A la pantalla gran s’obriria el mes i l’any escollit amb un recull d’imatges que plasmaria tots els projectes duts a terme en aquella data. Hi hauria un text que especificaria la data concreta, el lloc o llocs on s’ha desenvolupat un determinat projecte i el títol del projecte o espectacle. Per exemple, el visitant podria escollir el mes de setembre de 2005. Durant aquest mes alguns membres de *Comediants* estaven preparant la cloenda de l’Expo d’Aishi<sup>85</sup> (Japó) amb l’espectacle “ZH20 Somnis d’aigua”<sup>86</sup>, altres contractats per l’empresa Elsinor estaven realitzant l’espectacle “Mil i una nits” a l’auditori de l’Alameda a Jaen, altres podien estar muntant “l’Arbre de la Memòria” a Tàrrega<sup>87</sup>, mentre en Joan Font estava realitzant els

---

<sup>85</sup> <http://www.sgae.es/viewnot/cont.inm?instanceId=1152&tipoId=38&selectedMenu=29>

<sup>86</sup> <http://www.bie-paris.org/main/popup.php?p=307>

<sup>87</sup> <http://www.diarisegre.com/especials.html?id=30>

[http://www.firatarrega.com/fotos//dossiers/dossijunycat05\\_doc.doc](http://www.firatarrega.com/fotos//dossiers/dossijunycat05_doc.doc)

assaigs per “Uuuuh!”<sup>88</sup> i, altres estaven inaugurant l’exposició “Forats: espiant Comediants” a Verdú.

A la mà esquerra, a l’altre costat de la sala, davant d’aquest interactiu, hi hauria un gran mural o una fotografia ampliada anomenat “Ens veus?” on el visitant veuria una multitud d’actors en actiu d’una determinada escena. I per poder veure els detalls hi podríem afegir un lupa amb un llumeta (ja que la sala estaria una mica fosca) que es pogués desplaçar sobre una estructura de ferro a través d’un comandament accionat per un visitant. Així el visitant podria apropar-se a les diferents figures i podria esbrinar què estan fent exactament. Aquesta idea sorgeix de Le Musée Hôtel-Dieu France, on hi ha un retaule molt gran i per veure els detalls és necessària un lupa. Aquest exemple es va donar a conèixer al curs d’estiu “Interactivitat i museus. El diàleg amb el visitant”.

- **Animar i fer participar grans multituds de gent:**

A la Plaça Major i el carrer oposat del carrer de l’Ajuntament el visitant trobaria el lloc dedicat a “Animar i fer participar grans multituds de gent”. Aquest títol amb aquesta exclamació “Fes per on, el que faltava!” sobre la tela podria cobrir les rodes de la carrossa. Hi hauria una carrossa a la mà esquerra de la Plaça Major. De fet, *Comediants* podria recuperar una carrossa que formava part de la cavalcada “La Magia del Tiempo” de l’Expo’92 de Sevilla, a la qual hi pogués pujar tot tipus de visitant. A més, els visitants haurien de poder observar, tocar i, potser, provar de fer anar diferents elements: música, llums, ... i mecanismes: fer girar una roda, obrir i tancar una persiana perquè els visitants des de l’exterior de les carrosses poguessin veure un escena determinada, fer pujar i baixar planetes o un globus que estiguessin lligats amb cordes. El globus, els planetes i la carrossa anirien en direcció a l’Ajuntament.

---

<sup>88</sup>[http://www.tnc.es/pls/webtnc/programacio.obra?p\\_codcontingut=171&p\\_codtipustext=PRE](http://www.tnc.es/pls/webtnc/programacio.obra?p_codcontingut=171&p_codtipustext=PRE)  
[http://www.temporada-alta.net/cat/programacio\\_fitxa.php?idObra=43](http://www.temporada-alta.net/cat/programacio_fitxa.php?idObra=43)



Al voltant i a sobre de la carrossa hi hauria figures de cartó o de plàstic sense cares. El visitant es podria posar al darrer i treure la seva cara pel forat. Al voltant d'aquesta carrossa, és dir, al costat, a la paret oposada del l'Ajuntament hi hauria gent pintada. Seria divertit fer fotos dels visitants que volguessin i enganxar-les a sobre de les cares dels personatges pintats en aquestes parets.

A la Plaça Major hi hauria dos gegants protegits amb un cordill perquè no pogués accedir ningú i tocar-los. Als pisos superiors que donarien a la Plaça Major hi hauria capgrossos. A mà dreta de la Plaça Major a cada un dels costats hi hauria bancs per reposar i observar.

- **Tots els llenguatges:**

A mà esquerra, davant de l'Ateneu trobaríem l'Escola. Aquí el visitant podria trobar els missatges i els recursos museogràfics que volen comunicar aquest tema titulat "Tots els llenguatges" amb aquestes endevinalles: "No tinc pèls a la llengua. Diuen que sóc poc seriós. Un altra paraula per nan? Sóc un ninot de grans dimensions i per poder caminar necessito algú a sota de la meva faldilla. Qui és qui?" Tot plegat estaria escrit en un cartell que penja del coll d'una figura en una vitrina al costat dret de la porta d'entrada.

A la paret de la mà dreta trobaríem diferents fotografies ampliades de personatges un al costat de l'altre amb el nom de la professió artística que estigui representant cadascun d'aquests. Cada personatge representaria un tipus d'artista: *clown*, músic, ballarí, actor, cantant, acròbata, mim, etc. Al final, hi hauria un mirall on es veuria l'espectador. A sobre del mirall hi hauria una pregunta "Què ets?" i un desafiament, "Podràs estar quiet i sense riure't durant 2 minuts?" Al costat del mirall hi hauria un rellotge de sorra que cronometraria els dos minuts. A sobre del rellotge posaria "Estàs preparat per a aquest repte?" Un interactiu més modern seria un mirall que canviés la forma de tal manera

que el visitant es veïés llarg, ovalat... tenint en compte que el visitant hagi acceptat el repte. Al costat del mirall hi hauria d'haver una pantalla tàctil enganxada verticalment a la paret on hi hagués un menú on en diversos idiomes formules les següents paraules: mirall, mirallet que bonic que ets! Una vegada escollit l'idioma, es plasmaria el repte "Et veus en cor d'estar 2 minuts parat sense moure't ni riure". El visitant podria escollir "si" o "no". Si escull "si", a la pantalla sortiria un compte enrera, perquè el visitant es preparés. Uns segons no passaria res, però després el mirall es mouria de tal manera que el visitant reflectit al mirall canviaria de forma. Seguidament, sortiria una cara a la pantalla tàctil que començaria a ver ganyotes o sortirien escenes amb els diferents llenguatges de *Comediants* que intentarien fer riure el visitant. Al final dels dos minuts, a la pantalla hauria de sortir una felicitació per haver apostat per aquest repte. Aquesta idea adaptada ha sorgit del curs d'estiu.

A l'altre costat de la portalada, a mà esquerra, hi hauria un interactiu titulat "Missing" amb un pantalla tàctil que plasmaria la informació sobre una pantalla més gran perquè ho pogués veure més gent. Aquesta idea sorgeix d'un exemple del curs d'estiu "Interactivitat i museus. El diàleg amb el visitant" i, concretament del Manchester Art Gallery. A la pantalla tàctil, el visitant, una vegada escollit l'idioma, es trobaria amb un alfabet, i sota cada lletra hi hauria una llista de noms i una fotografia amb diferents professionals que han treballat o treballen amb *Comediants*. Si el visitant amb el dit marqués sobre la foto i el nom d'una persona, apareixeria a la pantalla la seva fitxa d'identitat i una alarma amb un títol vermell intermitent que podria anunciar per exemple "es busca" o "perdut", o el denominatiu del personatge en qüestió, etc. Aquesta alerta es pararia perquè el visitant pugui llegir la fitxa per saber qui és aquest personatge, quin tipus de professional era o és, etc. Aquesta informació estaria formulada de manera divertida. Un vegada llegida la fitxa es podria veure una relació de fotos del personatge en acció.

- **Escenaris:**

Aquest espai seria per un costat un recordatori, ja que el visitant a aquestes altures de l'exposició ja s'haurà pogut fer una idea dels diversos escenaris on ha actuat *Comediants*. No obstant, el visitant podria aprofundir en aquest tema visitant l'Ateneu situat a la mà dreta del carrer que portarà vers la sortida. A la mà dreta hi hauria un cavallet amb un cartell amb el títol "Escenaris" amb la següent pregunta *Eh tu, saps on estem?*

A dins d'aquest edifici hi hauria una sala decorada de revetlla, un escenari i una pantalla. A la sala també hi hauria cadires per seure. El visitant podria col·locar la cadira segons si volgués contemplar l'escenari o la pantalla. L'escenari davant de la porta d'entrada presentaria una escenografia que podria ser una escena de "Sol solet" on un dels elements destacats serà el Sol. A sota de l'escenari hi hauria un cartell on mencionariem el títol de l'espectacle que representaria aquesta escenografia.

A mà dreta hi hauria grans panells enganxats en una via, titulat per exemple "On estem?". Les diferents estarien col·locades una darrera l'altra com ho tenen algunes botigues de museu, les quals venen pòsters tot replicant imatges de l'exposició, de quadres, etc. Per un costat de la fulla el visitant veuria un escenari abans d'una actuació i, a l'altra banda, el moment de la intervenció en l'espai de *Comediants*.

A la mà esquerra de l'entrada hi hauria un mòdul. Aquest mòdul estaria format per una maqueta situada a terra que representaria un poble. Al darrera de la maqueta es situaria un mirall, de tal manera que donaria la sensació de profunditat. I a la paret, una mica més amunt del mirall, el qual també estaria a terra, hi podria haver una gran pantalla amb el títol "Abans i després". A la pantalla figurarien escenes que mostrarien els diferents llocs desafiat per *Comediants*. Aquestes escenes exteriors es reproduirien a través d'un projector. Utilitzant aquesta tècnica expositiva, els visitants advertirien els espectacles duts a terme al carrer, uns carrers que poden ser de qualsevol lloc, però al

mateix temps es veuria aquell tret especial que fa diferent un determinat indret del món. Per exemple es podrà veure els carrers de Venècia, la Sydney Operahouse, l'Aqüeducte de Segòvia, el Metro de Times Square, i altres.

- **Reinterpretació:**

La biblioteca albergaria els missatges referents a la "Reinterpretació". Aquest espai estaria al costat de l'Ateneu, i el títol amb una frase de Joan Font "El que tenen de bo els clàssics és que apel·len directament als sentiments, són polièdrics i sempre pots bussejar en ells per rescatar coses noves", estaria gravat en un llibre dins d'una vitrina al costat esquerre de l'entrada.

Hi hauria una il·lustració, vinyetes dibuixades que formarien un còmic que explicaria un procés de creació d'un dels seus projectes, el qual ocuparia les tres parets. El còmic començaria a dalt a mà esquerra. Les vinyetes seguiran a la filera de dalt fins arribar al final de la paret de la mà dreta de l'entrada. La filera de vinyetes següent començaria un altre cop a mà esquerra de la porta de l'entrada, i així successivament.

A la primera vinyeta s'especificaria el títol d'aquest còmic. Seguidament, i per exemple, a la primer vinyeta el visitant observaria com una persona o una institució faria un encàrrec al departament de Projectes. Tot seguit, hi hauria una relació de vinyetes que mostrarien la recerca necessària per obtenir la informació per dissenyar el projecte a mida que ha estat encarregat. Aleshores, plasmaríem les diferents fases del disseny que donarien peu a un espectacle. Seguidament, el visitant advertiria la selecció dels artistes que portarien a escena l'espectacle, els tècnics fent proves, els assaigs, els artesanats elaborant els diferents materials: vestuari, màscares, estructures escèniques, etc. Finalment, a l'última vinyeta hi hauria una pantalla que mostraria l'espectacle. Al costat d'aquest còmic gegant els visitants podrien disposar d'un ordinador (amb una cadira per poder seure) on podrien consultar la documentació que s'hauria generat al voltant d'aquest projecte: retalls de premsa, fulletons, guions, etc.

Al centre de la sala hi hauria diferents binocles, cada un dels quals estaria titulat. Aquests binocles formarien un artefacte de visió esteroscòpia en forma de cercle a través dels quals el visitant veuria dispositives que mostrarien de quines llegendes, cançons, històries, festes o fets foren reinterpretades pels diferents projectes i espectacles de *Comediants*. Per exemple a través d'un binocle es podria veure primerament uns dimonis al voltant d'una foguera. Segons Xavier Fàbregas<sup>89</sup>, es té constància que els "Dimonis" ja ballaven en les celebracions o rituals dels ibers. Una altra diapositiva es veuran dimonis a l'època medieval, i així successivament, fins arribar als nostres dies on el visitant podria advertir dimonis de diverses colles. Després, amb una diapositiva on es pogués llegir "Dimonis" de *Comediants*, vindrien les diapositives que demostrarien en quin tipus de dimonis s'ha inspirat *Comediants* a l'hora de crear aquest espectacle.

- **Particular forma d'expressió impregnada de suggestió:**

En aquest espai obert trobaríem un parc amb bancs, taules, un arbre, un escriptori i dos mòduls que representen dos llacs. Per sobre de l'entrada hi hauria una lona on llegiríem el títol "Particular forma d'expressió impregnada de suggestió" i la següent pregunta "Què suggereix el Rei, Paul Newman, Maurizio Scaparro, etc. "

Aquest espai estaria dedicat al descans o de reflexió, on el visitant repassaria els temes explicats al llarg de l'exposició, tot tenint present una avaluació per saber si el visitant ha comprès els diferents missatges emesos. Val a dir que a part d'haver intentat emocionar el visitant, també és important que el visitant s'adoni del seu aprenentatge, l qual cosa seria entesa com un triomf personal.

---

<sup>89</sup> FÀBREGAS, Xavier. *Història del teatre català*. Editorial Millà. Barcelona, 1978.

Entrant a mà esquerra hi hauria una pantalla que reproduiria escenes captades amb la càmera de filmar o fotogràfica de personatges famosos que han vist actuar *Comediants*, que han donat la mà a *Comediants*, que han lliurat juntament o a *Comediants* un premi, directors i actors que han filmat conjuntament amb *Comediants* alguna escena....

Seguidament, hi hauria un arbre, separat de la paret perquè la gent el pugui rodejar i pugui llegir les diverses cartes que penjarien de les branques. Serien cartes ampliades i plastificades que *Comediants* ha rebut de personatges famosos.

Una mica més enllà de l'arbre, encara a la mà esquerra del jardí, hi hauria un escriptori on qui volgués podria escriure una carta a *Comediants* i tirar-la a la bústia groga que estaria al costat.

Finalment, al costat de l'escriptori hi hauria una pantalla i un teclat, tot desafiant el visitant amb el següent títol "Te'n recordes?". Una vegada definit l'idioma, el visitant seria avaluat. Per exemple podríem fer les següents preguntes: Quina emoció ha sentit més? Aquí el visitant hauria de marcar una emoció: por, alegria, tristesa...Quin any va néixer *Comediants*? El visitant hauria d'escollir un any entre diverses opcions. En la teva opinió en quina de les cases els membres del grup s'ho han passat més bé? El visitant també podria escollir un lloc d'una llista. Creus que *Comediants* ha visitat 35 països? El visitant hauria d'escollir entre si o no. Què t'ha sorprès més de l'espai "Sentits"? Aquesta pregunta implicaria que el visitant escrigués una resposta. Segons la teva opinió quin dels projectes ha significat un major repte? Aquí el visitant hauria d'escriure el nom d'un dels projectes. A quin espai està aquest interactiu "La lupa amb llumeta que funciona amb un comandament?". A través d'una llista amb els espais titulats, el visitant hauria d'identificar l'espai. Quin escenari li agradaria desafiar, atacar, trepar...? El visitant escriuria el nom d'un escenari que li hagués cridat l'atenció a l'exposició o proposaria un lloc que encara queda per desafiar. Si haguessis de participar en un projecte, quina feina t'agradaria realitzar? El visitant podria escollir

d'un llistat un lloc de treball, hi hauria des de comptable a ballarí, i d'escultor a escriptor de guions, etc.

Finalment, el visitant hauria de respondre a les següents preguntes: “Quina ha estat la millor experiència en aquesta exposició?” “Tens alguna pregunta?” “Algun suggeriment?”.

Veiem que les preguntes es formularien amb tu i no amb vostè, perquè creiem que el tu és més familiar i col·loquial.

Després de respondre aquestes preguntes, el visitant hauria repassat determinats temes, i els responsables del museu sabrien, a part de les possibles millores de l'exposició, si el visitant ha après alguna cosa i si ha entès determinats missatges. També, s'esbrinarien què ha impactat més, si el visitant ha participat, s'ha implicat, etc.

Un altre interactiu amb el mateix objectiu, avaluar el visitant, seria disposar d'un joc d'ordinador titulat “Anem a comprar”, on el visitant seria una figura de còmic que visitaria un altre cop tots els espais de l'exposició amb un carro de la compra on ha d'escollir de cada espai l'element que li hagués agradat més. Aquest element l'hauria de col·locar a dintre del carro. Al final, l'ordinador faria un càlcul del valor de la compra efectuada. Aquesta idea va sorgir seguint el vincle <http://amol.org.au/discorvet> i clicant sobre “Make your own exhibition”, el qual es proposa en el document “Tecnologías de la Información y Comunicación aplicadas a los proyectos museográficos”<sup>90</sup>.

---

<sup>90</sup> Carreras, C.; Munilla, G. "Tecnologías de la Información y Comunicación aplicadas a los proyectos museográficos. Grupo Òliba. Balance de investigación 1999-2002", [en línia]. Culturtec 2002, Madrid 2002. Direcció URL: <[http://oliba.uoc.edu/oliba/publicacions/2002\\_culturtec.pdf](http://oliba.uoc.edu/oliba/publicacions/2002_culturtec.pdf)>

A la mà esquerra de l'entrada hi hauria un banc que portaria dos altaveus incorporats a través dels quals s'escoltaria música de diferents espectacles. A un costat d'aquest banc hi hauria una ràdio i a cada emissora hi hauria música d'un espectacle determinat. A través d'una maneta giratòria pròpia dels aparells de ràdio, el visitant podria escollir l'emissora que estaria representant un espectacle determinat.

Seguidament, hi hauria un arbust. A la mà dreta de l'entrada hi hauria un gran vidre a través del qual el visitant tindria una visió vers l'exterior, tot seient en un banc. En aquest banc amb altaveus incorporats s'hi podria escoltar el disc "Sol , solet". Aleshores, hi hauria un petit espai lliure perquè hi hauria dues portes de vidre que donarien a l'exterior. Tot seguit, hi haurà un altre banc on es reproduiria a través d'altaveus incorporats el "Llibre de les bèsties".

El sostre seria de color blau reproduint un cel sense núvols. I al centre, tirant més aviat a mà esquerra vers el gran vidre, trobaríem dos taules i dos llacs.

Primerament, hi hauria una taula quadrada que tindria una pantalla tàctil envoltada d'un banc. A través d'un menú el visitant podria escollir diferents temes i nivells de trencaclosques o el joc *Memory*. Per exemple, u trencaclosques podria estar format per una imatge del grup sopant a casa, vista aèria de La Vinya, etc. El joc *Memory* presentaria cartes amb imatges d'espectacles o altres projectes. Hi hauria dues cartes iguals que mostraria una imatge d'un espectacle o un projecte amb el títol corresponent. Els visitants hauria de buscar la parella de cada carta.

Els mòduls que seguirien serien de color blau i al voltat hi hauria la següent pregunta en diferents idiomes "Què et suggereixen aquestes peces?". A la coberta de cada mòdul hi hauria petites obertures. El visitant amb una canya de pescar hauria de enganxar amb un ham les diferents peces amagades dins dels forats, com per exemple podria ser el Sol, la



Lluna, un dimoni, una petita Pedrera, un personatge d'algun espectacle, una petita reproducció de l'Arbre de la Memòria, una copa de cava, etc. Aquesta idea sorgeix del Saló Nàutic d'enguany on en un *stand* els nens podien pescar diversos tipus de peixos de cartó.

I finalment, el visitant trobaria una taula que en veritat seria un futbolín protegit amb un vidre on hi ha dos equips, dimonis contra àngels.

Al costat oposat de l'entrada aquest jardí hi hauria la porta de sortida. La sortida seria un arc de ferro del qual penjaria raïm. Una vegada el visitant hagi abandonat aquest últim espai, es podria trobar en un passadís, les parets del qual estarien pintades. El passadís portaria el visitant un altre cop a l'entrada al museu. Un dels tallers que podríem proposar seria pintar les parets del passadís sobre un tema prèviament determinat, el qual per exemple podria ser la reproducció d'un imatge de l'exposició. Cada visitant plasmaria la seva percepció a la paret on es podria barrejar obres elaborades de persones gran, d'uns pares amb els seus fills, o d'una persona amb discapacitat.

El visitant aniria contemplant les obres, tot caminant vers la sortida del museu, però de cop hi hauria un dispositiu d'aire, una fumera i una petada seguida de rialles que espantaria lleugerament al visitant.

f) Sabem que el temps de visita depèn de cada visitant (motivació, capacitats físiques i psíquiques). De totes maneres, el temps aproximat de la visita hauria de ser inferior a 3 hores. Creiem que el visitant podria dedicar uns 150 minuts a l'exposició, tenint en compte que el visitant no hauria de dedicar més de 2-3 minuts a un interactiu, i hi pot haver 10 espais a l'exposició amb un 50 recursos museogràfics distribuïts per les sales.

g) Les dimensions mínimes que requeriria aquesta exposició permanent són aproximadament d'uns 400 m<sup>2</sup>. Hem de tenir en compte les dimensions dels recursos museogràfics, la possibilitat que persones amb mobilitat reduïda es puguin moure còmodament, poder visitar els espais amb grups de persones, etc. Conscients d'aquests requeriments, hem calculat que els vuit espais separats per pladur haurien de fer uns 30 m<sup>2</sup>, és a dir que en total aquests espais sumarien 240 m<sup>2</sup>. El túnel hauria de fer 3 x 6 metres. I la Plaça Major més els carrers haurien de tenir uns 125 m<sup>2</sup>. O sigui que en total seria necessari disposar d'uns 383 m<sup>2</sup>.

Hem aconseguit transmetre alguna cosa? La gent normalment diu *el museu m'ensenya objectes*. Potser, ara podrem ampliar aquesta afirmació perquè els visitants puguin dir *el museu m'explica coses*, tal com ho va proposar el senyor Carles Puig als professionals i estudiants del camp de la museologia en el curs d'estiu "Interactivitat i museus. El diàleg amb el visitant".

## 2.3 Objectius

Tot seguit, descriurem què volem aconseguir amb aquest projecte. De fet, ha arribat l'hora més determinant del projecte cultural. En aquest apartat del TFC, definirem allò que, en concret, desitgem aconseguir amb el projecte, i pel qual es mesurà el seu èxit i els seu fracàs. S'aconsella que hi hagi pocs objectius i tots factibles per no crear dispersió<sup>91</sup>.

Els principals objectius de l'exposició permanent són els següents:

1. Difondre i apropar el públic a l'imaginari de *Comediants*.
2. A través de la interpretació mostrar parts de l'imaginari de *Comediants*, de tal manera que el públic identifiqui les característiques pròpies que fa diferent a *Comediants* d'altres grups de teatre.
3. Transmetre l'esperit festiu de l'existència humana, i emocionar el públic per a aquest món de Vida-creació.
4. Augmentar el coneixement del públic respecte el llegat de *Comediants* dins del teatre català i internacional.
5. Crear opinió i reflexió vers la seva forma de fer teatre, espectacles i la realització d'altres tipus projectes.

---

<sup>91</sup> ROSELLÓ, David. *Diseño y proyectos culturales*. Edicions Ariel. Barcelona, 2004.

6. Sensibilitzar el públic vers el món artístic i escènic a través del llegat de *Comediants*.

Diferenciem els objectius de la finalitat, ja que els objectius tenen un nivell de concreció major que la finalitat. La finalitat necessita els objectius per concretar-se i els objectius requereixen la finalitat per tenir una referència.

També, creiem que hem d'especificar els objectius d'un Museu Comediants i d'un centre de documentació, ja que tot plegat donarà una forma completa a la finalitat establerta:

La raó última de crear una exposició permanent per a un possible Museu Comediants és la voluntat de difondre i preservar el llegat d'aquest grup de teatre català a les presents i futures generacions per tal de guardar la seva forma de viure i de crear en la memòria col·lectiva.

Els principals objectius del Museu són:

- ❖ Apropar el públic a l'imaginari de *Comediants*
- ❖ Sensibilitzar la societat vers el patrimoni i el seu llegat
- ❖ Familiaritzar el públic amb el món de la creació i el patrimoni artístic-escènic
- ❖ Augmentar la culturalització respecte el teatre i el món de l'espectacle
- ❖ Catalogar, investigar, conservar, interpretar i educar
- ❖ Establir col·laboracions amb altres museus o centres d'interpretació
- ❖ Generar recursos per ser autosuficients

I finalment, els objectius del Centre de Documentació són:

- ❖ Catalogar i conservar les diferents fonts documentals de *Comediants*
- ❖ Oferir un espai de consulta i de diàleg per a professionals i no professionals interessats principalment en l'obra de *Comediants*, i en el món del teatre i espectacle
- ❖ Promoure l'estudi sobre l'obra de *Comediants*, el teatre català i internacional
- ❖ Editar documents sobre el teatre i espectacles en general i sobre *Comediants* en particular
- ❖ Educar en el món del teatre, espectacles, el patrimoni, gestió de projectes, etc.
- ❖ Disposar d'un espai d'investigació, desenvolupament i innovació
- ❖ Establir col·laboracions amb altres centre de documentació relacionats amb el món artístic, escènic, disseny, audiovisual i cinematografia, pedagogia teatral discografia i literatura

## 2.4 Estratègies

A l'apartat anomenat Contingut hem mostrat les diferents estratègies per aconseguir els objectius establerts. Primerament, abans d'aprofundir en les estratègies, recordem els principals objectius de l'exposició permanent:

1. Difondre i apropar el públic a l'imaginari de *Comediants*.
2. A través de la interpretació mostrar parts de l'imaginari de *Comediants*, de tal manera que el públic identifiqui les característiques pròpies que fa diferent *Comediants* d'altres grups de teatre.
3. Transmetre l'esperit festiu de l'existència humana i emocionar el públic per aquest món de Vida-creació.
4. Augmentar el coneixement del públic respecte al llegat de *Comediants* dins del teatre català i internacional.
5. Crear opinió i reflexió vers la seva forma de fer teatre, espectacles i la realització d'altres tipus de projectes.
6. Sensibilitzar el públic vers el món artístic i escènic a través del llegat de *Comediants*.

L'exposició permanent (elaborada per emissors) serà un dels principal mitjans de difusió i, al mateix temps el marc de la comunicació on el públic (receptor) es pugui apropar al món de *Comediants*. Així que les estratègies que hem seguit per aconseguir els objectius principals de l'exposició permanent van lligats principalment a la utilització de recursos museogràfics (mitjans de comunicació) que comuniquen determinats missatges. Cal senyalar que també l'exposició, com tot el museu, ha de formar part del pla de comunicació.

El segon objectiu fa referència a la interpretació del patrimoni perquè hi puguin accedir diferents segments de públic segons les seves característiques i motivacions. Creiem que ho hem resolt a través de diferents mitjans de interpretació com visites guiades, audioguies amb idiomes o PDA's, o per exemple podem recordar l'estratègia que hem seguit perquè els diferents segment de públic puguin entendre i aprendre. Hem utilitzat distints recursos museogràfics per explicar els missatges, de tal manera que el visitant pugui llegir, escoltar o fer coses.

L'estratègia que hem proposat per transmetre l'esperit festiu de l'existència humana i la manera d'emocionar el públic per a aquest món de Vida-creació, ha estat a partir de diversos recursos museogràfics com per exemple el Túnel dels Sentits o la habitació d'assaigs on hi hauria la projecció dels Jocs Olímpics de 1992.

El quart objectiu fa referència a augmentar el coneixement del públic respecte al llegat de *Comediants* dins del teatre català i internacional. A l'espai dedicat el tema "Vida-creació" trobaríem els panells on hi hauria representades determinades etapes de *Comediants*, les quals hem presentat en l'apartat Contingut. De totes maneres, la millor manera d'aconseguir aquest objectiu seria a través de visites guiades.

Els museus de la nova generació volen provocar una reacció al visitant, i una de les reaccions que volem aconseguir és crear opinió i/o reflexió sobre la seva forma de fer teatre, espectacles i/o la realització altres projectes. Aquesta possible estratègia s'hauria de produir a través dels monitors de sala, visites guiades, xerrades, etc.

Finalment, hauríem d'intentar a través de diferents estratègies que el visitant no sortís de l'exposició de la mateixa manera que ha entrat. Seria tot un èxit aconseguir que el visitant, després de la visita, veiés el món artístic i escènic més proper i amb ganes d'aprofundir-hi.

*Però, en aquest projecte manca una formulació de l'estratègia de màrqueting on, entre altres coses, hem d'establir la manera de difondre l'exposició permanent perquè vinguin els diferents visitants tipus.*

La formulació de l'estratègia de màrqueting es concreta en la selecció dels públics objectius, la imatge i el posicionament que es desitja aconseguir, i les polítiques del màrqueting operatiu mixt: producte (recursos, serveis, valors), tàctiques de preu i promoció, xarxa de distribució i comunicació.

- **Selecció del públic:**

En l'apartat Destinataris ja hem establert l'estratègia de segmentació de mercat per establir els públics objectius. Els públics objectius són: persones adultes, joves, famílies, persones amb discapacitat, escolars i grups organitzats (gent gran, associacions o fundacions, grups turístics).

Com ja hem especificat les característiques de cada grup i la manera d'arribar a tocar-los el cor (emocionar), creiem que no cal repetir-ho. També, podeu consultar l'apartat Activitats, on trobareu programes específics per a cada segment de mercat.

O sigui que està clar que haurem d'abordar el mercat a través d'un màrqueting anomenat diferenciat o de segmentació. El màrqueting de segmentació assumeix que el mercat consta de grups diferencials amb distints comportaments i preferències. Nosaltres hem definit el públic que voldríem atraure i, per tant, haurem d'executar diferents programes, oferir diferents productes i serveis per als segments objectius. Així mateix, haurem de reajustar els preus, els canals de distribució i combinació d'estratègies promocionals d'acord amb les característiques de cada segment.



- **La imatge i el posicionament**

- a) **La imatge**

*Comediants*, que és la organització que portarà a terme aquest projecte cultural, compta amb una identitat, la qual és reconeguda dins del sector del teatre i l'espectacle. La marca "Comediants" és un referent per a moltes persones i inclou tota una simbologia, tot un món, tot un imaginari. Per tant, també és important de transmetre al futur visitant aquesta identitat pròpia, la qual, al mateix temps, és única i diferenciada. La marca "Comediants" està formada per l'anagrama. No obstant, hi ha molta gent que associa *Comediants* amb el Sol ("Sol, Solet"). És a dir, hi ha gent que a l'hora de pensar amb *Comediants* veu l'anagrama, mentre que altres veuen el Sol.

Aquest logotip i la imatge són símbols que identifiquen el grup. Per això, és tant important que l'anagrama i el Sol apareguin al llarg de l'exposició permanent, i també han de formar part de la marca museística. L'anagrama (logotip) i el Sol (imatge) de *Comediants* ha de formar la marca del museu, solament mancaria afegir-hi la paraula "museu" i un eslògan o lema.

El concepte de marca com a element distintiu té un espacial rellevància. Molts visitants es deixaran guiar per a la imatge associada a la marca a l'hora d'elegir visitar l'exposició i el museu. A més, sabem que existeix una associació positiva (fins i tot familiar) que alhora suposa un actiu estratègic i una font d'avantatge competitiu. Per a més d'una persona aquest logotip i la imatge de *Comediants* resulta familiar.

O sigui que seria un gran error canviar la marca "Comediants", perquè és una marca potent que identifica un producte en particular, el distingeix de la competència i compta amb un significat emocional i simbòlic. Veiem que aquesta marca no és merament funcional sinó que també no funcional. Aquestes aspectes no funcionals, afectius o

emocionals, encara no ha estat explotats en el camp de la museografia. És a dir, la marca i la imatge basada en la personalitat del recurs patrimonial, és una oportunitat de màrqueting poc explotada en el món del museus que podria ser una estratègia a seguir per al futur Museu Comediants.

## **b) El posicionament**

### *Únic i diferent*

Creiem oportú iniciar amb la definició de posicionament estratègic, el qual és l'acte de dissenyar una imatge d'organització, uns valors i una oferta de manera que els visitants comprenguin, valorin i es sentin atrets per la proposta de la organització en relació amb els seus competidors.

De fet, hi ha diferent formes de posicionament. Per exemple, el posicionament d'usuaris seria una estratègia on s'oferiria programes o activitats segons les característiques i motivacions de cada segment de públic. Un altre posicionament és cercar l'experiència, una experiència immersida dins d'un marc únic. Ja hem parlat que hi ha la intenció de proporcionar una experiències que impliqui els 5 sentits, la qual cosa actualment ofereixen principalment els museus de ciència.

No obstant, creiem que hi ha una diferència notable que cal explotar. A l'anàlisi sectorial hem dit que a Catalunya no existeix un museu de teatre, tot tenint en compte la definició de museu que estableix la ICOM. Tanmateix, a Catalunya trobem exposicions itinerants sobre l'obra de grups de teatre. No obstant, no hi ha un museu o una exposició permanent que mostri i difongui el llegat d'un grup de teatre català, com seria el cas del Museu Comediants. O sigui que el posicionament centrat en la competència fa que l'exposició permanent i el Museu Comediants siguin únics, i sempre serà una oferta diferent encara que neixin altres museus de grup de teatre.

- **Polítiques de màrqueting operatiu mixt: producte (recursos, serveis, valors), tàctiques de preu i promoció, xarxa de distribució i comunicació.**

#### **a) El producte**

El producte és l'exposició de l'imaginari de *Comediants* on reunirem recursos tangibles i intangibles amb els quals el visitant gaudirà, participarà i aprendrà. Però aquest recurs patrimonial i cultural s'ha d'acompanyar amb serveis i equipaments.

Si resultés que es construís un edifici que albergués el Museu Comediants a La Vinya, el museu (territori-museu<sup>92</sup>) estaria situat al nou centre de Canet. L'accés seria senzill, i a més al davant de La Vinya hi ha aparcament d'autocars. La Vinya també està rodejada de diferents serveis: restaurant, botigues, caixes d'estalvis, etc.

I si fos el cas que el museu podia albergar-se a la Fàbrica Jover, comptaríem amb un edifici modernista, força conservat i adaptat, situat el centre del poble, concretament a la Riera del Pinar. A més, la Fàbrica Jover compta amb places de pàrking on, fins i tot, podrien aparcar autocars (actualment hi accedeixen camions a carregar i descarregar). L'Ajuntament té previst de realitzar un aparcament al costat del mercat, la qual cosa implicaria que no hi hauria problemes d'aparcament.

Al voltant de la fàbrica hi ha la Plaça Mercat i el Passeig de la Misericòrdia, on hi ha el Restaurant del Santuari (edifici modernista, obra de Puig i Cadafalch), el qual ofereix menús per a grups. Hem mencionat aquest restaurant, ja que és el més proper.

---

<sup>92</sup> SANTACANA MESTRE, Joan, i SERRAT ANTOLÍ (coord.), Núria. *Museografia didáctica*. Edicions Ariel, Barcelona 2005.

Tant un espai com l'altre estan ben localitzats, accessibles i rodejats de serveis, però hem de tenir present que, segurament, situant el Museu Comediants a la Fàbrica Jover es dinamitzaria aquesta part de Canet. Avui dia la gent es mou, i per tant compra més a les botigues del nou centre.

Tanmateix, manca un servei a Canet de Mar, el qual ja hem mencionat en l'apartat Dinàmica Territorial, falten places hoteleres que siguin disponibles durant tot l'any.

Canet compta amb bones comunicacions, s'hi pot accedir per autopista, carretera N-II o amb tren.

A més, Canet ofereix un ampli ventall d'alternatives o productes turístics complementaris. Per exemple des de la Casa Museu de Lluís Domènech i Montaner on es troba la Oficina de Turisme s'ofereixen diverses rutes sobre la població i el patrimoni.

Una vegada analitzat l'entorn del producte, mirem internament. El museu i l'exposició haurien d'oferir diversos productes, a part de programes o activitats específiques per diferents segments de públic. Tots els espais han de ser accessibles per a tothom, també hi hauria d'haver servei de informació i orientació dels visitants, servei d'audioguies en diferents idiomes, sala d'actes, ascensor, lavabos, guarda-roba i consignes, àrees de descans, llibreria i botiga, i servei de cafeteria i/o restaurant. En aquest punt hem de tenir cura de no presentar espais massificats.

És molt important el factor humà perquè és el personal del museu que aproparà, animarà i farà participar el visitant a aquest imaginari, tot transmetent la part tangible i intangible de *Comediants*. Així que el personal ha d'estar format, motivat i impregnat de la vida i obra de *Comediants*. Per un costat, és imprescindible una recepció amb una persona a l'atenció del visitant on aquest sigui rebut, es senti acollit, obtingui una atenció amable i individualitzada, i adquireixi tota la informació que desitgi en diferents idiomes. També, hem de comptar amb educadors de sala amb diferents idiomes que a part de vigilar, entre altres coses, vetllin pel bon ús dels interactius, atenguin les preguntes del públic i els facin participar en l'exposició, tot intentant de tocar el cor als diferents tipus de públic. A part, també hi ha d'haver servei de guia que pugui interpretar el patrimoni, desenvolupar diferents programes o activitats, per tal de fer accessible el patrimoni a diferents segments de públic, i en diversos idiomes.

Hem d'oferir un servei global, tant intern com extern, el qual està dirigit vers el client. No obstant, serà més controlable el servei intern. Per això, el client submergit dins de l'imaginari de *Comediants*, ha d'obtenir un servei de qualitat on personal i cada detall del museu vagin a una, on l'esperit festiu de l'existència humana que és l'idea principal de l'exposició i una de les característiques més pròpies de *Comediants*, ha de ser palpat en tot moment.

## **b) Política de preus i promocions**

### **El preu**

El preu representa un referència important per al visitant davant del producte. Segurament, no podrem oferir una entrada gratuïta, ja que un dels objectius fixats és generar recursos per l'autofinament.

Naturalment, s'obtidrà ingressos procedents de les entrades i tarifes espacials d'actes i exposicions especials, la venda de productes de la botiga i/o llibreria, lloguers d'espais,

préstecs d'objectes, etc. Però, hem d'oferir altres productes o serveis que proporcionin més ingressos.

Però, primerament parlarem de l'estratègia de preus d'entrades. Hem d'establir preus diferenciats segons el segment de la població, agències de viatge i altres possibles distribuïdors.

A més a més, podríem proposar de seguir l'estratègia anomenada el preu com a incentiu<sup>93</sup> perquè creiem que el museu ha de cobrar un preu d'entrada comparable a altres activitats d'oci per dues raons: en primer lloc, perquè hi ha certs grups d'individus que tendeixen a subestimar els serveis gratuïts o molt econòmics, i per tant donar-los menys valor; i en segon terme, perquè la majoria de gent tindria poc incentiu si pogués visitar l'exposició permanent a qualsevol altre moment, amb el mateix preu i per la mateixa experiència. Els visitants han de poder estimar el valor del patrimoni també a través del preu. Creiem que seria una bona estratègia oferir preus especials segons la temporada, el dia o l'hora per evitar massificació de gent, el número de visitant (per exemple el visitant número 100 paga 1€), tarifes especials per la compra d'entrades anticipades i per comprar programes especials, etc. D'aquesta manera els visitants potencials es sentirien més implicats, haurien de planificar la seva visita amb antelació i aprofitar l'ocasió quan s'ofereixen programes o activitats especials que tenen una vida limitada.

També, i si el museu es trobés a Canet de Mar, hauríem de contemplar la possibilitat d'oferir un preu especial als residents.

---

<sup>93</sup> IZQUIERSO CAMARERO, Carmen, i GARRIDO SAMANIEGO, Maria José. Marketing del patrimonio cultural. Ediciones Pirámide, Madrid, 2004.

Una altra opció a contemplar seria oferir una entrada conjunta<sup>94</sup> amb un preu especial, amb la qual el per exemple el visitant pogués visitar l'exposició permanent del Museu Comediants i la Casa museu Lluís Domènech i Montaner. O també, per descentralitzar l'oferta museística de Barcelona, podríem mirar la possibilitat d'establir un acord amb diferents museus i oferir un entrada conjunta. És a dir, i val com a tall d'exemple, el visitant podria visitar una exposició temporal al MAE i l'exposició permanent del Museu Comediants. També, podríem establir un conveni amb el Museu del Cinema de Girona i oferir una entrada conjunta als visitants.

Una vegada hem reflexionat sobre els preus d'entrada, podem parlar d'altres possibles ingressos propis. Hi podria haver programes i activitats per a diferents segments del mercat, programació d'actes especials, els préstecs d'objectes (per empreses, no per a museus), dret de reproducció, tarifa pel lloguer d'espais, ingressos per a la venda de mercaderies, quota dels amics del museu i comercialització de serveis.

No tan sols hauríem d'oferir programes educatius per a escolars, sinó que també per a joves (universitaris o no) i gent gran. Hi ha gent gran que vol aprendre.

Dins de la proposta de programació d'actes especials podríem presentar per exemple un nou espectacle de *Comediants*. A part, podríem pensar a organitzar subhastes que segur que seria una important font d'ingressos.

Referent a l'ingrés procedent del préstec d'objectes, cal dir que normalment el préstec d'objectes entre museus és gratuït. Tanmateix, podem plantejar-nos el préstec d'objectes a particulars o a empreses. Hi ha empreses o particulars que lloguen per exemple quadres de pintors per a ocasions especials.

---

<sup>94</sup> Ídem.

Naturalment, hauríem de comptar amb una sala d'actes, un espai amb un escenari i taules amb cadires per realitzar diferents tipus d'actes. Aquest espai podria ser llogat per tal d'obtenir ingressos.

A part, el museu també hauria de disposar d'un botiga on el visitant podria comprar llibres, jocs, CDs, DVDs, pòsters, etc.

I finalment, hauríem de crear una associació d'amics del museu. L'establiment de relació amb els clients és propi dels museus a través de la xarxa d'amics del museu. El programa d'amics del museu tindria un doble propòsit, induir a la gent a visitar i donar suport de forma més activa al museu i proporcionar aparentment un flux independent d'ingressos. Als amics del museu se'ls podrà permetre gaudir de certs privilegis, com l'entrada gratuïta i il·limitada al museu, descomptes en compres, rebre invitacions per a programes especials, etc. D'aquesta manera, s'aconseguiria un fidelització de part del visitant. Un visitant fidel és més efectiu en cost que buscar sempre noves audiències<sup>95</sup>. No obstant, potser hauríem d'establir categories entre els amics, diferents quotes i distints privilegis, amb el fi d'arribar a diferents segments del mercat. Així, per exemple podria haver-hi:

**Membre col·laborador:** aquest tipus de membre podria ser voluntari, i realitzar feines de guia, educador de sala, recepcionista, col·laborar en recerca, etc. Una contraprestació seria oferir-li la possibilitat de veure assaigs de *Comediants*, tenir descomptes per a espectacles o en algun acte concret del museu, etc.

---

<sup>95</sup> IZQUIERSO CAMARERO, Carmen, i GARRIDO SAMANIEGO, Maria José. *Marketing del patrimonio cultural*. Ediciones Pirámide, Madrid, 2004.



**Membre protector:** aquest membre pagaria una quota anual, i a canvi, i segons la seva aportació, per exemple podrà estar present de manera preferent en tots els actes especials, o disposar d'entrades per espectacles, etc.

**Empresa membre:** Les empreses poden col·laborar amb aportacions a fons perdut o mitjançant una subvenció a una activitat concreta del museu. Per un costat, a canvi d'una aportació, l'empresa membre podria disposar de la sala d'actes per realitzar reunions d'empresa. També, podrien estar presents el nom de l'empresa a la publicitat de l'activitat subvencionada. A part comptaran amb una desgravació fiscal.

A part, també pot haver la “Targeta Amiga”<sup>96</sup>, igual que ofereix el Museu Thyssen-Bornemisza. El visitant que disposi d'aquesta targeta contribuiria directament i activament en el desenvolupament del museu. A canvi podria participar en totes les activitats de forma preferent, entrada gratuïta al museu i a les sales, informació sobre les activitats (també de la recerca) i un preu especial en els cicles de conferència.

No obstant, hem de constatar que segons nous estudis d'economia que estan sorgint diuen que els programes de fidelització deixen de ser atractius en el moment que altres museus també ofereixin aquest servei. Un programa de fidelització comporta recursos humans i econòmics per mantenir-lo i si no presenta una bona resposta ràpidament, no serà viable econòmicament! I tancar un programa com aquest pot ser contraproductiu per a la imatge de marca i de qualitat.<sup>97</sup>

La comercialització de servei hauria de contemplar la creació d'un departament que es dediqués només a organitzar i vendre diferents serveis a empreses i particulars. Hi ha moltes empreses que per un costat cerquen propostes per realitzar activitats *d'outdoor*

---

<sup>96</sup> Ídem.

<sup>97</sup> Font oral.

*training* o altres tipus programes d'incentiu que tenen com a objectiu, entre altres coses, incentivar els treballadors i fer-los treballar en equip. Per exemple, aquest departament del museu podria organitzar gimcanes arran de l'exposició permanent.

Per una altra banda, les empreses també cerquen espais amb un cert encant per realitzar reunions d'empresa, per a la presentació de nous productes, per celebrar un esdeveniment especial, etc. Per exemple els diferents col·legis professionals organitzen jornades, les quals acaben amb sopars on els diferents professionals poden establir contactes, intercanviar d'opinions, etc. Per exemple des del museu es podria organitzar un *catering* i oferir un sopar a la sala d'actes. Prèviament, els assistents podria visitar l'exposició i tot segut gaudir d'un bon àpat. També, podria ser un sopar temàtic. Per exemple, el personal i la decoració de la sala podria estar inspirada en l'espectacle "Mil i una Nits".

Seguint la mateixa idea, els particulars també podrien disposar d'aquest servei, i celebrar per exemple un aniversari. No seria divertit estar sopant i ser sorpresos de cop amb un petit espectacle?

### **La política de promoció**

Amb la política de preus, ja hem pogut veure diverses propostes de promoció dirigides al visitant. No obstant, hem de tenir en compte les activitats promocionals vers els distribuïdors. Per un costat, internament hi haurà el personal de l'organització, el qual podríem motivar, i per exemple oferir-los la possibilitat de veure determinats assaigs. També, podríem pensar en donar una compensació per objectius per la comercialització dels diferents productes i serveis.

Per un altra banda, a l'exterior del museu hem de tenir en compte les oficines de turisme i hotels de la comarca i de Barcelona, que poden difondre el producte, i a canvi els

diferents professionals que actuen com a intermediaris i distribuïdors haurien de ser invitats a les inauguracions, els actes especials, etc. A les agències de viatges se'ls haurà d'oferir entrades gratuïtes, organitzar *Fam Tips* per als treballadors, etc.

### c) **La distribució**

La distribució comercial abraça el conjunt d'activitats necessàries per situar els béns i serveis a disposició del comprador final. Podem distribuir un producte directament, o a través d'altres canals de distribució.

#### **Proposem l'estratègia següent:**

Prèviament a l'obertura del museu i l'exposició permanent, des dels diferents medis de comunicació, haurem donat a conèixer la seva existència. Una vegada inaugurat i invitat a familiars, col·laboradors, amics, proveïdors, clients de *Comediants* haurem de cercar maneres per donar a conèixer el producte als diferents segments del mercat.

Per un costat, a nivell local, podríem organitzar una festa perquè tot canetenc conegui el nou recurs patrimonial que està al seu abast. El poble ha de saber, conèixer per estimar-ho, i així també ho transmetrà a altres persones.

Per una altra banda, també a nivell local, hauríem de parlar amb el personal i deixar documents informatius de l'exposició permanent del Museu Comediants als diferents punts d'informació o centre d'atenció al visitant i al ciutadà de Canet de Mar. També, hauríem d'intentar d'establir una col·laboració amb la Casa museu de Lluís Domènech i Montaner<sup>98</sup>, la qual compta amb una àmplia base de dades de persones que han visitat la

---

<sup>98</sup> <http://www.canetdemar.org/ambit.php?id=25>

Casa museu de Lluís Domènech i Montaner a Canet de Mar i estan obertes a rebre informació. Seria interessant fer un *mailing* a aquestes persones, tot fent una proposta, la qual podria ser per exemple “Vinguin a descobrir quina relació hi ha entre el modernisme català i *Comediants*”, de tal manera que aquestes persones vindrien a visitar un dia prèviament determinat l'exposició i descobririen els punts de connexió entre les característiques pròpies del discurs modernista català, el qual coincideix força amb molts trets propis de *Comediants*: la importància de la natura per trobar el benestar, l'essència mediterrània, recuperar les tradicions, elaborar obres amb elements essencials i/o simples...

Més tard, quan el Museu Comediants compti amb una base de dades de visitants, podria oferir-los aquests contactes a la Casa museu perquè pugui fer una nova proposta perquè aquesta gent també visitin la Casa museu de Lluís Domènech i Montaner. Hem d'establir col·laboracions amb altres entitats locals per poder oferir serveis conjuntament o de manera complementària.

A nivell comarcal hi ha el Consorci de promoció turística de la Costa del Maresme<sup>99</sup>, el qual rep d'arreu del món peticions d'informació sobre diferents recursos turístics de la comarca i, entre altres coses, edita fulletons temàtics. Fa dos anys estava previst d'editar una guia de museus del Maresme, la qual seria un bon mitjà de difusió a tenir present, mentre que també hem de tenir present la pàgina web per la qual es difon informació de la comarca i dels recursos turístics.

A més, el Consorci de promoció turística de la Costa del Maresme es preocupa de difondre la informació a les oficines de turisme de la comarca i a tota la xarxa de oficines de consorcis de promoció turística de Catalunya.

---

<sup>99</sup> <http://www.costadelmaresme.es/>

El personal de l'oficina situada al Consell Comarcal el Maresme a Mataró assisteix a les fires nacionals i internacionals que resulten més interessants per potenciar les ofertes turístiques dels seus membres, que poden ser privats i públics.

També, reben *Press trips*, periodistes d'arreu del món de revistes especialitzades que volen escriure articles i fer fotografies del Maresme. Davant d'aquests públics, el personal de l'oficina organitza l'estada (amb allotjament o manutenció), visites o activitats vers els diferents recursos i/o ofertes turístiques del Maresme per tal de promocionar la comarca.

El Consorci de promoció turística de la Costa del Maresme rep també encàrrecs especials per organitzar una activitat especial per grups a grups determinats. Així com, a tall d'exemple, durant els mesos d'estiu moltes agències de nivell internacional preparen els nous catàlegs per a l'any següent. És freqüent que tour-operadors demanin directament, o bé a través de la oficina de turisme de la Diputació de Barcelona o des de la Generalitat de Catalunya, que s'organitzin per al seu personal procedent de diferents departaments, l'estada (amb allotjament o manutenció), visites o activitats vers els diferents recursos i ofertes turístiques del Maresme per conèixer la zona amb totes seves ofertes.

A part, el personal de les oficines dels diferents consorcis es reuneixen regularment per compartir experiències. Normalment, cada reunió es fa en una oficina diferent de la xarxa que conformen els consorcis de promoció turística de Catalunya. D'aquesta manera el personal de les oficines dels diferents consorcis coneix la comarca i els recursos *in situ*.

També, els membres privats i públics es reuneixen on, entre altres coses, s'exposa l'activitat duta a terme durant l'any des de l'oficina del Consorci de promoció turística de la Costa del Maresme, de les oficines de turisme de la comarca, dels hotels, dels restaurants, de les empreses d'activitats culturals i esportives, i es comenta les noves propostes per a l'any següent.

Aquest organisme es preocupa per promocionar i difondre els recursos i les ofertes turístiques del Maresme, tant a nivell nacional com internacional. Així que hauria d'obtenir tota la documentació necessària en diferents idiomes i, al mateix temps, oferir la possibilitat d'utilitzar i visitar l'exposició de tal manera que pugui difondre aquest nou recurs cultural del Maresme.

Per promocionar l'exposició i el museu podríem oferir a aquest organisme la sala d'actes del museu per realitzar les reunions entre els consorcis de promoció turística del Catalunya, i entre els mateixos membres del Consorci de promoció turística de la Costa del Maresme.

A nivell de província tenim la Diputació de Barcelona, la qual edita la guia *Activitats turístiques a prop de Barcelona*, on podria aparèixer l'exposició del Museu Comediants. Aquesta guia es difon per molts canals, com per exemple a través de la Vanguardia del diumenge, fires, museus que conformen la Xarxa de Museus de la Diputació de Barcelona, les oficines de turisme de la Diputació de Barcelona, etc. A més, es difondria aquesta visita, i altres activitats arran de l'exposició, a través de la seva web dedicada al turisme de la província de Barcelona, Turisme Total<sup>100</sup>.

---

<sup>100</sup> <http://www.turismetotal.org/hometotal.asp>

La Generalitat de Catalunya edita la *Guia per gaudir de Catalunya*, en la qual hi ha més de 300 idees a l'abast de tothom. A la web de Turisme de Catalunya<sup>101</sup> hi ha un recull de museus i col·leccions obertes al públic que es poden visitar arreu de Catalunya. Els museus que es difonen a través d'aquest mitjà són museus oficials (compleixen les pautes de la llei). A més, Turisme de Catalunya està present a les diferents fires de turisme nacionals i internacionals. A part, també compta amb una xarxa de oficines d'informació turística repartides per Catalunya i pel món. A través de la guia, el web, les fires i les oficines de turisme situades a Catalunya i a l'estranger, es podria donar a conèixer l'exposició permanent del Museu Comediants.

Hem de tenir molt present la capacitat de difusió que tenen les diferents administracions públiques (distribuidors), on a través de diferents departament (turisme, cultura, etc.) o organismes dependents (oficines de turisme, oficina de difusió artística, Institut del Teatre, etc.) podrien difondre l'exposició permanent del Museu Comediants. Tanmateix, no deixa de ser que han de promocionar un ampli ventall de recursos, i per tant sempre és necessari també promocionar directament a través d'un departament comunicació, o bé des de la direcció del museu.

Deixant de banda la distribució indirecta, des del museu, a nivell nacional i internacional, i a part d'establir relació amb agències de viatges i tour-operadors de manera directa podríem establir contactes amb casals catalans repartits pel món, els quals poden oferir la informació als seus membres o, fins i tot, programar una visita. Per exemple des del departament de comercialització de serveis podríem organitzar una escapada de cap de setmana a Catalunya. Podríem elaborar un programa que girés al voltant de *Comediants* i el teatre on els membres d'un casal determinat naturalment visitarien, entre altres coses, l'exposició permanent del Museu Comediants. També, haurem d'establir contactes amb escoles de teatre, amb universitats, associacions de teatre, etc., i també amb altres museus de teatre. També, podríem crear una promoció

---

<sup>101</sup> [http://www.gencat.net/turistex\\_nou/home.htm](http://www.gencat.net/turistex_nou/home.htm)

per difondre l'exposició permanent, on per exemple el visitant que comprés una entrada del Museu Nacional del Teatro tindria una entrada lliure al Museu Comediants.

Un altre canal de difusió és l'exposició itinerant "Forats: espiant Comediants", la qual podria passar d'un museu a altre, sala d'exposicions, etc.

A part, també podríem visitar els hotels de la comarca i oferir-los vídeos i fulletons informatius de l'exposició permanent i el Museu Comediants per als seus clients, disposar d'una pàgina web per difondre la informació, realitzar publicacions, etc.

Molt important és disposar d'un base de dades per poder distribuir la informació sobre activitats, publicacions, exposicions a visitants, administracions públiques, oficines de turismes, etc., és un servei molt important, ja que mostra, entre altres coses, que la institució es mou, i per tant és un centre dinàmic amb un munt de propostes i projectes.

- **Difusió i comunicació**

A l'apartat anterior, hem parlat d'algunes eines de comunicació. Els anuncis del museu i l'exposició a través de les diferents guies que editen les administracions, o els vídeos de què podrien disposar els hotelers serien unes possibles eines publicitàries, mentre que oferir visites a agents de viatges seria una eina de comunicació pròpia de relacions públiques. I finalment, enviar informació referent el museu i l'exposició a les persones fitxades a la bases de dades seria una eina de màrqueting directe.

O sigui que la difusió del patrimoni adopta bàsicament la forma de publicitat, fulletons, Internet i relacions públiques. No obstant, és important cercar formes de promoció



potents, però econòmiques. La tendència actual és donar més importància a les relacions públiques que a la publicitat; és pràcticament gratuïta i té més credibilitat.

### **La comunicació en la difusió**

Sempre hem de tenir en compte quin objectiu de comunicació perseguïem, el públic a qui va dirigit, l'instrument o eina que farem servir, i finalment el suport.

El primer objectiu de la comunicació ha de ser donar a conèixer l'exposició permanent i el museu. La comunicació d'aquest producte no només és dirigida al públic potencial sinó que també vers aquelles entitats que actuaran com difusores i intermediaris: les agències de viatge, museus, oficines de turisme i organismes públics.

A l'inici voldrem que els individus sàpiguen que existeix un exposició permanent i un Museu Comediants, per tant el contingut de la comunicació farà un afermament en tots els elements que conformen l'oferta (recursos, serveis i valors). Un altre exemple de notorietat, o informació, seria dirigir-se a un públic objectiu que podria ser per exemple les agències de viatges, on un instrument a utilitzar podria ser l'assistència a fires de turisme, i el suport podria ser un *stand* o participar com a ponents en conferència o seminaris que es proposin com a activitats complementàries a les diferents fires. I una altra idea seria muntar un *stand* a la fira medieval que es celebra a Montblanc, establint un lema com podria ser la relació dels comediants de l'edat Mitjana i *Comediants* avui dia.

També, hem de tenir en compte d'estar presents d'alguna manera ja sigui física una persona de relacions públiques repartint fulletons de l'exposició o com a patrocinadors (també una forma de relacions públiques) en esdeveniments que tinguin relació amb el món del teatre (Fira del Teatre al Carrer a Tàrraga), el món dels museus i la cultura, etc.

Una vegada que es conegui l'exposició permanent i el Museu Comediants, la comunicació podrà tenir com a objectiu arribar a unes certes persones en concret, per exemple oferir-los només en aquest públic un producte o servei particular. Per un costat, per exemple, i tenint en compte que l'objectiu de la comunicació és persuadir a la visita, podríem cercar la manera d'atraure els més menuts acompanyats per les seves famílies (visitant potencial). És a dir que les famílies serien el públic objectiu. Un mitjà seria utilitzar la publicitat, que seria per exemple en forma de regal. El regal podria ser un globus en forma de Sol (petita rèplica del Sol de *Comediants*). El visitant que hauria visitat l'exposició sense nens, s'enduria a casa aquest regal i el donaria al nen o a la nena que tingués més a prop. Suposem que el nen o la nena voldrà saber d'on ha sortit aquest regal i voldrà visitar aquest lloc on hi ha globus en forma de sols.

Per un altre costat, i un altre exemple, són els amics, el patrocinadors, voluntaris que rebran una comunicació personalitzada i directa en la qual els informaran d'esdeveniments especials, els convidaran a certs actes, obtindran els resultats de recerca que s'ha dut a terme des del centre de documentació, etc. El suport de difusió seria el correu electrònic (màrqueting directe). L'objectiu d'aquesta comunicació és la personalització de l'oferta.

La imatge o la identitat serà un eina de comunicació i promoció, la qual estarà formada per un logotip, un símbol i un eslògan o lema que actuen conjuntament per atreure l'atenció. La imatge es difondrà extensament a través de mitjans de comunicació, bosses de compra, articles de regal, fulletons, al paper de carta del museu i de Comediants S.A., etc.

És a dir, que el logotip del museu podria sortir a tots els prospectes o altres tipus de documents que s'editi per a un projecte o espectacle de *Comediants*, i viceversa.

En clausurar aquest apartat, hem advertit que al llarg d'aquest TFC o projecte cultural, a part d'establir les bases d'un pla d'exposició i de comunicació, també hem seguit un procés de planificació de màrqueting que podia ser un punt de partida per al pla de màrqueting del museu. Hem fet una anàlisi de l'entorn (Dinàmica Territorial i Dinàmica Sectorial) plasmant les oportunitats i amenaces, una anàlisi de recursos (Anàlisi interna de l'organització), hem establert la finalitat i els objectius, i en aquest apartat hem especificat les estratègies, les quals també podem anomenar estratègies de màrqueting. Tot plegat ha donat pas al pla de màrqueting format pel producte, el preu, la distribució i la comunicació. Ara només faltaria establir un pressupost per al pla de màrqueting, el procés d'implantació i de control o seguiment d'aquest.

## 2.5 Activitats

Les activitats són la materialització del projecte. L'acció principal serà exposar el patrimoni de *Comediants*, però per dinamitzar el futur museu, del qual formarà part aquesta exposició permanent, hem d'establir diverses formes per apropar el patrimoni als diferents segments de la població. En l'apartat "Destinatari" ja hem definit els segments de públic. Seguidament, a partir dels diferents segments de mercat, haurem de cercar un públic objectiu dins de cada segment de públic per poder concretar l'oferta. Aleshores, oferint una activitat concreta, s'atraurà determinats visitants-típus d'un segment de públic. No obstant, advertirem que alguna o altra activitat que proposarem, es pot modificar per adaptar-la a altres públics objectius d'un mateix segment de públic o d'un altre.

- **Visitants adults**

Realment, hem de pensar de crear un departament de comercialització de serveis dirigit a empreses i a particulars. Hi ha empreses que cerquen activitats *outdoor*. Les activitats *outdoor* poden ser esportives, lúdiques, culturals, etc., que volen, entre altres coses, motivar o fomentar la relació entre treballadors d'un departament o empresa. Des del museu i arran de l'exposició permanent de *Comediants* podríem oferir una gimcana (visita descobriment<sup>102</sup>). És clar que també podria ser una proposta també per a visitants particulars.

Per exemple podríem establir quatre equips amb unes quatre persones a cada grup, de manera que es barregin persones de diferents departaments d'una mateixa empresa, de tal manera que es coneguin, es relacionin i treballin plegats diferents professionals. Un grup amb el seu respectiu vestuari s'anomenaria "Dimonis"; uns altres serien personatges del "Sarau de l'Any"; el tercer grup representaria personatges de "Mil i una Nits", i l'últim equip formaria un grup amb figures de la "Flauta Màgica". Cada equip

---

<sup>102</sup> SANTACANA MESTRE, Joan, i SERRAT ANTOLÍ (coord.), Núria. *Museografia didáctica*. Edicions Ariel, Barcelona 2005.

tindria un punt de sortida diferent en l'exposició. A través de preguntes haurien de fer un recer car per poder respondre les qüestions que poden estar escrites sobre cartolines o ser formulades als diferents grups per a persones del museu. Així, amb algunes proves, avançaria el joc, on, naturalment, hi hauria sorpreses i traves on compta l'arranjament de les persones de cada equip.

Una última prova seria que cada grup ha de posar en escena una part determinada de l'espectacle que representa a la sala d'actes. Aquestes representacions es podrien realitzar una vegada haver sopat o dinat dins d'aquesta mateixa sala.

Finalment, el grup que hagi aconseguit respondre millor els diferents reptes aconseguiria un premi, mentre que els altres grups també obtindrien una compensació per la seva participació.

- **Visitants joves**

Evidentment, hi ha moltíssimes propostes, com per exemple oferir un acte especial per a graduats. Tanmateix, ens agradaria parlar d'una activitat determinada, la qual potser és una idea molt esbojarrada. Si tenim en compte que a Catalunya hi ha actualment prop de 700.000 persones d'entre 25 i 64 anys sense parella, i com a resposta han sorgit moltes iniciatives empresarials que els reconeixen i defensen el seu estil de vida<sup>103</sup>, podríem organitzar activitats per a un públic jove i solter. Hi ha molts joves que cerquen una parella, i normalment es vol trobar una parella que comparteixi els mateixos interessos. Aleshores, des del departament de comercialització de serveis, podríem oferir directament a particulars o empreses, les quals organitzen activitats de diferent índole perquè persones que els agrada el món de la creació, del teatre, de l'espectacle, la cultura, i sobretot a *Comediants*, es puguin trobar al museu, conèixer gent amb els

---

<sup>103</sup> Rosals, Àngels (2005): "Propostes singulars", Vincles. Cambra de Comerç de Barcelona, núm. 30 setembre, pàg. 59 -64.

mateixos interessos i relacionar-se. Una activitat que podríem proposar per exemple seria un dijous al vespre convidar vint joves solters a l'exposició.

Una vegada que hagin passat pel Túnel dels Sentits, deu persones serien repartides als diferents espais de l'exposició. Cada persona situada dins d'un marc disposaria d'un cert temps per familiaritzar-se amb els missatges i els recursos museogràfics. Seguidament, les altres deu persones tindrien 7 minuts per visitar cada espai i persona. Llavors, les persones repartides dins dels diferents marcs sortirien, i entrarien les persones que hagin pogut voltar. Així, tothom podrà veure l'exposició i tindria dues oportunitats per parlar amb les diferents persones.

Sense cap dubte, hi ha el perill que es pugui interpretar temes o missatges erròniament, però el que haurem aconseguit és establir un vincle de contacte entre la realitat de les diverses persones. Per exemple, més d'una persona cercaria episodis familiars o del seu entorn per explicar o relacionar algun tema de l'exposició, de tal manera que a la persona que li haurà d'explicar l'espai, a part d'apropar-la als diferents missatges, també l'haurà apropat al seu món.

- **Persones amb discapacitat**

La majoria de persones amb discapacitat es mouen en grup. Aleshores, ens hem de dirigir a escoles, associacions o fundacions que ofereixin activitats als seus membres, i potser fer coincidir dues classes d'un mateix curs d'educació especial d'escoles diferents. D'aquesta manera es podria establir un vincle de comunicació entre diferents escoles, i organitzar activitats conjuntes.

A Canet tenim diversos organismes que es preocupen per gent amb discapacitat física i psíquica. Hi ha per exemple la Fundació Marpi, la qual compta amb una residència per a persones amb discapacitat a Canet i a Pineda. Sabem que els habitants amb discapacitat

que resideixen a Canet tenen molta afecció al teatre. Fins i tot, en el pati tenen un escenari on assagen i fan representacions durant tot l'any. Per exemple, en aquestes persones els faria molta il·lusió veure l'exposició. Després d'una visita que serà comentada amb l'ajuda dels monitors, haurien d'escollir un tema que voldrien representar. Aleshores, a casa seva durant les tardes i els caps de setmana podrien assajar i fer el vestuari (seria com un taller, fet a casa, anomenat taller didàctic de dramatització<sup>104</sup>). Un dia determinat invitaríem els membres de la fundació i els familiars i amics per veure a la sala d'actes la posada en escena d'un espectacle en mans d'aquest grup canetenc.

- **Grups familiars**

En un altre espai del museu podríem disposar d'una sala taller on a més hi hagués un vestuari. Per exemple, els diumenges al matí podríem oferir als grups familiars visitar l'exposició amb vestuari de *Comediants*. Seria tot un ritual. Les famílies arribarien al museu i els acompanyarien al vestuari on haurien d'escollir els vestits, barrets, i s'haurien de maquillar si no decidissin portar màscara. Aleshores, podrien visitar de manera individual l'exposició o en grup a través d'una visita-conte (visita lúdica<sup>105</sup>). Un guia començaria dient *Hi havia una vegada...* i els pares i fills ajudarien a explicar el conte. El guia donaria indicacions de tal manera que les famílies poguessin apropar-se als missatges i participar en el desenrotllament del conte. Segurament, el conte plasmaria una bona combinació de fantasia infantil i realitat d'adults. Evidentment, cada grup explicaria un història diferent, les quals podríem recollir en un llibre.

Finalment, tornarien al vestuari per poder treure's la pintura i guardar el vestuari al seu lloc.

- **Grups escolars**

---

<sup>104</sup> SANTACANA MESTRE, Joan, i SERRAT ANTOLÍ (coord.), Núria. *Museografia didáctica*. Edicions Ariel, Barcelona 2005.

<sup>105</sup> Ídem.

La majoria de museus ofereixen programes escolars; per tant és difícil establir una activitat que sigui prou atractiva per atreure aquest públic. Per exemple, per un costat, seria imaginable la possibilitat que els alumnes i els mestres fessin de guies de l'exposició. O sigui que abans de la visita s'hauran de preparar, documentar i investigar sobre *Comediants*, sempre tenint en compte les capacitats corresponents a cada nivell escolar.

El dia de la visita repartíem els alumnes en grups i espais. Cada grup en un marc ha de preparar l'explicació de l'espai que li hagi correspost. No obstant, el professor podria haver rebut una petita formació prèvia (o haver rebut la informació necessària arran de l'exposició) per ajudar els alumnes. A més a més, hi haurà un monitor o guia que ajudaria els nens a interpretar els missatges i a conèixer els recursos museogràfics. Després, cada espai serà mostrat (interpretat) a través de la perspectiva dels alumnes.

Tanmateix, i per una altra banda, també podríem elaborar programes escolars que contemplin visites amb una guia. Serien visites comentades i adaptades als diversos nivells escolars. Però, si proposéssim programes escolars amb visites guiades arran l'exposició hauríem de tenir en compte la possibilitat de fer aquesta activitat sense que els alumnes hagin de prendre apunts. A canvi, alumnes i mestres solament haurien de participar, reflexionar i actuar. Per finalitzar, els alumnes podrien representar la imatge que els ha quedat més impregnada a l'ànima, tot pintant-la a la paret del passadís del museu.

- **Grups organitzats**

### **Gent gran**

Com ja hem dit en l'apartat de Destinataris, la majoria de gent gran no està interessada o prou motivada per visitar exposicions i/o museus. Per poder atreure la seva atenció, i



per tant perquè escoltin i gaudeixin d'aquesta experiència, hauríem d'oferir visites guiades en forma de petit espectacle (visites teatralitzades). De fet, les visites teatralitzades provenen de societats anomenades *re-enactment* (representacions teatrals) sorgides en els últims decennis del segle XX. El desig de viatjar en el temps i en l'espai, la lucidesa de les imaginacions emfàtiques han motivat activitats complexes que poden crear patrimoni amb capacitat de generar atracció<sup>106</sup>. Però, més enllà d'oferir una visita teatralitzada o de simulació dins d'un espai que forma part d'una realitat (del caos), hem de presentar un espectacle (l'ordre), el qual ha d'estar en mans del guia del museu. El guia hauria de vestir-se amb vestuari propi d'un espectacle, i acompanyar el grup a través d'aquest imaginari amb sorpreses i activitats.

### **Associacions i fundacions**

Hi ha molts tipus d'associacions i fundació. Segurament, hi hauria moltes associacions de teatre que visitarien l'exposició. Per exemple una associació de teatre podria visitar l'exposició i, després d'una visita guiada, seria possible celebrar un petit fòrum a la sala d'actes, on els diferents membres de l'associació amb alguna persona de *Comediants* podrien dialogar sobre els temes exposats, els diferents aspectes descoberts, parlar sobre el món de la creació, del teatre i espectacle. O sigui que, i primerament, seria apropiat realitzar una visita interrogativa, la qual és una de les estratègies més freqüents de les visites guiades. En aquest tipus de visites, el mediador planeja distintes qüestions als usuaris per incitar a la seva participació, apel·lant als coneixements que els visitants posseeixen respecte als continguts presentats al llarg de l'exposició. Hooper-Greenhill (1998) descriu el tipus de preguntes que poden utilitzar-se segons l'autora Núria Serrat Antolí en el text adaptat de la seva tesi doctoral "Acciones didácticas en los museos. Análisi y estado de la cuestión."<sup>107</sup>, estableix la següent tipologia de preguntes a realitzar:

---

<sup>106</sup> SANTACANA MESTRE, Joan, i SERRAT ANTOLÍ (coord.), Núria. *Museografía didáctica*. Edicions Ariel, Barcelona 2005.

<sup>107</sup> Ídem.

“les *preguntes de memòria* cerquen el record de dades, el reconeixement de coses i descripcions; les *preguntes convergents* van dirigides a aspectes específics, el que ja se sap o es compren. Per les seves respostes es sol·licita que es facin explicacions o comparacions o que s’estableixin relacions; les *preguntes divergents* contempen allò múltiple, és a dir que pot haver més d’una resposta. Per contestar aquest tipus de pregunta es requereix imaginació, formulació de hipòtesis, el coneixement aplicat, la resolució de problemes, predicció, deducció i reconstrucció; les *preguntes crítiques* demanen respostes exclusives, basades en la selecció i evolució. Es cerca l’opinió particular, i s’haurà d’exposar el punt de vista propi, justificant-lo i definint-lo com a prova; les *preguntes de síntesi* són molt útils al final de qualsevol tipus de procés cognitiu. Busquen el record de les experiències recents, faciliten una revisió i avaluació d’allò succeït i permet la contextualització i assimilació de nous coneixements.”

I seguidament, podríem oferir una activitat complementària i d’aprofundiment que podria ser un Fòrum. Aquesta proposta pretén establir un diàleg en aspectes específics que han provocat sorpresa, decepció, canvis en la percepció, etc. entre els diferents persones que formen el grup procedent d’una determinada associació de teatre.

O per exemple, podria donar-se el cas que vingués un grup d’una associació de dones apassionades per la poesia, les quals després d’haver fet també una visita interrogativa arran de l’exposició permanent amb una guia, podrien passar a la sala d’actes i en petits grups podrien elaborar un poesia inspirada en un dels temes de l’exposició. Aquest tipus de visita s’anomena visita-taller<sup>108</sup>, ja que combina la visita amb un taller d’expressió.

---

<sup>108</sup> Ídem.

## Grups turístics

Els grups turístics poden ser nacionals i internacionals. La majoria d'agències de viatges cerquen noves iniciatives per als seus clients, tant individuals com grups. Per tant, a part d'oferir la visita, ha d'haver-hi un valor afegit que sigui un motiu més per escollir l'exposició permanent i el Museu Comediants. O sigui que normalment, les visites comentades són expositives i acostumen a ser molt utilitzades per aquests tipus de grups, ja que sovint són grups nombrosos i disposen d'un temps limitat. En aquest tipus de visita, el mediador estableix un diàleg entre l'exposició i els usuaris, presentant el nucli temàtic clau. En termes generals, encara que es permeti la participació de l'usuari mitjançant el plantejament de preguntes o comentaris, l'atenció recau sobre el mediador, de manera que en tot moment aquest és qui determina el ritme a seguir i el tipus de contingut a mostrar<sup>109</sup>. Per tant, més aviat seria més idoni oferir un altre tipus de visita, per exemple visita-taller. De fet, no és res més que la suma d'una visita i un taller. D'aquesta manera les persones que formen el grup turístic poden alternar la visita guiada arran a l'exposició en el seu idioma amb un taller on poden desenvolupar les seves habilitats creatives.

L'exemple que se'ns acudeix és oferir una visita-taller enllaçant *Comediants* i el Modernisme. Primerament, per exemple al matí, podríem proposar fer una ruta modernista per Canet de Mar i culminar la visita amb l'exposició permanent del Museu Comediants. A la tarda podríem pensar d'organitzar un taller en l'hotel (per exemple a Calella) on estigués allotjat el grup. Un monitor podria anar a l'hotel, i en un sala es podria dur a terme el taller. Naturalment, el monitor repartiria els recursos necessaris que els permetrà apropar el contingut a tractar, presentant l'ordenació dels passos que s'haurien de seguir per arribar a l'objectiu marcat<sup>110</sup>.

---

<sup>109</sup> SANTACANA MESTRE, Joan, i SERRAT ANTOLÍ (coord.), Núria. *Museografia didáctica*. Edicions Ariel, Barcelona 2005.

<sup>110</sup> Ídem.

L'objectiu d'aquesta visita-taller és desenvolupar la capacitat de comprendre i relacionar dos àmbits d'expressió artística, dialogar-ne i gaudir-ne. A través de la manipulació de diferents materials les diverses persones del grup turístics haurien d'advertir que algunes característiques del Modernisme català també són presents en les obres de *Comediants*. Per exemple faríem dos grups. Un grup treballaria el tema del Modernista i l'altre *Comediants*. Les persones que treballassin el Modernisme serien un altre cop introduïdes al tema a través de fotografies i s'adonarien sobretot que els arquitectes modernistes o altres intel·lectuals catalans de l'època cercaven les seves arrels (en una Catalunya del segle XI), el valor de la natura on es troba el benestar enfront de la industrialització (finestres grans on sol i aire podien entrar, elements decoratius florals o de fauna, etc.), i la utilització d'elements senzills combinats, com era el vidre, el ferro, la ceràmica, la fusta i el maó.

L'altre grup tractaria els mateixos temes, però a través de *Comediants*. Per un costat, *Comediants* cerca en la història i reinterpreta llegendes, històries, cançons tradicionals, mentre que per una altra banda, busca reactivar les profundes arrels festives dels humans, les quals connecten els éssers a la natura. Qualsevol element pot ser dramatitzat on no falta el sol, la lluna, un arbre, les flors, etc., i on les coses més simples també tenen significat.

Igual que a les cases modernistes, a les obres de *Comediants* tot té un significat, i per tant també una raó de ser. El Modernisme català i aquest grup de teatre català presenten característiques que poden ser captades per tot ésser humà. No obstant, també hi trobem certs símbols que connoten una cosmovisió determinada. Així per exemple podem mencionar el capgròs o els gegants de *Comediants*, o el patró de Catalunya, Sant Jordi, tant present en els edificis modernistes. Hi ha elements de *Comediants* i del Modernisme català que són símbols propis de Catalunya.

Una vegada apropiat cada grup als temes, tot escoltant música d'algun espectacle de *Comediants*, el grup que treballi els temes del Modernisme, hauria d'elaborar amb paper

de celofan de diferents colors un vitrall reproduint un símbol que procedeixi de la seva cultura, mentre que l'altre grup hauria de pintar un mural on *Comediants* reproduís una història, una llegenda o una cançó popular del seu país. D'aquesta manera les persones possiblement s'adonarien que hi ha coses fruit d'éssers humans que són molt properes a tothom i alhora poden ser molt llunyanes i especials d'un lloc determina, però que no deixen de ser comprensibles per a les persones.

## 2.6 Model de gestió

En aquest últim apartat, intentarem definir jurídicament i administrativament el marc on volem situar aquesta exposició permanent. Aquest marc, com veurem més endavant, ja té nom i serà la Casa Comediants, la qual també ja té forma i serà una fundació, Fundació Comediants.

També, en aquest apartat farem una proposta dels recursos humans necessaris i les funcions que s'hauran de dur a terme perquè aquest projecte no tan sols sigui una realitat, sinó que també perduri en el temps.

- **Unes paraules prèvies**

Actualment, i internament de *Comediants*, circula documentació interna on es posa de manifest als treballadors la voluntat de crear una fundació, Fundació Comediants. Segons aquesta documentació, la Fundació Comediants serà l'organisme que garantirà el finançament, marcarà les directrius de programació i supervisarà el funcionament de Casa Comediants i el Centre de Documentació. Aquestes intencions ja no només són un assumpte intern, sinó que també s'ha manifestat públicament les ganes de fer realitat aquest projecte. De fet, Joan Font ja ha utilitzat en diverses entrevistes publicades en premsa les paraules "Casa Comediants".

*Comediants* per referir-se al museu utilitza l'expressió la "Casa Comediants". En aquest sentit no vol dir que el futur museu sigui una Casa Museu, sinó que es parla de 'casa' perquè és un mot més proper i familiar. De fet, és un eufemisme que ens apropa a la seva realitat.

Aleshores, hem pensat que seria oportú de mencionar d'ara endavant Casa Comediants en lloc de Museu Comediants en la qual algun dia que ja no sembla tant llunyà albergarà una exposició permanent.

- **Fundació Comediants**

La forma jurídica i administrativa Fundació Comediants suposarà una certa autonomia de gestió i rapidesa en el procés de presa de decisions per part de l'equip de gestió de Casa Comediants i Centre de Documentació. Això també ho podem llegir a la nova regulació del dret de fundacions, Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones, la qual presenta tres objectius, reduir la intervenció dels poders públics en el funcionament de les fundacions; s'ha substituït en la majoria dels casos l'exigència d'autorització prèvia d'actes i negocis jurídics per part del Protectorat (exercit per l'Administració General de l'Estat en la forma que reglamentàriament es determini, respecte de les fundacions de competència estatal, vetllarà pel correcte exercici del dret de fundació i per la legalitat de la constitució i funcionament de les fundacions) per la simple comunicació al mateix a través d'una acta o negocis realitzats, amb l'objectiu que es pugui impugnar-lo davant la instància judicial competent, si es considera contrari al dret, i, eventualment, exercir accions legals contra als patrons responsables.

Per un altre costat, s'ha flexibilitzat i simplificat els procediments, especialment els de caràcter econòmic i financer, eximint a més les fundacions de menor mesura del compliment de certes obligacions exigibles a les de major entitat. A més, la llei vol dinamitzar i potenciar el fenomen fundacional, i el Parlament d'Europa, en la seva Resolució sobre les fundacions a Espanya (R.A. 304/93) senyala en aquest sentit que

“merecen apoyo especial las fundaciones que participan en la creación y desarrollo de respuestas e iniciativas, adaptadas a la necesidades sociológicas de la sociedad contemporánea. Particularment, las que luchan por la defensa de la democracia, el fomento de la solidaridad, el bienestar de los ciudadanos, la profundización de los derechos humanos, la defensa del medio ambiente, la

financiación de la cultura, las ciencias y prácticas médicas y la investigación.”  
(Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones)

Així, i segons documentació interna de *Comediants*, la Fundació Comediants estaria constituïda per la Casa, on s'explicarà, mostrarà i recrearà la singularitat d'aquesta aventura creativa i vital, i el Centre de Documentació, el qual estarà dedicat al món de *Comediants*, però amb una àmplia documentació sobre el teatre de carrer en general. La Casa aproparà el públic a l'imaginari de *Comediants*, sensibilitzarà la societat vers el patrimoni i el seu llegat, familiaritzarà el públic al món de la creació i el patrimoni artístic-escènic, augmentarà la culturalització respecte al teatre i el món de l'espectacle, catalogarà, investigarà, conservarà, interpretarà, educarà i també establirà col·laboracions amb altres museus o centres d'interpretació, tot per preservar i difondre aquest exponent cultural català.

I el Centre de Documentació sobretot voldria ser un espai d'investigació, desenvolupament i innovació. A part, serà un espai on es catalogarà i conservarà les diferents fonts documentals de *Comediants*; on s'oferirà un lloc de consulta i de diàleg per professionals i no professionals interessats principalment en l'obra de *Comediants*; s'hi promourà l'estudi sobre l'obra de *Comediants*, el teatre català i internacional; s'hi editarà documents sobre el teatre i espectacles en general, i sobre *Comediants* en particular; s'educarà en el món del teatre, espectacles, el patrimoni, gestió de projectes, etc.; i s'establirà col·laboracions amb altres centres de documentació relacionats amb el món artístic, escènic, de disseny, audiovisual i/o cinematogràfic, de pedagogia teatral, discografia, i literatura.

Segons estableix la Llei de Fundacions (Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones), són fundacions les organitzacions constituïdes sense cap fi de lucre que, per voluntat dels seus creadors, tenen afectat de manera duradora el seu patrimoni a la realització de fins d'interès general. Aquesta fundació perseguirà un fi d'interès general catalogat com a cultural. A Catalunya hi ha un important nombre de fundacions creades



per artistes amb finalitats de caràcter museístic (fi d'interès cultural), com la Fundació Joan Miró, la Fundació Gala-Salvador Dalí, la Fundació Antoni Tàpies, etc.<sup>111</sup>

En el moment de la inscripció de l'escriptura pública de la seva constitució en el corresponent registre de Fundacions, la Fundació Comediants tindrà personalitat jurídica. I només les entitats registrades en el Registre podran utilitzar la denominació de Fundació.

La constitució d'una fundació té majors requisits formals que la d'una associació. S'ha de crear mitjançant escriptura pública i concretament, s'ha d'inscriure en el Registre de fundacions del Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya.

L'escriptura de constitució de la Fundació Comediants ha de presentar les dades següents:

- ❖ El nom, cognoms, edat i estat civil del fundador o fundadors, si són persones físiques, i la seva denominació o raó social, si són persones jurídiques, i, en ambdós casos, la seva nacionalitat i domicili i número de identificació fiscal.
- ❖ La voluntat de constituir una fundació.
- ❖ La dotació, la seva valoració i la seva forma i realitat de la seva aportació.
- ❖ Els Estatuts de la fundació, on el contingut s'ajusti a les prescripcions de l'article pertinent.
- ❖ La identificació de les persones que integraran el patronat, i també com la seva acceptació si s'efectua en el moment fundacional.

---

<sup>111</sup> DD.AA. *Manual Jurídic dels museus. Qüestions pràctiques*. Marcial Pons ediciones jurídicas y sociales, S.A. Madrid 1998.

És normalment el fundador o fundadors qui estableix els Estatuts de l'entitat i qui fixa la composició del seu òrgan de govern, que s'anomena patronat. Aquests membres del patronat no són socis sinó que són servidors de la fundació i no poden modificar lliurement les finalitats fundacionals.

En els Estatuts ha de constar:

- ❖ La denominació de l'entitat
- ❖ Els fins fundacionals.
- ❖ El domicili de la fundació i l'àmbit territorial en el qual s'hagi de desenvolupar principalment les seves activitats
- ❖ Les regles bàsiques per a l'aplicació dels recursos al compliment dels fins fundacionals i a per la determinació dels beneficiaris.
- ❖ La composició del Patronat, les regles per a la designació i substitució dels membres, les causes del seu cessament, les seves atribucions i la forma de deliberar i adoptar acords.
- ❖ Qualsevol altra disposició i condicions lícites que el fundador o fundadors tinguin a ben establir.

Com que hi ha el supòsit de col·laboració entre entitat privada i pública, els fundadors poden ser tant d'entitat privada com de l'administració pública. No obstant, també hi ha una segona opció que seria que la fundació estigués només en mans d'una entitat privada.

En tota fundació ha d'existir, amb la denominació de Patronat, un òrgan de govern i representació del mateix, que adoptarà els seus acords per majoria en els termes establerts en els Estatuts. També, correspon al patronat complir els fins fundacionals i administrar amb diligència els béns i drets que integren el patrimoni de la fundació, mantenint el rendiment i utilitat dels mateixos. En el patronat segurament hi haurà persones pròpies de *Comediants* i persones externes, tot tenint en compte que podran

constituir la fundació les persones físiques i les persones jurídiques, siguin públics o privats. En aquest cas, la Fundació Comediants, pel fet de ser una organització de Dret privat, no estarà subjectada a la legislació sobre funció pública, ni a la normativa sobre contractes de les administracions públiques, ni a fiscalització prèvia de la intervenció, etc.

Els membres d'aquest patronat solen ser elegits pel seu càrrec polític, la seva capacitat per oferir una recolzament econòmic o pel seu prestigi. Per tal de tirar endavant aquest projecte, caldrà comptar amb la col·laboració d'empreses i institucions que han estat al costat de *Comediants* o que pel seu paper estan obligades a fer-ho. Normalment, els museus de titularitat privada necessiten el suport econòmic d'una administració pública per poder substituir. Així, si el museu fos bàsicament públic, el consorci seria la millor opció, però com que l'aportació privada serà rellevant, serà perfectament justificada la creació d'una fundació.

Poden ser membres del Patronat les persones físiques que tinguin plena capacitat d'obrar i no estiguin inhabilitades per a l'exercici de càrrecs públics. Segons uns documents interns de *Comediants*, podrien que hi estiguessin presents Jaume Bernadet, Joan Font, Àngels Julian, Jin Huan Kuan, Julio Martín, Joan Segura, Paca Solà, l'alcalde i el regidor de Cultura de Canet de Mar, i persones amb encàrrecs polítics de la Diputació de Barcelona, de la Generalitat de Catalunya, i representants d'altres institucions i empreses, com podria ser una fundació d'alguna caixa o una empresa proveïdora o client de *Comediants*. Hi haurà un president i un secretari. El patronat que ha de ser constituït per un mínim de tres persones, elegirà un president si no estigués prevista d'una altra manera la designació del mateix en l'escriptura de la constitució o en els estatuts. Així mateix el Patronat haurà de designar un secretari, càrrec que pot recaure en una persona aliena en aquest (en aquest cas tindrà veu però no vot), i en qui correspondrà la certificació dels acords del Patronat.

El Patronat elegirà el director del museu (del qual dependrà l'equip de gestió format per el gerent), el responsable del Centre de Documentació i el personal tècnic.

Per un altre costat, i segons documentació interna, hi haurà els Amics de *Comediants*, on hi podríem trobar particulars, empreses o altres institucions que col·laborin com a mecenes o des del Club d'Amics, que també estarà vinculat directament a la Fundació Comediants.

Finalment, la Fundació Comediants podrà desenvolupar activitats econòmiques si l'objectiu està relacionat amb els fins fundacionals, o sigui complementaris o accessoris dels mateixos, com a sometent a les normes reguladores de la defensa de la competència.

- **Casa Comediants i Centre de Documentació**

L'article 1 de la Llei de Museus, Llei 17/1990, de 2 de novembre (DOGL de 14.11.1990) estableix el concepte següent:

“1. Són museus, als efectes d'aquesta Llei, les institucions permanents, sense finalitat de lucre, al servei de la societat i del seu desenvolupament, oberts al públic, que reuneixen un conjunt de béns culturals mobles i immobles, els conserven, els documenten i estudien, els exhibeixen i en difonen el coneixement per a la recerca, l'ensenyament i el gaudi intel·lectual i estètic i es constitueixen en espai per a la participació cultural, lúdica i científica dels ciutadans. 2. Tenen la consideració de museu els espais i els monuments amb valors històrics, arqueològics, ecològics, industrials, etnogràfics o culturals que reuneixen, conserven i difonen conjunts de béns culturals. 3. No es considera museu les biblioteques, els arxius, les filmoteques i les instal·lacions culturals similars. L'article 1 del Decret 35/1992, de 10 de febrer (DOGC de 26.02.1992) desplega aquest concepte, remarcant que l'element essencial d'un museu és el

fet de recollir, conservar, estudiar i exposar un conjunt de béns culturals i que cal, a més, reunir les condicions següents: a) no tenir finalitat de lucre, b) estar obert al públic, c) tenir caràcter permanent, i d) disposar de la infraestructura material i de personal necessària.”

Així, i a través dels documents interns de *Comediants*, la Casa i el Centre de documentació serà un equipament cultural dedicat a la divulgació i l'estudi de l'obra de *Comediants*, tot recreant el seu imaginari. La institució estarà oberta i accessible per a tot el públic. Serà un centre viu i actiu que mantindrà i transmetrà l'esperit artístic de *Comediants* en la societat actual en col·laboració amb les institucions públiques, amb el món artístic, el món de l'empresa, etc.

Tot transmetent la informació que apareix en diversos documents interns de *Comediants*, hem d'explicar que la Casa *Comediants* podria comptar amb una exposició permanent, exposicions temporals i amb activitats divulgatives. L'objectiu de la visita a l'exposició permanent que es proposa en la documentació interna és que sigui una experiència única, màgica i especial. L'exposició permanent mostraria la història de la companyia i recrearia les seves múltiples facetes (espectacles, altres creacions, vida en comú, viatges per tot el món, etc.), mentre que les exposicions temporals produïdes pel propi centre o en col·laboració amb altres museus o centres d'interpretació, generarien un nou focus d'atenció i renovarien l'interès pel centre. Podrien estar dedicades a temes lligats a l'imaginari *Comediants*: a la festa, màscares, el joc,... I les activitats divulgatives contemplarien la projecció de cinema, festes del solstici, cursos especials, etc., i haurien d'esdevenir un referent dins del calendari festiu anual. Aquestes activitats ampliarien el camp d'acció del centre en altres territoris i potenciarien la seva imatge.

A la Casa trobarem el patrimoni de *Comediants* format per objectes i fons documentals. Tanmateix, a la Casa es conservarà, s'estudiarà i catalogarà els objectes o material que avui dia es troben a La Vinya i el magatzem d'Arenys de Munt. Hi podem trobar vestuari de diferents teles, milers de sabates, barrets (de palla, de tela, de làtex, etc.),

màscares de làtex, carrosses, gegants, capgrossos, el Sol, la Lluna, elements decoratius per a l'escenari (cistella de fruites elaborat amb làtex), ulleres amb nas de plàstic, maquetes, etc. En canvi el Centre de Documentació conservarà, estudiarà i catalogarà els documents o altres tipus d'enregistraments produïts per *Comediants* o sobre *Comediants*, els quals actualment els trobem a l'arxiu documental ordenat i classificat a La Vinya.

A La Vinya es disposa d'un arxiu fotogràfic, un important arxiu videogràfic (en formats diferents) i un important arxiu musical (quasi tot en format digital). El Centre de Documentació recollirà, conservarà, catalogarà tot aquest material documental generat en aquests quasi 34 anys. Fotografies, material audiovisual, cartells, enregistraments sonors, projectes, i altres fonts documentals estarien a l'abast d'estudiosos, professionals, creadors i del públic en general. Hi ha més de 50.000 imatges (fotografies, diapositives) que mostren totes les facetes de la companyia (espectacles, assaigs, vida en comú, viatges, etc.), hi ha pel·lícules, programes i sèries realitzades directament per *Comediants* (Terra d'escudella, Somnis d'un carrer, Karnabal, Teveo de Noche, Hem fet 10 anys!) o com a col·laboradors (El Quijote de Maurizio Scaparro, Babaou, Arnau); enregistraments televisius dels espectacles teatrals com per exemple Plou i fa Sol, Alè, La Nit, Mediterrània, TEMPUS, Anthologia, El Llibre de les Bèsties, etc.; registraments televisius de cerimònies i espectacles especials, com el Foc i la Festa (cloenda dels Jocs Olímpics'92), 50 años rodando (50è Aniversari del Festival de Cinema de San Sebastian), El Escorial, La Mágia del Tiempo (Cavalcada Expo'92 Sevilla); reportatges, anuncis publicitaris, programes de televisió, creacions especials (invents), vídeos d'altres companyies i de creadors artístics. També, hi ha enregistraments sonors de música de tots els espectacles i actuacions especials, creades per diferents compositors com per exemple Ramon Calduch, Carles Elmeua, Saki, Pep Gol, Joan Albert Amargós, etc. Entre els materials documentals hi ha una àmplia col·lecció de cartells de les actuacions de *Comediants* i programes de diferents actuacions; llibres i publicacions. *Comediants* ha editat llibres: El Sol Solet, La Nit, Somnis, Agenda Perpetua, El Libro del dia y la Noche, etc. I també hi ha llibres sobre *Comediants* i el teatre de carrer en general. Entre els projectes artístics es troben

projectes realitzats i no realitzats, dibuixos, dissenys escenogràfics, figurins, etc. I hi ha altres documents com guions, resums, estudis, memòries, retalls de premsa, etc.

L'article 9 de l'Estatut d'Autonomia atorga a la Generalitat de Catalunya competència exclusiva sobre els museus que no siguin de titularitat estatal i sobre el patrimoni cultural, sens perjudici de les competències que l'article 149.1.28 de la Constitució assigna a l'Estat. La Llei de Museus, Llei 17/1990, de 2 de novembre (DOGL de 14.11.1990) estableix el règim aplicable a tots els museus, amb algunes especificacions referides únicament als museus d'administració pública, i crea el Registre de Museus de Catalunya en el qual s'inscriuen tots els centres museístics que compleixen les condicions que la Llei estableix. El Registre de Museus de Catalunya és l'inventari oficial dels museus catalans i on apareixerà el patrimoni que albergarà a la Casa Comediants. Només s'hi poden inscriure les institucions que compleixen les condicions establertes per aquesta Llei i per les normes que la desenvolupen (article 5.1).

Una institució, com serà la Casa Comediants, la Casa i el Centre de Documentació, per ser considerada un museu de museus de Catalunya, ha de complir els requisits dels articles 1 i 2 de la Llei plasmats més amunt i els diferents epígrafs que estableix la mateixa Llei, Llei 17/1999, 2 de novembre, de museus (DOGC núm. 1367, de 14.11.1990 i el Decret 35/1992, de 10 de febrer, de desplegament parcial de la Llei 17/1990 (DOGC núm. 1561).

No obstant, per poder ser museu de museus de Catalunya, no només haurà de complir unes obligacions, sinó que també obtindrà certs drets. Aleshores, s'ha de planejar si es vol poder gaudir d'aquests drets complint les obligacions necessàries (també, hi ha l'opció de ser un museu de la Xarxa de Museus de la Diputació de Barcelona, el Museu més gran de Catalunya). Per exemple, els museus de Catalunya han de proporcionar la informació que els requereix l'Administració sobre llur organització i gestió, i sobre l'estat i la situació del patrimoni que conserven (6.2). A canvi, la Generalitat i les Administracions públiques de Catalunya han de procurar la millora de les instal·lacions

i els mitjans de tota mena, a fi d'assegurar el més alt servei a la societat, i han d'incrementar els fons museístics. A aquest efecte, poden atorgar subvencions i donar ajudes tècniques, i demanar l'acreditació de la procedència de les aportacions privades. Dels ajuts de la Generalitat només poden beneficiar-se els museus inscrits en el Registre de Museus de Catalunya. (6.3).

Cada museu ha d'inventariar i documentar tots els béns culturals que l'integrin d'acord amb les normes que, a aquest efecte, es dictin en el desplegament d'aquesta obligació (article 11.1). Referent a la documentació, l'Administració de la Generalitat i les altres Administracions públiques de Catalunya han de facilitar, quan els correspongui, i dins de les respectives disponibilitats pressupostàries, mitjans tècnics i econòmics per a un compliment efectiu d'aquesta obligació (article 11.2).

Són museus monogràfics aquells que mostren una sola temàtica o recullen l'explicació i els materials d'un moment històric, d'un jaciment arqueològic, d'un personatge destacat, d'un fet memorable o de qualsevol altre tema (article 31). Per tant, Casa Comediants es classificarà com un museu monogràfic, ja que trobarem un fons artístic d'un grup de creadors. I segons l'article 32, el departament de Cultura ha d'establir anualment un programa d'ajuts econòmics als museus comarcals, locals i monogràfics. D'acord amb el pressupost d'aquest programa, la Generalitat, després de l'informe favorable de la Junta de Museus, pot subministrar l'ajut tècnic que el museu sol·liciti. L'esmentat programa s'ha d'elaborar amb criteris que condueixin a la millora qualitativa i quantitativa dels fons museístics de Catalunya. El Departament de Cultura pot articular formes de col·laboració amb els museus comarcals, locals, monogràfics que compleixin els requisits que marca el capítol Segon del Títol II d'aquesta Llei.

Els consells comarcals, entre altres funcions, han de fomentar els museus de titularitat privada de la demarcació i donar-hi suport, si escau (article 37.d), mentre els Ajuntaments, entre altres funcions, també han de fomentar els museus de titularitat privada del municipi i donar-hi suport, si escau. O sigui que la Casa Comediants, sent



un museu de museus de Catalunya i donant pel cas que estigués situada a Canet de Mar, podrà obtenir ajudes del Consell Comarcal del Maresme i de l'Ajuntament de Canet de Mar.

L'article 7 de la Llei de museus estableix: Els museus han de disposar del personal i de les condicions necessàries per a garantir la protecció i la conservació de llurs fons. El Decret 35/1992 ha desplegat aquest precepte.

El personal directiu i tècnic del museus ha de tenir les condicions professionals que es determinin per reglament (article 14.1). El Decret 232/2001, de 28 d'agost, sobre el personal directiu de museus (DOGC 3471) estableix les condicions professionals del personal tècnic i directiu dels museus, i la dotació mínima que ha de tenir una institució per ser considerada museu. La dotació de personal de cada museu s'ha de determinar en funció de les característiques, el volum o l'abast territorial de les seves col·leccions i dels seus serveis. Tots els museus han de tenir, com a mínim, un tècnic superior de museus (article 1.2). Les seves funcions segons l'article 2 són:

- ❖ La planificació i la proposta d'adquisicions museístiques.
- ❖ L'inventari, la documentació, la catalogació, la projecció i la conservació dels fons del museu.
- ❖ La coordinació i el control del personal encarregat de vetllar per la integritat de les col·leccions i la seguretat del museu.
- ❖ La planificació i l'execució o el control de les activitats de restauració dels objectes del museu.
- ❖ La conceptualització i el control tècnic de la projecció de l'exposició.
- ❖ La participació en l'elaboració de projectes museogràfics i de qualsevol altre pla director del museu.
- ❖ La planificació i l'execució de programes de recerca d'interès per al museu.
- ❖ La planificació i l'avaluació d'estudis de públic.
- ❖ La planificació i el control de les publicacions del museu.

- ❖ La planificació, l'execució i l'avaluació de programes i activitats pedagògiques i de difusió.
- ❖ El peritatge i la taxació d'objectes d'acord amb el que estableix l'article 14.2 de la Llei 17/1990, de 2 de novembre, de museus.
- ❖ Qualsevol altra activitat o funció de caràcter museogràfics que li delegui la direcció o que li sigui encomanada pels òrgans de govern del museu.

El personal tècnic superior de museu ha de tenir una titulació superior universitària i els coneixements específics en museologia que s'indiquen a l'annex d'aquest Decret (article 3.1).

A l'article 6 parla de la direcció dels museus.

“Els museus han de tenir un director amb titulació superior universitària i els coneixements necessaris sobre museologia i sobre la temàtica del museu. En els museus on hi ha una única persona amb titulació superior, aquesta ha de ser tècnica superior del museus i ha d'exercir la direcció del museus (article 6.1) .Són funcions de la direcció dels museu organitzar, planificar, executar i avaluar els recursos econòmic, tècnics i humans, i els programes de conservació, documentació, difusió i recerca.”( Llei 17/1999, 2 de novembre, de museus (DOGC núm. 1367, de 14.11.1990 i el Decret 35/1992, de 10 de febrer, de desplegament parcial de la Llei 17/1990 (DOGC núm. 1561).

Sense cap mena de dubte, Casa Comediants, la Casa i el Centre de Documentació, per les seves dimensions i per la dinàmica que vol portar a terme, necessitarà també personal tècnic auxiliar. El personal dels museus que realitza funcions tècniques auxiliars no reservades al personal tècnic superior dels museus ha de tenir la titulació acadèmica i els coneixements tècnics específics necessaris per assegurar el compliment de les funcions que se li encomanin (article 4).

Com hem dit més amunt, el Patronat elegirà i, del qual dependrà l'equip de gestió format per el gerent, el director del museu, el responsable (arxivista) del Centre de Documentació i el personal tècnic (educadors de sala, persones de manteniment i neteja, etc.).

## Conclusions

“Als pintors, els queden els quadres, als directors de cinema, les pel·lícules... Tots els artistes guarden alguna presència viva de la seva obra. Però la gent del teatre...? Al director d'escena, li quedarà potser un programa i amb molta sort alguna fotografia. Fins i tot el seu treball quedarà anònimament diluït en el resultat total de la representació. El públic no sabrà pas l'esforç, l'amor i la dedicació que hi ha esmerçat durant tot el procés de preparació, creació i realització de l'obra.”<sup>112</sup>

*Salvador Fité*

Aquest projecte cultural, una exposició permanent per a un Museu Comediants, és perfectament viable. *Comediants* és reconegut arreu del món i ha portat a terme gran projectes resultats d'un gran esforç, amor i dedicació. Una exposició permanent, un museu i un centre de documentació són necessaris per tal de difondre i preservar el llegat d'aquest grup de teatre català a les presents i futures generacions. A més, *Comediants* està capacitada i motivada per fer un projecte de gran qualitat i vitalitat, però aquest projecte cultural comporta un gran implicació de mitjans tècnics i econòmics. Tanmateix, manquen sobretot recursos econòmics i infraestructurals que haurien de procedir principalment d'interlocutors.

Arreu del món es coneix i s'admira *Comediants*, i hi ha molta gent que sent curiositat vers aquest grup de teatre català. O sigui que més d'una persona es sentirà atreta a apropar-se a aquest imaginari. El turista decidirà visitar l'exposició permanent d'un Museu Comediants perquè el patrimoni que albergarà serà únic i, més a més, una de les

---

<sup>112</sup> FITÉ, Salvador, *La direcció escènica*. Ed. La Galera, Barcelona 1992

cares de la cultura d'un país. Aquest turista, atret per aquesta oferta, vindrà a Canet, la qual cosa comporta una font d'ingressos, no només des del punt de vista del museu, sinó que també repercutirà en l'economia local.

La Casa Comediants i el Centre de Documentació han de romandre a Canet de Mar perquè aquí es troba el campament base de Comediants. A més, el poble i l'Ajuntament senten un gran orgull de tenir-los entre nosaltres, i per tant creiem que desitjarien un espai que albergués el seu patrimoni per tal que visitants d'arreu puguin apropar-se al seu imaginari. Però, l'Ajuntament de Canet de Mar té realment la voluntat d'implicar-se?

Canet de Mar presenta un patrimoni únic que molts municipis pagarien per tenir-lo. Val a dir que no cal inventar res, solament cal organitzar-lo, gestionar-lo i explotar-lo sosteniblement. Tenim un important patrimoni modernista, noucentista i escènic. El món de creació de *Comediants* és un important focus en el sector escènic, a l'igual que els arquitectes i altres intel·lectuals que van realitzar diversos projectes a Canet eren referents dins del moviment social-artístic modernista. Les obres modernistes es poden contemplar passejant pels carrers, mentre que el patrimoni de *Comediants* s'ha de recollir en un espai per apropar-lo a les persones. Però, l'administració local s'implicarà i cedirà per exemple un espai per fer realitat aquest projecte tal com es manifesta en el Pla de desenrotllament turístic de Canet de Mar? O ho deixarà escapar, mentre un altre municipi farà el que sigui per albergar l'imaginari de *Comediants* en un Museu Comediants? És clar que es requereix una inversió, però aquesta no serà rendable i generarà un benefici per a tot el poble? Cap a on va la política cultural i turística de Canet de Mar?

Tothom té el dret d'accedir al patrimoni cultural i natural, així mateix els humans tenen dret a accedir al coneixement i el saber. O sigui que a l'exposició permanent de la Casa Comediants hi ha de poder accedir tothom i tothom té el dret d'adquirir el coneixement que es vol emetre des d'aquesta exposició i del museu. No obstant, hem pensat que seria

millor establir segments de públic, tenint present que les persones tenen necessitats, motivacions i capacitats diferents, per tal d'oferir serveis i productes concrets. A part d'especificar estratègies per difondre de l'exposició permanent i d'atraure els diferents públics de visitants, hem proposat activitats concretes que volen apropar un públic de visitants determinat al patrimoni.

Hem presentat el llegat de *Comediants* a través d'un discurs expositiu format per missatges i recursos museogràfics. Aquest discurs forma una proposta que alhora podria ser un punt de partida en el moment de redactar el projecte museogràfic. Creiem que en el discurs expositiu definitiu ha de prevaler un punt de vista, una opció, una manera d'entendre i de presentar els continguts. És a dir, com qualsevol missatge, el missatge expositiu haurà d'estar mediatitzat no solament a través del mitjà emprat, sinó que també per l'ens que l'ha elaborat, *Comediants*.

Al cap i a la fi, i reproduint a continuació les paraules de Maribel Panosa:

“El TFC és un projecte ambiciós, que comprèn anàlisi de l'entorn, integració de l'àmbit del patrimoni amb el de les arts escèniques, propostes de rutes, enfocaments didàctics nous, principis museològics per a un nou museu (en particular en contingut, forma i intenció), idees per al projecte museogràfic i estímuls tant per a la societat i les emocions del visitant-espectador (en aquest cas del que jo anomenaria un “teatre-museu”). Aquests són per a mi els punts forts del teu TFC...”

També és cert que les exposicions permanents ja no són “per sempre” i així, també ho va constatar la senyora Louise Bélager, directora del Servei de museografia del Musée de Civilisation de Québec en la seva intervenció en el curs d'estiu “Interactivitat i museus. El diàleg amb el visitant”. Els nous museus han de ser dinàmics, és a dir, entre altres coses, renovar constantment les exposicions, cercar noves tècniques expositives, avaluar i adaptar missatges i els recursos museogràfics als diferents tipus de visitants.

Advertim que tot evoluciona i segur que ara per ara ja podríem trobar noves alternatives i altres idees innovadores per aquest projecte. Què en opineu?

Com ja hem dit a l'inici d'aquest TFC, *Comediants* ha evolucionat i està evolucionat. Aleshores, una Casa Comediants i el Centre de Documentació també ho farà. Esperem haver-vos despertat curiositat per aquest món format alhora per més (*Comediants*, interpretació del patrimoni, museologia, museografia). Fins i tot, potser en aquests instants algun/a altre/a alumne/a de Humanitats de la UOC se sent provocat/da i vulgui agafar aquest projecte com a base per iniciar una altra aventura que segurament serà alhora el començament de moltes altres. Només podem dir que hi ha moltes portes obertes, mans a l'obra i endavant!

*Continuarà...*

- **Valoració final**

“Al pensar en nuestra vida y trabajo caemos en cuenta de que casi todo lo que hacemos y desamaos está ligado a la existencia de otros hombres. Nuestra manera de actuar nos emparenta con los animales sociales. Comemos alimentos elaborados por todos hombres, vestimos ropas confeccionada por otros, y vivimos en casas construida por otros. Casi todo lo que sabemos y creemos nos fue transmitido a través de un lenguaje establecido por otros hombres. Sin el lenguaje, nuestro intelecto seria pobre, comparable al de los animales superiores. Así, debemos confesar que si aventajamos a los animales superiores es gracias a nuestra vida en comunidad<sup>113</sup>.”

Ens adonem que necessitem la col·laboració de les persones per a viure, aprendre i treballar, i també per exemple, per realitzar projectes culturals. Aquest TFC de la llicenciatura de Humanitats de la UOC s’ha desenvolupat a través d’una anàlisi d’una recerca extensa que s’ha dut a terme en diferents disciplines a través de la comunicació. Així com hem parlat amb persones de diverses disciplines, també hem llegit documentació de les arts escèniques, teatre, museologia i museografia, interpretació del patrimoni, gestió cultural, turisme, gestió d’empresa, màrqueting, estudi de mercat, comunicació, dret, jocs, llibres infantils, geografia regional, psicologia, història i filosofia. Realment, mai sabrem prou, sempre hi ha aspectes nous per descobrir i per aprendre. Però, és curiós, tot va lligat i serveix per desenvolupar-nos. En grans trets podem posar el següent exemple, el turisme va estretament vinculat a la cultura (arts escèniques, teatre, museologia i museografia, interpretació del patrimoni, gestió cultural, jocs), i aquests amb l’economia (gestió d’empresa màrqueting, estudi de mercat, comunicació) i al mateix temps amb el dret. A més, s’ha de tenir en compte la història per aprendre dels fets produïts a les diferents etapes per prendre’ls com a exemples o per no cometre els mateixos errors. Tampoc ens hem d’oblidar de l’ingredient de la psicologia, ja que tots els productes humans són fruits d’uns esquemes

---

<sup>113</sup> EINSTEIN, Albert. *Mi visión del mundo. El ideario del científico que revolucionó nuestra época*. Tusquets Editores, S.A. Col·lecció Metatemas. Barcelona 2005.



i elements culturals, els quals es reflecteixen a través de les vides de les persones i les seves creacions. Finalment, i segurament el més important, és la filosofia, ja que ens adonem que hem de tenir un esperit crític davant la vida. I no solament són els grans pensaments (polítics, econòmics, científics, educatius, morals, ètics, socials, etc.) que fan girar el nostre món, també hi ha un munt de petits pensaments que s'expressen com a contrapunt perquè es mantingui l'equilibri, és a dir, perquè romangui l'orde dins del caos.

Finalment, com a treball de final de carrera de Humanitats i com a defensa d'aquesta llicenciatura, ens agradaria formular un altre escrit d'Albert Einstein. Es tracta d'una carta a favor de l'educació en Humanitats titulada "Educació para una independència en el pensar" :

"No es suficiente enseñar a los hombres una especialidad. Con ello se convierten en algo así como máquinas utilizables pero no en individuos válidos. Para ser un individuo válido el hombre debe sentir intensamente aquello a lo que puede aspirar. Tiene que recibir un sentimiento vivo de lo bello y de lo moralmente bueno. En caso contrario se parece más a un perro bien amaestrado que a un ente armónicamente desarrollado. Debe aprender a comprender las motivaciones, ilusiones y penas de las gentes para adquirir una actitud recta respecto a los individuos y a la sociedad.

Estas cosas tan preciosas las logra el contacto personal entre la generación joven y los que enseñan, y no -al menos en lo fundamental- los libros de texto. Este es lo que representa la cultura ante todo. Esto es lo que representa la cultura ante todo. *Humanidades* y no un conocimiento árido de la Historia y la Filosofía.

Dar importancia excesiva y prematura al sistema competitivo y a la especialización en beneficio de la utilidad, segrega al espíritu de la vida cultural, y mata el germen del que depende la ciencia especializada.

Para que exista una educación válida es necesario que se desarrolle el pensamiento crítico e independiente de los jóvenes, un desarrollo puesto en peligro continuo por exceso de materias (sistema puntual). Este exceso conduce necesariamente a la superficialidad y a la falta de cultura verdadera. La enseñanza debe ser tal que pueda recibirse como el mejor regalo y no como una amarga obligación<sup>114</sup>.”

---

<sup>114</sup> EINSTEIN, Albert. *Mi visión del mundo. El ideario del científico que revolucionó nuestra época*. Tusquets Editores, S.A. Colección Metatemas. Barcelona 2005.

## BIBLIOGRAFIA

### BIBLIOGRAFIA COMEDIANTS I JOAN FONT

- **DOCUMENTS:**

COMEDIANTS. *Dossier dels espectacles interiors i exteriors, i projectés dissenyats i personalitzats, a mida.* (no està publicat)<sup>115</sup>

COMEDIANTS. *Dossier de premsa per l'exposició "Forats: espiant Comediants".* setembre 2005.<sup>116</sup>

COMEDIANTS. *Nou Ateneu Santboià, avantprojecte.* abril 2003.<sup>117</sup>

COMEDIANTS. *Nou Ateneu Santboià. Documentació annexa.* abril 2003.<sup>118</sup>

COMEDIANTS. *La nit.* Edicions de l'Eixample, Barcelona, 1987a.

COMEDIANTS. *Comediants: 15 años.* El Público Cuadernos (octubre 1987b): núm. 27.

COMEDIANTS. *Comediants: Agenda perpètua.* Edicions Barcanova, Barcelona, 1998.

DD.AA. *Sol solet; la idea i la realització són fruit de Comediants; sota la batuta tècnica i artística de Salvador Saura i Ramon Torrente.* 1a ed. Edicions L'Eixample, Barcelona, 1983.

DD.AA. *El Llibre de les bèsties: basat en el Llibre de meravelles de Ramon Llull.* Centre Dramàtic de la Generalitat de Catalunya, Barcelona, 1994.

---

<sup>115</sup> Cedit per Comediants. Procedeix de l'arxiu.

<sup>116</sup> Cedit per Comediants.

<sup>117</sup> Cedit per Comediants. Procedeix de l'arxiu.

<sup>118</sup> Ídem.

- **ALTRES TIPUS D'ENREGISTRAMENT:**

DD.AA. *Sarao de Gala*. [DVD]. Madrid: Televisión Española, 1983.

DD.AA. *Sol Solet*. [vídeo]. Barcelona: Editorial de l'Eixample, 1986.

DD.AA. *Te veo de noche*. [vídeo]. Barcelona: Ovideo TV, 1990.

DD.AA. *Hem fet el 10*. [vídeo]. Sant Joan Despí: Televisió de Catalunya, 1995.

DD.AA. *La Petite Flauta màgica; de Wolfgang Amadeus Mozart*. [DVD]. Barcelona: Fundació Gran Teatre del Liceu i Televisió de Catalunya, cop. 2002.

DD.AA. *Anthologia; Comediants*. [DVD]. Barcelona, 2003.

DD.AA. *BI; Comediants; Companyia Acrobàtica de la Xina*. [DVD]. Barcelona, 2003

DD.AA. *El Pájaro de 1000 colores; Capsa de somnis; El Ritual del compte enrere = Countdown Ritual = El Ritual de la cuenta atrás; Comediants*. [DVD]. Barcelona, 2003.

DD.AA. *La Flauta màgica*. [vídeo]. Barcelona: Teatre Victòria, 2003.

DD.AA. *Mediterrània; Comediants*. [DVD]. Barcelona, 2003.

DD.AA. *T.E.M.P.U.S; La Nit; Comediants*. [DVD]. Barcelona, 2003.

DD.AA. *Babaouo; una producció de Kronos basat en un text original de Salvador Dalí*. [DVD]. Barcelona: Enciclopèdia Catalana: Vernal, DL 2004.

FONT Pujol, Joan. *Noves tendències del teatre català*. [Enregistrament sonor]. Reus: Centre de Lectura, 1995. 1 casset sonora: estèreo.

- **PÀGINES WEB:**

Comediants. *Comediants*, [en línia]. Direcció URL:  
<[http://www.comediants.com/index\\_flash.htm](http://www.comediants.com/index_flash.htm)> [Consulta: 25/04/2005].

## **BIBLIOGRAFIA SOBRE COMEDIANTS**

- **DOCUMENTS:**

SAUMELL VERGÉS, Mercè. *Tres dècades, tres grups: treball de teorització sobre Els Joglars, Comediants i la Fura dels Baus/Mercè Saumel*. Barcelona: Institut del Teatre, 1990. Manuscrit.

- **DOCUMENTS EN LÍNEA:**

Autopress. “Carmen París y Els Comediants clausuraran la Expo de Japón”, [en línia].  
Direcció URL:  
<<http://www.sgae.es/viewnot/cont.inm?instanceId=1152&tipoId=38&selectedMenu=29>> [Consulta: 4/11/2005].

Aureum Opus. *Comediants, Sol solet*, [en línia]. Direcció URL:  
<<http://oliba.uoc.es/aureum/ca/s03/t3/087.html>> [Consulta: 16/10/2005].

Diari Segre. “25 anys de teatre al carrer”, [en línia]. Diari Segre. Direcció URL:  
<<http://www.diarisegre.com/especials.html?id=30>> [Consulta: 20/10/2005].

MARTINEZ, Cesc. “Un fira endimoniada” [en línia]. Diari Avui. Direcció URL:  
<<http://www.avui.com/avui/diari/05/set/09/pdf/050909diari039.pdf>> [Consulta: 20/10/2005].

ZH2O Dreams of Water. *Web Bureau International des Exposition*, [en línia]. Direcció URL:  
<<http://www.bie-paris.org/main/popup.php?p=307>> [Consulta: 04/11/2005].

## BIBLIOGRAFIA SOBRE TEATRE I ARTS ESCENOGRÀFIQUES

- **DOCUMENTS:**

ABELLAN, Joan. *La representació teatral: introducció als llenguatges del teatre actual*. Edicions 62. Barcelona 1983.

BALLÚS, Carme. *La renovació teatral al segle XX*. Edicions Barcanova. Barcelona, 1993.

BRAVO, Isidro. *L'escenografia catalana/ Isidre Bravo; pròleg: Antoni Dalmau i Ribalta*. Diputació de Barcelona. Barcelona, 1986.

DD.AA *Introducció al teatre i les arts escèniques. La representació teatral*. Fundació per a la UOC, Barcelona (no especifica l'any). Manual.

FÀBREGAS, Xavier. *Història del teatre català*. Editorial Millà. Barcelona, 1978.

FÀBREGAS, Xavier. *Introducció al llenguatge teatral: de la tragèdia al happening/ Xavier Fàbregas*. Edicions 62, Barcelona, 1973.

FITÉ, Salvador, *La direcció escènica*, Ed. La Galera, Barcelona 1992.

MONREAL, Francisco. *Antologia del teatro. Para grupos de jóvenes y talleres*. Ediciones Octaedro, Barcelona, 1999.

SALVAT, Ricard. *El teatro como texto, como espectáculo*. Editorial Montesinos Editor S.A, Barcelona, 1983.

- **DOCUMENTS EN LÍNEA:**

Patronat de la Fira del Teatre. *Dossier de premsa*, [en línia], Direcció URL: <[http://www.firatarrega.com/fotos//dossiers/dossijunycat05\\_doc.doc](http://www.firatarrega.com/fotos//dossiers/dossijunycat05_doc.doc)>[Consulta: 16/10/2005].

- **PÀGINES WEB:**

Diputació de Barcelona. *Institut del teatre*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.diba.es/iteatre/cidd.html>>. [Consulta: 25/04/2005].

École Internationale de théâtre. *École Jacques Lecoq*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.ecole-jacqueslecoq.com/>> [Consulta: 25/05/2005].

Fira de Teatre al Carrer de Tàrrrega. *Web 25<sup>é</sup> edició de fira de teatre al carrer*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.firatarrega.com/25a/expo.html>> [Consulta: 20/10/2005].

The European League of Insitutes of Arts. *ELIA*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.elia-artschools.org/>> [Consulta: 25/04/2005].

Théâtre du Soleil. *Théâtre du Soleil*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.theatre-du-soleil.fr/>> [Consulta: 25/05/2005].

Theater of Memory. *Theaterofmemory.com*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.theaterofmemory.com/bread/>> [Consulta: 25/05/2005].

## **BIBLIOGRAFIA SOBRE PATRIMONI CULTURAL I MUSEOLOGIA I/O MUSEOGRAFIA**

- **DOCUMENTS:**

ALONSO, Luis. *Museologia y museografía*. Edicions del Sebal, Barcelona, 1999

BELCHER, Michael. *Organización y diseño de exposiciones. Su relacion con el museo*. Eds. Trea, Gijón, 1997.

CIRERA SALÓ, Maite. *Anàlisi de la Institució. Proposta de Museu del Teatre*. TFC, Universitat Oberta de Catalunya, 2003. 134 pàg.

COLOMINAS, Jordi. *La Gran Casa del Joc. Parc Central del Vallès*. Avantprojecte, FCM Arquitectes Consultors i MC associats, 1997.

CRESPI VALLBONA, Montserrat, i PLANSEÍS COSTA, Margarita. *Patrimonio Cultural*. Ediciones Sintesis, Madrid (no especifica any).

DD.AA. *Gestió de patrimoni*. Edicions UOC, Barcelona (no especifica any). Manual.

DD.AA. *Interpretació ambiental i del patrimoni: comunicar, participar, gaudir: fonaments i marc conceptual de la interpretació*. Edicions UOC, 2004.

DD.AA. *Manual Jurídic dels museus. Qüestions pràctiques*. Marcial Pons ediciones juridicas y sociales, S.A. Madrid 1998.

HEIN, George E. *Learning in the museum*. Edition Routledge. London, 1998.

HOOPER-GREENHILL, Eilean. *Los Museos y sus visitantes*. Edicions Trea. Gijón, 1998.

IZQUIERSO CAMARERO, Carmen, i GARRIDO SAMANIEGO, Maria José. *Marketing del patrimonio cultural*. Ediciones Pirámide, Madrid, 2004.

LORD, Abrey i LORD, Gail Dexter. *Manual de gestión de museos*. Edicions Ariel, Barcelona, 1998.

MUNILLA, Glòria. "Documentación y difusión del patrimonio". Conferència presentada a les jornades tècniques Tecnoart 2000. Fira Internacional del Patrimoni Cultural. Les noves tecnologies: Museus i Patrimoni Cultural. Barcelona, 2000.

MUNILLA, Glòria. "Evaluación de la efectividad de las nuevas tecnologías en la difusión y documentación del patrimonio cultural: Proyecto ÒLIBA." Culturtec 2000. Madrid (en premsa).

SANTACANA MESTRE, Joan, i SERRAT ANTOLÍ (coord.), Núria. *Museografía didáctica*. Edicions Ariel, Barcelona 2005.

SOLANILLA DEMESTRE, Laura. *Les TIC a les webs dels museus d'història i arqueologia* TFC, Universitat Oberta de Catalunya. 2001.

VALDÉS SAGÜEZ, Maria. *La difusión cultural en el museo: servicio destinados al gran público*. Ediciones Trea. Gijón, 1999.



XIRAU PENA, Elena. *El Centre de Cultura Contemporània de Barcelona: com i el perquè d'una institució cultural*. TFC, Universitat Oberta de Catalunya. 2002.

- **DOCUMENTS EN LÍNEA:**

BONET, Lluís (coord.). *Llibre Blanc de les Indústries Culturals de Catalunya*. [en línia]. Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. URL: <<http://cultura.gencat.net/publicacions/lilibreblanc.htm>> [Consulta: 25 de maig 2005].

Carreras, C. "El estudio sobre el impacto de las nuevas tecnologías en el público de los museos", [en línia]. Revista Mus-A. (2005) Direcció URL: <[http://www.uoc.edu/in3/oliba/oliba/publicacions/2005\\_mus-a\\_publico.pdf](http://www.uoc.edu/in3/oliba/oliba/publicacions/2005_mus-a_publico.pdf)> [Consulta: 25 de maig 2005].

Carreras, C. "Los proyectos de educación en museos a través de las nuevas tecnologías", [en línia]. Revista Mus-A. (2005) Direcció URL: <[http://www.uoc.edu/in3/oliba/oliba/publicacions/2005\\_mus-a\\_educacion.pdf](http://www.uoc.edu/in3/oliba/oliba/publicacions/2005_mus-a_educacion.pdf)> [Consulta: 25 de maig 2005].

Carreras, C.; Munilla, G. "Tecnologías de la Información y Comunicación aplicadas a los proyectos museográficos. Grupo Òliba. Balance de investigación 1999-2002", [en línia]. Culturtec 2002, Madrid 2002. Direcció URL: <[http://oliba.uoc.edu/oliba/publicacions/2002\\_culturtec.pdf](http://oliba.uoc.edu/oliba/publicacions/2002_culturtec.pdf)> [Consulta: 2 de juny 2005].

SOLANILLA DEMESTRE, L. "Què volem dir quan parlem d'interactivitat? El cas dels webs dels museus d'història i arqueologia", [en línia]. Digit-Hvm. Número 4. (2002) Direcció URL: <<http://www.uoc.edu/humfil/articulos/cat/solanilla0302/solanilla0302.html>> [Consulta: 25 d'abril 2005].

- **PÀGINES WEB:**

AEC Ars Electronica Center Linz Museumsgesellschaft GmbH. *ARS Electronica Center*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.aec.at/de/center/museum.asp>> [Consulta: 01/06/2005].

Agenda Cultural. *Web del departament de cultura de la Generalitat de Catalunya*, [en línia]. Direcció URL: <<http://cultura.gencat.net/agenda/fitxa.asp?TEMA=180.%25&paraula1=Forats&paraula2=espiant&paraula3=Comediants&Municipi=Verd%FA&Submit=Cercar&NRegistre=&idregistre=180984>> [Consulta: 20/10/2005].

Archives & Museum information. *Archimuse*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.archimuse.com>> [Consulta: 01/06/2005].

Children's Museum of Pittsburgh. *Web de Children's Museum of Pittsburgh*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.pittsburghkids.org>> [Consulta: 01/06/2005].

Chicago Children's Museum. *Web de Chicago Children's Museum*, [en línia]. Direcció URL: <[http://www.chicildrensmuseum.org/kid\\_fun.htm](http://www.chicildrensmuseum.org/kid_fun.htm)> [Consulta: 01/06/2005].

Col·lecció Tomas Mallol. *Web del Museu del Cinema*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.museudelcinema.org/ct/c1.html>> [Consulta: 01/06/2005].

Eduards Smilgis Theatre Museum. *Web de Latvijas Muzeju asociâcija*, [en línia]. Direcció URL: <[http://www.muzeji.lv/guide/pages\\_e/edsmilgateatra.htm](http://www.muzeji.lv/guide/pages_e/edsmilgateatra.htm)> [Consulta: 16/10/2005].

Exploratorium: The Museum of science, art and human perception. *Exploratorium*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.exploratorium.edu/index.html>> [Consulta: 01/06/2005].

Fundació Caixa de Catalunya. *La Pedrera educació*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.lapedreraeducacio.org/>> [Consulta: 01/06/2005].

Fundació la Caixa. *Web de CosmoCaixa*, [en línia]. Direcció URL: <<http://portal1.lacaixa.es/Docs/Chan/99/1-99-10-00000001.html?dest=1-99-10-00000000>> [Consulta: 01/06/2005].

Generalitat de Catalunya. *Web del Departament de Cultura, Festes populars de Catalunya*, [en línia]. Direcció URL: <<http://cultura.gencat.net/cpcptc/festes/Home.aspx>> [Consulta: 25/05/2005].

MECAD Media Centre d'Art i Disseny. *Web MECAD*, [en línia]. Direcció URL: <[http://www.mecad.org/index\\_es.htm](http://www.mecad.org/index_es.htm)> [Consulta: 01/06/2005].

Meininger Museen. *Web Theatermuseum in der Reithalle*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.meiningermuseen.de/theatermuseum.html>> [Consulta: 01/06/2005].

Ministerio de Cultura. *Web Museo Nacional del Teatro*, [en línia]. Direcció URL: <<http://museoteatro.mcu.es/>> [Consulta: 01/06/2005].

Mint of Art. *The sport of life and death. The Mesoamerican Ballgame*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.ballgame.org/main.asp>> [Consulta: 01/06/2005].

Museu de la Joguina de Catalunya. *Web del Museu de la Joguina de Catalunya*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.mjc-figueres.net/ludic/intro.html>> [Consulta: 01/06/2005].

Òliba Grup de recerca. *Mosaics*, [en línia]. Direcció URL: <<http://oliba.uoc.edu/mosaic/ca/index.html>> [Consulta: 01/06/2005].

Österreichisches Theatermuseum. *Web del Theatermuseum*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.theatermuseum.at/flash/index.htm>> [Consulta: 01/06/2005].

Scitech Museum. *Hand on! Scitech Museum*, [en línia]. Direcció URL: <<http://scitech.mus.il.us/index.htm>> [Consulta: 01/06/2005].

Shakespeares-globe. *Shakespeares-globe Online*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.shakespeares-globe.org/>> [Consulta: 16/10/2005].

Smithsonian. *Web National Museum of American History*, [en línia]. Direcció URL: <<http://americanhistory.si.edu/index.cfm>> [Consulta: 01/06/2005].

Smithsonian Institution's. *HistoryWired: A few of our favorite thing*, [en línia]. Direcció URL: <<http://historywired.si.edu/>> [Consulta: 01/06/2005].

Theater Museum of London. *Web of theater Museum and proformance of London*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.theatremuseum.org.uk/default.php>> [Consulta: 16/12/2005].

The Boston Children's Museum. *Web of the Boston Children's Museum*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.bostonkids.org/exhibits.html>> [Consulta: 01/06/2005].

The Children Museum of Indianapolis. *Web The Children Museum of Indianapolis*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.childrensmuseum.org/generalinfo/generalinfo.htm>> [Consulta: 01/06/2005].

The Hands On Children's Museum. *Web The Hands On Children's Museum*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.hocm.org/index.html>> [Consulta: 01/06/2005].

UNESCO. *Web de The International Committee for Documentation of the International Council of Museums (ICOM-CIDOC)*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.cidoc.icom.org>> [Consulta: 01/06/2005].

Universitat de Barcelona. *Portal iberoamericano de Gestión Cultural*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.gestioncultural.org/gc/home.jsp>> [Consulta: 01/06/2005].

World of Wonder. Children Museum. *Wow museum*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.wowmuseum.com/>> [Consulta: 01/06/2005].

## **BIBLIOGRAFIA SOBRE METODOLOGIA**

- **DOCUMENTS:**

CIRERA SALÓ, Maite. *Anàlisi de la Institució. Proposta de Museu del Teatre*. TFC, Universitat Oberta de Catalunya, 2003. núm. 134 p.

ECO, Humberto. *Cómo se hace una tesis*. Edicions Gedisa, Barcelona, 2000.

MARTÍN MORALEJA, José. *Informàtica aplicada a les ciències humanes i socials*. Edicions UOC, Barcelona (no especifica any).

PÉREZ ALARCÓN, Adoració. *Documentació i arxivística*. Edicions UOC, Barcelona (no especifica any).

ROSELLÓ, David. *Diseño y proyectos culturales*. Edicions Ariel. Barcelona, 2004.

## **WEBGRAFIA SOBRE DE CANET DE MAR I EL MARESME**

Ajuntament de Canet de Mar. *Canet de Mar*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.canetdemar.org/>>[Consulta: 10/06/2005].

Consell Comarcal del Maresme. Web del *Consell Comarcal del Maresme*, Direcció URL: <<http://www.ccmaresme.es/ambit.php?id=13>>[Consulta: 10/06/2005].

Institut d'estadística de Catalunya. *Web de l'estadística oficial de Catalunya Mar*, [en línia]. Direcció URL: <<http://www.idescat.net/territ/BasicTerr?TC=6&V0=1&V1=08040&MN=1&&V3=376&PARENT=100&CTX=B#FROM>>[Consulta: 10/06/2005].

L'Associació Cultural Plataforma Odeon. *Web de l'Associació Cultural Plataforma Odeon*, Direcció URL: <<http://www.odeoncanet.org/associacio/odeon/index.php>>[Consulta: 10/06/2005].

## **BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA DIVERSA**

BUSQUÉ i Barceló, PUJOL i Subirà, M. Antonia. *Ximic, jocs tradicionals*. Amalgama edicions, Berga 1996.

D.D.A.A (2001) “Comportaments i pràctiques culturals dels catalans. Aproximacions des de l'estadística oficial. L' Enquesta de consum i pràctiques culturals. Catalunya 2001” Institut d'Estadística de Catalunya, pàg. 93-94.

EINSTEIN, Albert. *Mi visión del mundo. El ideario del científico que revolucionó nuestra época.* Tusquets Editores, S.A. Col·lecció Metatemas. Barcelona 2005.

LEHMAN, Ishta (2005): “Lernfrust oder Lust”, *Focus Schule*, pàg. 18.

ROSALES, Àngels (2005): “Propostes singulars”, Vincles. Cambra de Comerç de Barcelona, núm. 30 setembre, pàg. 59 –64.

Turisme de Catalunya. *Web Catalunya Turisme.* Direcció URL: <[http://www.gencat.net/turistex\\_nou/home.htm](http://www.gencat.net/turistex_nou/home.htm)> [Consulta: 25/11/2005].

Turisme Total. *Web turisme Total de la Diputació de Barcelona.* Direcció URL: <<http://www.turismetotal.org/hometotal.asp>> [Consulta: 25/11/2005].

VALLS, Miquel (2004): “Les empreses culturals requereixen una gestió estrictament empresarial”, Editorial Vincles. *Cambra de Comerç de Barcelona*, pàg. 3.