

Museologia, museografia i museus

Rafel Sospedra i Roca

PID_00154496



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu

Índex

Introducció	5
Objectius	7
1. La història del museu	9
1.1. El col·leccionisme	9
1.2. Del col·leccionisme a la configuració de les grans infraestructures	9
1.3. Els museus del segle XX.....	11
2. Museologia i museografia	14
2.1. Què és un museu?	14
2.2. Història de la museografia	15
2.3. Museologia i museografia, dos conceptes sovint barrejats	16
2.4. Museologia, museografia i projecte, una tasca no sempre ben avinguda	17
2.5. La relació entre l'objecte museïtzat i el públic usuari	19
2.6. Metodologia i museografia didàctica	20
2.7. Museografia i ciència	21
3. Línies teòriques d'interpretació	23
3.1. Què és la interpretació del patrimoni?	23
3.2. Els principis bàsics de la interpretació del patrimoni	24
3.3. Interpretació i didàctica	26
4. Museus de veïnatge	31
4.1. La concepció territorial dels museus	31
4.2. La virtualitat, una possible eina de solució	32
5. Museus i comunitat	34
5.1. El museu, un diàleg amb la societat	34
5.2. El museu, espai d'articulació del territori	35
5.3. Una nova generació de museus: els museus de memòria	36
Bibliografia	39

Introducció

Mouseion, la casa de les muses per als antics grecs. Posteriorment, segons que sembla, a la ciutat d'Alexandria, quan parlaven de *mouseion*, es referien al complex constituït per la biblioteca i les escoles de filosofia... En definitiva, el que avui serien les universitats, els grups de recerca.

Les muses

Les muses eren les divinitats inspiradores (protectores fins i tot) de les arts i de les ciències.

El museu va ser a l'antiguitat un centre d'aprenentatge, de formació científica i filosòfica, de reflexió sobre l'entorn, d'anàlisi i de crítica.

Haurem de fer un gran salt temporal per a tornar a trobar referenciats aquests conceptes, si bé, no amb el mateix significat que en l'esplendorosa època del coneixement grec. El **retorn als clàssics**, el descobriment de la seva filosofia, de la seva ciència, degoten sobre la consciència occidental. Cal trobar-ne els orígens, i destriar el que és diví del que és científic. Aquest aspecte crític davant troballes eclèctiques als nostres ulls, però amb un clar fil conductor per als nostres avantpassats, fa que l'única manera de connectar amb el passat sigui mitjançant l'organització de col·leccions d'objectes i amb l'establiment de gabinets d'estudi.

La ciència avança amb pas ferm. La variació del focus d'atenció (del que és diví al que és humà) fa que preguntar no sigui un motiu de sospita i que les respostes religioses quedin, si més no, a banda dels fenòmens explicables per lleis naturals i per l'anàlisi de la història del planeta i dels seus habitants. L'observació crítica dels fenòmens ens durà a poc a poc a l'anàlisi i al mètode científic. Els gabinets i les col·leccions, gènesi del que avui en dia coneixem per les col·leccions dels museus, constituïran el banc sistemàtic de presentació de les restes de fenòmens, de criatures, d'obres d'art, d'objectes simbòlics... **un indret on interpretar el món en la seva dimensió temporal.**

Aquests "museus" primitius, com tot en aquest món, s'adapten als canvis socials de cada moment, a les inquietuds dels seus habitants. Europa i el món occidental evolucionen. El pas al concepte global, a la conquesta i a l'aprofitament dels potencials que ofereix el planeta, la llei del comerç i la indústria incipient, fan que els territoris esdevinguin "estats" i que aquests entrin en conflicte permanent amb els seus veïns. Som a punt d'experimentar la gran revolució dels museus.

Els estats, els imperis en definitiva, necessiten un espai on mostrar als seus ciutadans (no pas com a eina de formació, sinó com a propaganda política) les glòries nacionals i els elements que l'imperi ha pogut rescatar de la barbàrie.

És l'època de les grans col·leccions, dels grans espais plens d'objectes exòtics i d'exaltació de la diferència cultural amb el veïnatge. Neixen les pinacotèques, els museus "de bandera" (el British Museum, el Louvre, el Prado, la National Gallery, l'Hermitage...); en definitiva, els espais de lluïment de retrats, d'escultures de personatges il·lustres, dels saquejos de països llunyans, com ara Egipte, Mesopotàmia, l'Àsia Menor, fins i tot Grècia...

Aquest fet "nacional" dels museus encara és força viu. Els països recentment independitzats, o fins i tot les comunitats amb una forta identitat nacional, com ara Catalunya, van a la recerca de la seva identitat tot instituint grans infraestructures "nacionals". Les xarxes museístiques es constitueixen en funció de museus nacionals. Els museus, com els parlaments, la policia o l'idioma, passen a ser part estructural del missatge nacional identitari de la societat.

El patrimoni se socialitza. Les petites comunitats són conscients dels valors positius que tenen implícites les troballes arqueològiques, les ermites romàniques, els jaciments arqueològics, els castells... Qualsevol troballa s'ha de quedar al poble, i per tant, cal construir un equipament, un museu, on el sentiment col·lectiu de pertinença a una comunitat s'expressi en tots els sentits. **L'eclosió dels museus locals** i dels petits centres d'interpretació, conjugat amb el potencial econòmic del turisme cultural, fa que qualsevol troballa, qualsevol resta, sigui susceptible de ser museïtzada. Paral·lelament, els museus busquen diferenciar-se dels seus veïns, cada vegada més nombrosos, i per això fan ús, no tant del potencial de les seves col·leccions, sinó de la força de la seva arquitectura: el contenidor més que el contingut... els museus de les grans inversions seran les **noves catedrals medievals**, símbols del potencial de la comunitat que els allotja.

Actualment conceptes com gestió, màrqueting, posicionament... han fet que els museus visquin una autèntica lluita per la supervivència, per la visibilitat. Una ciutat com Barcelona té desenes de museus, i aconseguir que els visitants en prioritzin un o un altre en el curt espai de temps de què disposen és fonamental amb vista a la presentació dels balanços anuals. L'èxit d'un museu es valora per la quantitat de visitants que aconsegueix, per les cues a la porta d'entrada... **Què hem perdut en aquest viatge?** Potser, segons el nostre parer, aquell sentit d'aprenentatge, de formació científica i filosòfica, de reflexió sobre l'entorn, d'anàlisi i de crítica, que els nostres avantpassats van establir com a criteris fundacionals.

Objectius

L'estudi d'aquests materials didàctics us ajudaran a assolir els objectius següents:

- 1.** Fer una revisió sobre la història del museu i les darreres tendències interpretatives sobre el món artístic.
- 2.** Diferenciar i definir molt bé què entenem per *museu*, per *museologia* i per *museografia*.
- 3.** Analitzar i comprendre el marc teòric i metodològic que envolta la museologia i la museografia com a àmbits de coneixement.
- 4.** Establir i treballar els conceptes de la interpretació del patrimoni i la didàctica aplicats al món dels museus amb relació al públic.
- 5.** Comprendre el significat dels museus avui, a partir de la seva evolució històrica fins al segle XXI.

1. La història del museu

L'origen del concepte de museu, en uns termes no gaire similars als que tenim actualment, i en funció d'una col·lecció patrimonial, l'hem de buscar a l'edat mitjana, i més concretament dins del marc eclesiàstic. Convents i bisbats s'omplen de peces arribades fruit del saqueig de les croades. Amb el temps, aquest fet representarà l'origen dels actuals museus diocesans i dels tresors catedralicis.

El fet urbà, els nous aires que implica el Renaixement a Itàlia, i que a poc a poc s'anirà escampant per la resta d'Europa, fa que l'afany pel col·leccionisme, sovint tan sols de peces grecoromanes trobades en les restes encara persistents d'aquestes èpoques, creixi entre les classes adinerades, la noblesa, els nous burgesos i les autoritats eclesiàstiques. **Cosme de Medici**, en ple segle XVI, va ser qui va emprar per primera vegada el terme *museu* per a anomenar la seva col·lecció.

1.1. El col·leccionisme

De totes maneres, ens hem de situar a l'Anglaterra del segle XVII per a trobar un fet diferenciador clau. Una col·lecció donada a la Universitat d'Oxford comença a créixer a partir de 1660 amb noves incorporacions. Les sales s'obren al públic de manera permanent el 1683, i, ves per on, a algú se li acut cobrar una petita entrada i fer un catàleg públic de tots els fons de la col·lecció. Aquests tres conceptes formen part de la "genètica" dels nostres actuals museus.

Les col·leccions i la seva exposició de manera "més o menys" ordenada s'escampen per tota Europa. En l'entorn d'influència francès s'anomenaran *gabinets*, mentre que en l'entorn germànic rebran el nom de *wunderkammer*.

Samuel Quicheberg

Samuel Quicheberg, en l'obra *Teatre de la saviesa*, de 1565, va elaborar un manual sobre com ordenar sistemàticament els continguts de les "cambres". Va establir cinc blocs generals:

- 1) Els objectes associats a la glòria del propietari (banderes, arbre genealògic...).
- 2) Les peces d'orfebreria, medalles, numismàtica, objectes petits i valuosos.
- 3) Les curiositats de la natura, elements de zoologia, botànica, minerals, etc.
- 4) Productes de les arts mecàniques, rellotges, objectes musicals, etc.
- 5) Art, pintura i gravats.

1.2. Del col·leccionisme a la configuració de les grans infraestructures

El segle XVIII representa el punt d'inflexió pel que fa a la creació dels museus. Són diversos els fets que ho provoquen. D'una banda, les troballes cada vegada són més nombroses, i per tant cal establir criteris de col·lecció, d'accés als

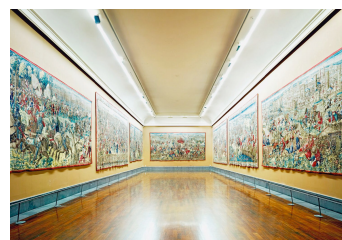
estudiosos, de planificació d'una recerca incipient, i, de l'altra, cada vegada el públic culte és més nombrós i demana poder accedir a la "contemplació" d'aquestes troballes.

En aquest sentit, el 1759 s'obre per primera vegada al públic una gran institució: el **British Museum**, a Londres. Un col·leccionista particular, Hans Sloane, afeccionat a la física, tenia una gran quantitat d'objectes antics, de monedes, de llibres... Al final de la seva vida va proposar al Govern britànic que comprés tota la seva col·lecció, de més de 80.000 peces, per tal de crear un museu. Aquest fet va fer necessària l'aprovació d'una llei específica del Parlament, que va establir la creació del British.



British Museum, Londres

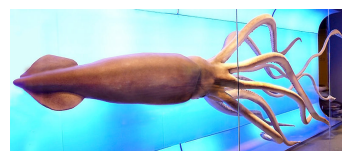
A Nàpols, la gran col·lecció de la família Farnesio, originada ja durant el segle XVI, va seguir creixent i creixent. Les excavacions de les ciutats de Pompeia i Herculà van omplint les seves sales, que reben la visita de grans escriptors, com ara Goethe o Wincklemann. El palau de Capodimonte es va convertint, a poc a poc, en el gran **Museu de Capodimonte**.



Exposició de tapissos

El gran magatzem d'art, el museu que Cosme de Mèdici va fer construir a l'arquitecte Vasari, la **Galleria degli Uffizi**, es va obrir al públic de manera regular gràcies a la seva successora i darrera representant de la família, Anna Maria Lluïsa de Mèdici, que el 1765 va decidir obrir de manera regular les col·leccions de la família ubicades en aquest edifici.

A Madrid, el 1771 es crea el **Museu Nacional de Ciències Naturals**, un gabinet a l'entorn del rei Carles III, amb la intenció de fer pública l'exposició de la gran col·lecció fruit de més d'un segle d'exploracions arreu de l'imperi americà i de les Filipines.



Museu Nacional de Ciències Naturals, Madrid

De totes maneres, no serà fins l'obertura del **Museu del Louvre**, a París, que es crea el concepte de museu públic, universal, obert a tota la ciutadania. El museu es basa en la col·lecció pictòrica reial ubicada al palau de Fontainebleau. Les pressions de la nova burgesia, encarnades per intel·lectuals com ara Voltaire o Diderot, fan que s'obri al públic, si bé de manera restringida. L'esclat de la Revolució Francesa de 1789 fa que totes aquestes obres, i les provinents d'altres palaus, es concentrin al palau del Louvre.

El segle XIX implica l'establiment del concepte de museu nacional, en tot el món industrial.

S'estableixen grans infraestructures públiques, impulsades per la burgesia industrial i comercial. Les àrees i funcions d'aquests museus queden definides. Ara, ja sí, es veu el museu com un centre integrador, alliçonador, amb un alt potencial educador i no tan sols estètic, de contemplació... Però, sobretot, es veu com un element de conscienciació nacional.

Exemple

Molts són els exemples: el Museu Nacional Hongarès, de 1807; el Museu Patriòtic de Bohèmia, a Praga, de 1818; el Museu Reial de Pintures (futur Museu del Prado), a Madrid, de 1819; el Museu de la Ciutat del Cap, a Sud-àfrica, de 1825; el Museu Nacional d'Història de Santiago de Xile, de 1830; el Museu Nacional de Victòria a Melbourne, de 1854; el Museu de Belles Arts de Varsòvia, de 1862; el Museu Nacional d'Estocolm, de 1866 (abans hi havia un museu reial); el Museu Nacional Arqueològic, de Madrid, de 1867; el Museu Nacional de Tòquio, de 1872; el Museu Nacional d'Art Antic de Lisboa, de 1884; el Museu Nacional Romà, de 1889; etc.

1.3. Els museus del segle XX

El segle passat és complex d'avaluar. Són molts els episodis que han fet evolucionar, i en direccions no sempre iguals, les infraestructures museístiques d'arreu del món. Revolucions, guerres globals, canvis de lideratge, crisis econòmiques... tot un batibull històric que ha provocat l'anquilosament al segle XIX dels museus que no han sabut, o no han pogut, evolucionar, i també l'extrema revolució conceptual i de mitjans que mostren alguns equipaments actualment.

La primera part del segle està condicionada per dos fets cabdals: d'una banda, la Revolució Russa de 1917 i, de l'altra, les guerres mundials i les seves respectives postguerres.

En el primer dels casos, la **Revolució Russa** és la gran oportunitat de socialitzar el patrimoni del tsar i de la noblesa (incloent-hi l'església). Lenin veu en els museus una gran oportunitat per a fixar els conceptes socialistes mitjançant la cultura. L'Administració central controlarà la gestió d'aquests nous equipaments i provocarà l'augment espectacular de les infraestructures museístiques; de fet, en vint anys de revolució se'n triplica el nombre. L'Estat fa servir els museus, com ja va succeir en l'època dels nacionalismes, com a arma de propaganda, en aquest cas social.

Després de la Primera Guerra Mundial, **Alemanya** és a la bancarrota. De totes maneres la inversió en museus no s'atura, si bé el concepte és radicalment oposat al rus. Alemanya organitza una xarxa de museus regionals per a promoure els fets fonamentals de la història del país i dels seus personatges més rellevants. L'ultranacionalisme a escala regional justifica l'aparició i el desenvolupament de l'era nacionalsocialista dels anys trenta.

A la **Gran Bretanya** no hi ha una cohesió estatal, una direccionalitat única. Són moltes les entitats, administracions, universitats... que disposaven de petits museus. De fet, en l'actualitat, aquesta també és una de les característiques del seu panorama museístic.

Als **Estats Units d'Amèrica** apareix l'eclosió del **patrocini** i del **mecenatge**, i l'aportació de la iniciativa privada, que trenca la tendència estatal seguida al segle XIX a Europa i als països industrialitzats. Aquest model s'ha volgut estendre a altres parts del món, si bé, al nostre continent, xoca amb la vocació controladora estatal o de l'Administració de què depèn la infraestructura. Tot plegat fa que l'agilitat de gestió que mostren durant tot el segle els equipaments dels EUA no tinguin punt de comparació amb cap altra part del món occidental.

Apareixen **nous models de museus**, fruit de la conservació no tan sols de peces arqueològiques o etnogràfiques, sinó d'edificis o de pobles sencers. A finals de segle XIX, concretament al 1891, Hazelius crea el Nordiska Museet, amb la intenció d'agrupar 150 construccions de tot Suècia, desmuntades i tornades a muntar, per tal de mostrar un sistema de vida del passat. Artesans del cuir, del vidre, de la plata..., grangers i residències riques. Aquest museu, que finalment s'independitzaria en el que avui es coneix com a *Skansen*, implica un canvi de concepte de museu, que posteriorment continuarien altres equipaments, com per exemple el Colonial Williamsburg, als EUA, inaugurat el 1926, amb la intenció de potenciar entre la població els ideals fundacionals de les colònies americanes.



Skansen

Altres tipus de museus innovadors són els de ciència. Aquests s'emmirallen en el que representa el **Museu de Ciències** de Londres (amb el nom inicial de *Museu de South Kensington*), fundat el 1909 amb bona part de les peces mostrades a l'exposició universal de Londres de 1851. El segueix de prop el Deustches Museum de Munic, a Alemanya, fundat el 1925 amb un esperit similar. Les peces en aquests museus prenen vida, es bellugaven i fins i tot en alguns casos es podien tocar. Eren museus que presentaven objectes fàcilment interpretables, recognoscibles, on l'important no era l'objecte en si sinó explicar la ciència necessària per a crear-lo.



Skansen

La Segona Guerra Mundial implica un canvi de plantejament. La represa de l'activitat de postguerra i l'afany de reconstrucció fan que els museus siguin potenciats com a centres educadors i de lleure, i com a mitjans de comunicació social molt efectius.



Museu dedicat a la història de l'automòbil

El museu és vist com el magatzem visitable de les coses veritables, la font de l'essència de les societats. El món industrial de postguerra és un món de producció en cadena, de materials "poc nobles" però utilitaris que mai trobaríem als museus, on hi ha els de debò.

Des del pla arquitectònic, la reconstrucció d'edificis històrics provoca la intervenció agosarada d'enginyers i d'arquitectes, que treballen juntament amb els conservadors dels museus, en la concepció d'espais més útils, més pràctics per a la tasca diària. La concepció de magatzems, d'oficines, de gabinets de restauració, de zones de trasllat intern... són aspectes que es comencen a tenir en compte en el disseny d'aquests equipaments.

Els museus es reorienten a nous públics. Ja no s'adrecen tan sols al públic local (en el sentit ampli de la paraula), sinó que ara hi ha elements nous, com l'aparició del **turisme cultural** o l'ús sistemàtic per part del col·lectiu escolar, etc. De fet, les dècades a partir de 1950 impliquen un creixement espectacular del nombre d'instal·lacions i també del nombre de visitants en les àrees del planeta que es configuren com a punta de llança dels museus: Europa, Austràlia, i Amèrica del Nord. Actualment la ràtio s'aproxima a un museu cada 50.000 habitants en aquesta àrea. A l'Índia o a Nigèria, per exemple, aquesta ràtio disminueix a un museu cada 1,5 milions d'habitants.

Finalment, cal fer esment del que representen, fonamentalment en l'últim quart de segle, l'aparició dels anomenats **ecomuseus**. Es tracta d'instal·lacions que pretenen interpretar l'ambient natural i l'humà. Es vol fer un paral·lelisme entre el que representa el museu de format tradicional i el nou concepte que presenta l'ecomuseu. La col·lecció del museu és el patrimoni, l'edifici és el territori, els visitants són la comunitat.

Els darrers anys de segle s'ha fet una aposta important per nous equipaments arreu del món, fonamentalment fruit de grans intervencions públiques. La llista seria molt llarga. Els més coneguts són:

El centre Pompidou de París (1977), la Galeria Nacional d'Art de Canberra a Austràlia (1982), la reforma del Louvre de París (1989), el Museu de Londres (1976, en reforma contínua), el Museu Nacional d'Antropologia de Mèxic, DF (1964), el Museu de la Civilització de Quebec (1989), el Museu Olímpic de Lausanne, a Suïssa (1993), el Museu de l'Holocaust de Washington, DC (1993), el Museu de l'estació d'Orsay, a París (1986)...

2. Museologia i museografia

Al segle XIX Goode fa una primera definició acadèmica del concepte de museu:

"Un museu és una institució per a la preservació dels objectes que millor il·lustren els fenòmens de la natura i les obres de l'home, i la utilització d'aquests per a l'increment del coneixement i per a la cultura i l'aclariment de la gent."

2.1. Què és un museu?

Hi ha moltes definicions de museu. Associacions, organitzacions, especialistes..., fins i tot la legislació de molts països, han definit aquest concepte. De totes maneres ens hauríem de centrar en la que proposa l'ICOM, organisme internacional que depèn de la UNESCO:

"Un museu és una institució permanent, sense finalitat de lucre, al servei de la societat i del seu desenvolupament, i oberta al públic, que s'ocupa de l'adquisició, la conservació, la recerca, la transmissió d'informació i exposició de testimonis materials dels individus i el seu medi ambient, amb les finalitats de l'estudi, l'educació i el gaudi."

Tenim definides les "quatre potes" fonamentals: l'adquisició, la conservació, la recerca i la transmissió.

1) **L'adquisició:** un museu ha de tenir una política d'adquisicions coherent amb la filosofia de la seva pròpia col·lecció. No és acceptable el contrari, llevat que la filosofia del museu sigui precisament l'eclecticisme. Un museu no és un magatzem desordenat.

2) **La conservació:** les obres que té en dipòsit s'han de conservar en les condicions tècniques que determini el personal adscrit a aquesta funció. Les decisions estratègiques o pseudoestratègiques pel que fa a la gestió han de quedar al marge de la política de conservació dels tècnics del museu, ja que el patrimoni és prioritari i la raó de ser de la institució. Si no conservem el patrimoni no tenim res per mostrar, res per investigar... i les futures adquisicions són del tot desaconsellables.

3) **La recerca:** implica actualment un sobre esforç econòmic considerable per als museus. El personal investigador necessita grans quantitats de fons, de manera continuada. Aquesta opció, prioritària en altres temps, queda relegada a les grans institucions, les úniques amb capacitat d'arribar a acords amb universitats i grups de recerca universitaris consolidats. La recerca és imprescindible si volem difondre conceptes d'actualitat i referents; si no ho fem així, continuarem explicant el de sempre, com sempre.

Lectura recomanada

G. Brown Goode va escriure el primer tractat de museus, amb l'objectiu de fixar comportaments, d'establir rutines i de definir conceptes.

Museums Association Report of Proceedings with the papers read at the Sixth Annual General Meeting held in Newcastle-upon-Tyne July 23-26, 1895 (ed. H. M. Platnauer, B. Sc. i E. Howarth). Londres, 1895.

4) **La transmissió:** sota aquest concepte hem d'interpretar la "difusió", o bé la "didàctica". De fet, l'ICOM ens demana que fem el nostre museu "comprensible" al públic al qual ens adreçem. Les estratègies de difusió són diverses i varien en funció de certs corrents. De fet, hi ha un concepte clau que no hauríem d'oblidar: els museus, i tota l'oferta patrimonial, han d'entendre que el seu públic no tan sols pot escollir entre la seva oferta, sinó que els museus també entren en competència amb l'oferta teatral, la cinematogràfica, i de fet, tota la composta per l'oci "no esportiu". El patrimoni és una oferta complementària, tant si ens agrada com si no, i de caràcter minoritari, i a l'Estat espanyol encara conserva el caràcter elitista que caracteritzava aquests equipaments durant el segle XIX i bona part del XX.

Un museu no és una col·lecció o una exposició temporal.

Entenem per museu una institució legalment reconeguda, que compleix totes les disposicions que estableix l'Administració pertinent.

Sembla obvi, però no ho és. Molts dels museus que actualment fan servir aquest nom, de fet no ho són. Tot i que sembli estrany, tenen col·leccions pròpies, les exposen, les conserven i les difonen..., però incompleixen la legislació, o senzillament la ignoren. Internet ha complicat extraordinàriament aquesta situació. Si fem una cerca amb l'ítem "museu" al buscador de Google, ens apareixen milions d'entrades. I és que actualment es fa servir aquest mot per a anomenar qualsevol instal·lació o equipament o pàgina web que tingui una certa relació amb qualsevol de les funcions exposades anteriorment. No podem oblidar que el nostre públic no pot determinar, d'entrada, la validesa legal d'una instal·lació, la garantia dels continguts exposats, la qualitat de la seva difusió... L'oferta es divideix, i per tant la visita als museus tradicionals decau. Vivim moments de canvi, de desequilibri, que cal digerir i processar i davant els quals cal reaccionar de manera col·lectiva, sense caure en el sectarisme o en el gremialisme.

2.2. Història de la museografia

Després dels primers intents de classificació temàtica i tècnica que es produeixen entorn de les col·leccions dels gabinets, no serà fins a finals del segle XIX, amb Goode, i posteriorment amb la revista *Museion*, quan hi haurà un plantejament sistemàtic d'aquesta naixent disciplina.

Seguint Fernández Arenas, la museografia tindria tres moments històrics importants:

Lectura recomanada

J. Fernández Arenas. *Introducción a la conservación del patrimonio y técnicas artísticas*. Barcelona: Ariel ("Historia del Arte").

1) El museu és un edifici singular per a conservar obres d'art. Els objectes són més importants que el visitant. Acumulació d'obres per tot arreu, amb molts prestatges. Som al segle XIX i començaments del XX. La museografia gira a l'entorn de la revista *Museion*, publicada des del 1927.

2) A partir de 1948 la revista canvia el nom, *Museum*, i es converteix en l'òrgan "oficiós" de l'ICOM (Internacional Council of Museum) de la UNESCO. El museu es comença a percebre com un espai educatiu. La museologia és ja la ciència del patrimoni i del museu.

3) A partir dels anys setanta del segle XX neix el museu integral, amb centres com el Centre Pompidou, la Fundació Miró, el CAAM o l'IVAM, i amb la intervenció d'altres disciplines culturals, com ara la dansa, el cinema, el teatre, el vídeo, el mim o la pintura. Es produeix el gran desenvolupament dels museus africans, asiàtics i americans.

La museologia girarà entorn dels principis següents:

- 1) Accentuació del valor del visitant sobre els objectes, que han d'estar al seu servei.
- 2) Socialització de la cultura i dels béns culturals.
- 3) Introducció en els museus d'art contemporani.
- 4) Popularització i coneixement del patrimoni artístic i cultural.

2.3. Museologia i museografia, dos conceptes sovint barrejats

El punt de partida per a conèixer la definició de les paraules és sempre el diccionari. Seguint aquest criteri, fem l'exercici de buscar al diccionari de l'Institut d'Estudis Catalans els dos conceptes, i sembla que les coses queden ben clares:

Museologia

Conjunt de teories sobre els museus com a institució i sobre llur funció dins la societat.

Museografia

Conjunt de tècniques i de pràctiques relatives al funcionament dels museus.

Fins aquí, tot clar. La museologia ens hauria de donar les bases teòriques i la museografia, l'aplicació de les tècniques necessàries per a complir els objectius que marca la museologia.

Però, si tot fos tan clar... caldria dedicar-hi tot un mòdul com aquest?

Massa sovint la barreja d'aquests dos conceptes comença a l'origen. Quan una institució pública treu a concurs un determinat projecte relacionat amb el disseny o amb la producció o l'execució d'un museu, veiem que els tècnics de cultura o els gerents municipals que redacten les condicions tenen problemes per a encaixar-lo correctament en algun dels dos àmbits. Tant s'utilitza l'expressió "projecte museològic o de museologia" com "projecte museogràfic o de museografia". Les empreses que s'hi presenten fan exactament el mateix en qualsevol dels dos casos: el detall o aixecament planimètric i l'execució de l'obra. Aquest és un cas clar de museografia i no pas de museologia.

La intrusió professional té lloc en totes dues direccions. Museòlegs que fan projectes de museografia, i tècnics museogràfics que opinen i fan planificacions conceptuals, territorials... d'equipaments. Tot s'hi val.

Observem la definició de *museologia* que fa Francesc Xavier Hernández:

"[La museologia és] la reflexió sobre els museus globalment considerada. En aquest sentit el concepte de museòleg és inclusiu, ja que s'hi poden acollir tant els que reflexionen sobre els museus i la societat com els experts en gestió cultural, i fins i tot els que reflexionen sobre els espais arquitectònics del museu, etc. En definitiva, el museòleg, que exerceix en el camp de la museologia, és expert en els museus considerats com a institució."

Hernández Cardona; Francesc Xavier (2003). *Proyecto de investigación* (pàg. 1). Oposicions a la càtedra de Didàctica de les Ciències Socials. Annex I. Barcelona.

Seguim el mateix autor, pel que fa a la museografia i al museògraf:

"La museografia és l'activitat, disciplina o ciència (segons que es consideri) que té com a objecte principal les exposicions, el seu disseny i la seva execució, i l'adequació i museïtzació de determinats espais per a facilitar-ne la presentació o comprensió [...]. El camp de la museografia s'estén molt més enllà del museu com a institució, ja que el camp de les exposicions no se circumscriu als museus [...]. En definitiva, el museògraf és fonamentalment una màquina de pensar i fer exposicions i d'intervenir museïtzant espais diversos."

F. X. Hernández Cardona (2003). *Proyecto de investigación* (pàg. 1). Oposicions a la càtedra de didàctica de les Ciències Socials. Annex I. Barcelona.

2.4. Museologia, museografia i projecte, una tasca no sempre ben avinguda

En el llarg procés de definició d'un equipament museístic, hi intervenen diferents actors i situacions.

Evidentment cada cas és un món, però per regla general hi podem distingir un itinerari, gairebé sempre igual. Tant si estem plantejant un projecte de reforma d'un museu existent com la construcció d'un nou equipament, l'administració segueix un ritual d'uns quants anys de durada¹.

⁽¹⁾La mitjana és d'uns deu anys.

Malauradament l'ordre de les intervencions dels diferents professionals no sempre és la més idònia. La museografia sempre és la darrera a intervenir, i gairebé sempre ha de solucionar mancances, contradiccions o desavinences entre el projecte arquitectònic i la definició museològica (si n'hi ha) o la concreció dels continguts.

Els **projectes de museografia** (denominació correcta quan ens referim a la concreció tècnica de recursos i estratègies de presentació d'uns continguts patrimonials) generalment s'articulen mitjançant la tasca d'un **comissari**, que s'encarrega de coordinar un grup d'experts en els diferents continguts que s'han de presentar; de controlar un seguit d'informes, guions i textos, i de definir les imatges que hauran de figurar en l'acció que es vol dur a terme. Cal destacar les problemàtiques que això comporta.

En primer lloc, per regla general hi ha problemes de comunicació entre l'equip científic que dissenya o redacta els continguts i els que resolen l'acció museogràfica. Acostuma a passar que l'equip redactor d'experts planteja l'objecte d'estudi prescindint de condicionants pressupostaris o simplement didàctics. El que sovint és interessant o imprescindible per a aquest equip és irrellevant o fins i tot incompreensible per al públic expert. Els dissenyadors o arquitectes, o els "que en saben molt", no poden assumir, per desconeixement científic, la tasca de traduir "el saber savi" (aquell que els experts consideren imprescindible), del "saber ensenyat" (aquell que finalment queda fixat en els usuaris de l'acció museogràfica). Es fa del tot imprescindible una **reelaboració didàctica**, capaç de fer el pas entre els dos sabers, capaç d'establir ponts perquè tots dos sabers puguin coincidir.

Els perills de no emprar la didàctica com a disciplina científica en la museografia es fan evidents, malauradament, en moltes de les accions museogràfiques quotidianes. En cas que els dissenyadors, arquitectes, etc. cedeixin davant del "saber savi" de l'equip de redactors, tindrem davant dels nostres ulls un producte inabastable per a la majoria de la població usuària. Generalment aquestes accions tenen un excés de continguts i estan tractades amb un "idioma" difícil d'entendre. Són accions que se'ns presenten, o bé amb un barroquisme que fa que l'usuari "passi" literalment de tota informació associada, ja que veu superada la seva capacitat d'integrar els continguts i d'interpretar els missatges de manera eficient, o bé amb un minimalisme (molt sovint fins i tot en la il·luminació), que fa que l'usuari es vegi incapaç d'assumir cap contingut derivat de la pròpia tria (generalment el missatge d'aquesta mena d'accions museogràfiques és en la tria d'objectes i en la seva disposició espacial), ja que depèn en gran manera d'uns preconceptes que la majoria de la població usuària no té.

Una segona opció és la que es deriva del fet que el dissenyador, arquitecte... imposi el seu criteri pel damunt dels conceptes desenvolupats per l'equip redactor. En aquests casos, i també per regla general, el missatge final de l'exposició o de l'acció museogràfica es pot convertir en una simple "acció estètica".

Cal tenir present que el destinatari final de qualsevol acció en museografia és l'usuari. Cal dimensionar el seu paper dins de l'acció; cal establir accions d'intervenció directa, d'interactivitat; cal adreçar missatges diferents a diferents tipus de públic; cal, en definitiva, socialitzar l'accés a la comprensió i la interpretació de qualsevol acció museogràfica. Tot el que no es faci segons aquests criteris serà un residu d'altres temps, quan el museu era concebut com un "dipòsit", on l'usuari, que tenia uns preconceptes capaços d'interpretar qualsevol objecte exposat, gaudia de la seva visió, amb un aire purament estètic. Evidentment aquests museus s'adreçaven a un tipus de públic culte, format, "savi", i també absolutament selecte. I és que la museografia no ha de ser "disseny". El concepte de disseny i de dissenyador és força ampli, no és aquest el millor lloc on exposar-ne els límits. Tenim clar què prioritza un bon disseny? La funcionalitat? L'estètica? En tot cas, sí que tenim clar el que hauria de ser prioritari en una bona infraestructura museística: la **interpretació**.

Una bona acció de museografia comprensiva és la que fa que l'usuari sigui l'objecte de l'acció, rebi correctament el missatge determinat, que l'assimili, l'interpreti i que generi aprenentatge.

No diem que un bon dissenyador no sigui capaç de fer una acció de museografia comprensiva, sinó que cal donar prioritat a l'acció didàctica pel damunt de l'acció estètica.

2.5. La relació entre l'objecte museïtzat i el públic usuari

L'objecte de museïtzació pot ser qualsevol associació de continguts articulats en funció d'un guió. En aquest sentit, podem fer accions museogràfiques sobre qualsevol tema. Sigui quin sigui el concepte a museïtzar, per regla general, disposarà de coneixement científic. La tasca del museògraf és intervenir per tal de fer comprensible aquest concepte al públic o als públics destinataris de l'acció museogràfica.

Cal que el museògraf busqui el llenguatge expositiu més adient per a aconseguir el seu objectiu. Tal com ja hem comentat, el llenguatge que utilitzen les ciències referents per a l'objecte museïtzat no acostuma a ser el millor, ja que tendeix a ser massa "tècnic" o "científic", i per tant aconsegueix exactament l'efecte contrari: l'allunyament del públic usuari. Això no vol dir que el museògraf no utilitzi el coneixement científic de les ciències referents; al contrari,

hi haurà d'incorporar les aportacions de coneixement de les ciències referents, complementant i adequant en els moments que sigui necessari, per a fer comprensible l'objecte d'estudi al públic destinatari.

Hem de tenir clar que el nostre objectiu és l'usuari i l'adquisició de coneixement. Quan plantegem una acció de museografia comprensiva, hem de tenir present els diferents horitzons als quals pot anar adreçada la nostra acció. Cal valorar la inversió realitzada i la "rendibilitat" social que se'n deriva. Seria lògic pensar que una acció amb un gran pressupost s'ha d'adreçar a un públic de base àmplia, ja que si no fos això, cauríem en una "injustícia social" sobretot si estem disposant de finançament públic. De totes maneres el fet de tenir una "base de públic" ampla no ens obliga a plantejar un missatge genèric, ja que podríem caure en una simplificació excessiva justificada pel nivell "mitjà" del nostre públic potencial. Una acció museogràfica de base àmplia pot estar seccionada en tipus de missatge, capaços de fer diana en els segments de públic als quals s'adrecen. Un bon disseny museogràfic no oblidarà el públic escolar, amb unes característiques molt determinades, sempre en funció del decisor: el mestre o educador. Cal no perdre de vista que més del 80% dels visitants dels nostres museus pertanyen a la comunitat escolar. Plantejar una gran acció museogràfica sense el disseny previ de quaderns, de guions o visites guiades en clau didàctica és, ara per ara, un gran error. Igualment, les visites organitzades de visitants pertanyents a la tercera edat necessiten accions de museografia també molt específiques.

En conclusió, i seguint altra vegada Francesc Xavier Hernández:

"La museografia és un espai tecnològic relacional en què incideixen les aportacions i els sabers de diverses ciències i disciplines tecnològiques, i que té sentit en la mesura que s'incideix en l'acció, en la creació de l'artefacte o producte museogràfic. Això implica que la museografia és, per definició, un espai bàsicament interdisciplinari i que el museògraf, a la inversa d'altres investigadors, ha de buscar la seva optimització en la diversificació i generalitat abans que en la superespecialització [...]. No hi pot haver museografia sense relació i dependència respecte de la disciplina o disciplines referents. El fet contrari serà un senzill aparadorisme o una experiència estètica sense funcionalitat o intencionalitat social.

L'objecte de la museografia és mostrar, fer conèixer, comunicar i fer comprensibles diferents objectes d'estudi (històrics, geogràfics, artístics, patrimonials, tecnicocientífics, biològics...) a un determinat horitzó destinatari, mitjançant la intervenció en un espai a museïtzar (museu, espai de presentació, monument, paisatge...)"

Hernández Cardona; Francesc Xavier (2003). *Proyecto de investigación* (pàg. 9). Oposicions a la càtedra de Didàctica de les Ciències Socials. Annex I. Barcelona.

2.6. Metodologia i museografia didàctica

La museografia didàctica, i la naturalesa del seu coneixement, és bàsicament de caràcter tecnològic. Es caracteritza per la interacció de diferents variables:

1) **Els sabers científics de les disciplines referents:** és a dir, tot el bagatge que les ciències relacionades amb l'acció museogràfica han anat fixant durant la seva història. No ens cenyim tan sols als coneixements relacionats amb el patrimoni cultural; evidentment el patrimoni natural és museïtzable, però tam-

bé ho són l'antropologia, la sociologia, la psicologia, la pedagogia... De fet, qualsevol coneixement científic pot arribar a ser susceptible de ser museïzat, o pot ser necessari per a una determinada acció museogràfica.

2) Els sabers científics i tècnics de la mateixa museografia: és a dir, tot el bagatge científic i tècnic que aquesta disciplina ha anat acumulant per la seva pròpia experiència i que aprofita altres disciplines tècniques que hi estan relacionades, com per exemple el disseny gràfic en clau didàctica, l'enginyeria tècnica industrial, els coneixements sobre la percepció i saturació visual...

3) Els sabers científics i tècnics de la didàctica, de la psicologia cognitiva i de les ciències de la comunicació: és a dir, tots els coneixements propis de la didàctica pel que fa a l'aplicació de les diferents estratègies i metodologies per a afavorir la fixació de l'aprenentatge, ja sigui mitjançant accions directes o accions de mediació didàctica: monitoratges i guiatges...

La museografia no es limita a tenir una simple funció de transposició dels sabers científics de les disciplines referents. La museografia pot fer recerca, pot reelaborar i proposar alternatives amb l'objectiu d'afavorir la interpretació i la fixació de coneixement significatiu en l'usuari.

La museografia ha de tenir tres objectius en el plantejament de solucions expositives i de comunicació dels continguts establerts:

- d'una banda la recerca i, si és necessari, la reelaboració d'aquests continguts;
- de l'altra, la formulació d'hipòtesis pel que fa a les tècniques d'exposició i als mètodes més indicats per a aconseguir l'objectiu inicial, i
- finalment, l'aplicació i la comunicació d'aquests continguts, una vegada han estat replantejats i redireccionats.

2.7. Museografia i ciència

"La museografia/museologia no seria una disciplina científica demostrativa, sinó bàsicament tecnologicohipotètica. Certament podríem intentar el debat sobre si la museografia/museologia és una ciència o una tecnologia, i si totes dues consideracions són, si escau, excloents. Tot i això no és menys cert que la museografia/museologia pot formular hipòtesis en la seva dimensió sintètica i aplicativa, i fins i tot hipòtesis matisades (supletòries o complementàries de les efectuades per les disciplines referents) en la seva aproximació/reelaboració respecte a objectes d'estudi. D'altra banda, el mètode és el que defineix el caràcter científic d'una disciplina i en aquest sentit no sembla forassenyat tipificar la museologia/museografia, en la mesura que pot desenvolupar mètodes propis, com a disciplina tecnocientífica."

F. X. Hernández Cardona (2003). *Proyecto de investigación* (pàg. 12). Oposicions a la càtedra de Didàctica de les Ciències Socials. Annex I. Barcelona.

Evidentment, assegurar que la museografia és una ciència necessita ser debatut per l'estament científic. No és aquest el millor lloc per a fer-ho.

De totes maneres estarem d'acord segurament en el fet que les finalitats del coneixement que la museografia ens pot oferir no són altres que les de fer comprensibles determinats conceptes², i les de fer comprensibles i "practicables" diferents estratègies i tècniques³.

(2) En funció de l'acció museogràfica que s'hagi dut a terme: una exposició, una publicació, una acció de museografia virtual, una acció de retolació...

(3) Ensenyar, ensenyar a ensenyar o divulgar.

La connexió entre **didàctica** i **museografia** és molt gran, ja que totes dues persegueixen uns mateixos objectius. La didàctica des d'un punt de vista més ampli; la museografia ho fa més concretament, amb unes estratègies més definides, més "materials". El que és clar és que aquesta connexió justifica la reivindicació del concepte "**museografia didàctica**", i que aquesta disciplina no es pot desenvolupar únicament des del punt de vista de l'estètica. Arquitectes, dissenyadors, "gent que en sap molt", comissaris... són necessaris en determinades accions museogràfiques, però de cap manera no poden portar el pes o el control d'intervencions de museografia didàctica. Aquest paper l'hem de reivindicar com a part de la nostra disciplina científica.

3. Línies teòriques d'interpretació

A continuació, definirem què significa la interpretació del patrimoni, quins en són els principis bàsics i quina relació tenen amb la didàctica.

3.1. Què és la interpretació del patrimoni?

L'ICOMOS en fa una definició en la *Carta para interpretación y presentación de sitios de patrimonio cultural*, ratificada per la 16 Assemblea General de l'ICOMOS, que va tenir lloc al Quebec (Canadà), el 4 d'octubre de 2008.

En l'inici de la Carta esmentada, es fa un seguit de definicions dels conceptes següents: interpretació, presentació, infraestructura interpretativa, intèrpret del patrimoni, indret de patrimoni cultural.

ICOMOS

International Council on Monuments and Sites (www.icomos.org). La pàgina té un extens fons documental amb totes les disposicions i codis de conducta dels professionals relacionats amb qualsevol aspecte patrimonial.

1) Interpretació: Totes les activitats potencials dutes a terme per a incrementar la conscienciació pública i propiciar un coneixement més gran de l'indret de patrimoni cultural. En aquest sentit s'hi inclouen les publicacions impreses i electròniques, les conferències, les instal·lacions sobre l'indret, els programes educatius i les activitats comunitàries, i també la recerca, els programes de formació i els sistemes i els mètodes d'avaluació permanent del procés d'interpretació en si mateix.

2) Presentació: Se centra de manera més específica en la comunicació planificada del contingut interpretatiu, en funció de la informació interpretativa, de l'accessibilitat física i de la infraestructura interpretativa en indrets patrimonials. Es pot transmetre mitjançant diversos mitjans tècnics que influeixen en determinats elements (però no els necessiten), com ara plafons informatius, exposicions, museus, camins senyalitzats, conferències i visites guiades, multimèdia i pàgines web.

3) Infraestructura interpretativa. Es refereix a les instal·lacions físiques, els equipaments i els espais patrimonials o relacionats amb aquests que es poden utilitzar específicament per als propòsits interpretatius o de presentació, incloent-hi les noves estratègies d'interpretació i les tecnologies existents.

4) Indret de patrimoni cultural. Es refereix a l'indret, paisatge cultural, complex arquitectònic, jaciment arqueològic o estructura existent que té un reconeixement com a indret històric i cultural, i generalment amb protecció legal.

3.2. Els principis bàsics de la interpretació del patrimoni

La Carta s'articula en set principis bàsics, que cal tenir present en qualsevol acció interpretativa sobre un indret patrimonial:

- **Principi primer: accés i comprensió.** Els programes d'interpretació i presentació han de facilitar l'accés físic i intel·lectual del públic al patrimoni cultural.
- **Principi segon: fonts d'informació.** La interpretació i presentació s'ha de basar en evidències obtingudes a partir de mètodes científics acceptats, i mitjançant les tradicions culturals vives.
- **Principi tercer: atenció a l'entorn i al context.** La interpretació i presentació del patrimoni cultural s'han de fer amb el seu entorn i context social, cultural i històric més ampli.
- **Principi quart: preservació de l'autenticitat.** La interpretació i presentació dels indrets de patrimoni cultural han de respectar els principis bàsics d'autenticitat seguint l'esperit del document de Nara (1994).
- **Principi cinquè: pla de sostenibilitat.** El pla d'interpretació per un indret patrimonial ha de ser sensible al seu entorn natural i cultural, i ha de tenir entre les seves metes la sostenibilitat social, financera i mediambiental.
- **Principi sisè: preocupació per a la inclusió i la participació.** La interpretació i presentació del patrimoni cultural han de ser el resultat d'una col·laboració eficaç entre els professionals del patrimoni, la comunitat local associada i tots els agents implicats.
- **Principi setè: importància de la recerca, la formació i l'avaluació.** La interpretació dels indrets patrimonials és una empresa progressiva i evolutiva de comprensió i explicació que requereix activitats contínues de recerca, de formació i d'avaluació.

La interpretació del patrimoni és una disciplina jove. Un dels seus principals ideòlegs és **Freeman Tilden**, que des de fa anys ha establert una sèrie de principis bàsics sobre la interpretació. A tall de resum, n'exposem els més significatius:

Enllaç recomanat

Us suggerim fer una ullada a aquest enllaç:

<http://www.arqueo-ecuatoriana.ec/fr/lois/lois-internationales/196-documento-de-nara-sobre-la-autenticidad>

Lectura recomanada

F. Tilden (2006). *La interpretación de nuestro patrimonio* (1a. edició). Sevilla: Asociación para la Interpretación del Patrimonio.

Es tracta d'una posada al dia dels seus escrits anteriors.

- 1) Qualsevol interpretació que d'alguna manera no relacioni el que es mostra o es descriu amb quelcom que es trobi en l'experiència o en la personalitat del visitant serà estèril.
- 2) La informació no és interpretació. La interpretació es basa en la informació; ara bé, tota interpretació inclou informació.
- 3) La interpretació és un art que combina moltes altres arts, sense importar que els materials que es presenten siguin científics, històrics o arquitectònics.
- 4) L'objectiu principal de la interpretació no és la instrucció, sinó la provocació.
- 5) La interpretació ha d'intentar presentar un tot i no una part, i s'ha d'adreçar a l'ésser humà en conjunt, no a un aspecte en concret.
- 6) La interpretació dirigida als infants (fins als 12) no ha de ser una dilució de la presentació per a persones adultes, sinó que ha de tenir un enfocament diferent. Per a obtenir el màxim profit caldrà un programa específic.

Posteriorment Larry Beck i Ted Cable actualitzen alguns dels aspectes desenvolupats per Freeman en el desenvolupament dels punts bàsics de la interpretació. Aquí en tenim alguns exemples:

- 1) Per tal de despertar l'interès, els intèrprets han d'aconseguir que els continguts dels seus missatges es relacionin amb la vida dels visitants.
- 2) El propòsit de la interpretació va més enllà de l'entrega d'informació: consisteix a revelar una veritat i un significat profunds.
- 3) El propòsit del missatge interpretatiu és inspirar i provocar la gent perquè amplïin els seus horitzons.
- 4) Tota presentació interpretativa s'hauria de dissenyar com una història que informi, entretingui i il·lustri.
- 5) La interpretació hauria de presentar un tema o un plantejament complet i s'hauria d'adreçar a l'individu com un tot.
- 6) La interpretació per a nens i nenes, adolescents i persones de la tercera edat hauria d'aplicar enfocaments diferents.
- 7) Tot indret té una història. Els intèrprets poden reviure el passat per a fer que el present sigui millor i que el futur adquireixi un significat més gran.
- 8) La tecnologia pot revelar el món de noves maneres. Tot i això, la incorporació d'aquestes tecnologies als programes interpretatius s'ha de fer amb cura.
- 9) Qui es dedica a la interpretació ha de tenir cura de la quantitat i qualitat de la informació que es vol presentar. Ben sintetitzada i fonamentada en una bona recerca, la interpretació tindrà més poder que un gran discurs.
- 10) Abans d'aplicar dissenys en interpretació, l'intèrpret ha de conèixer les tècniques bàsiques de comunicació. Una interpretació de qualitat es fonamenta en les habilitats i els coneixements de qui la duu a terme.

Lectura recomanada

L. Beck; T. Cable (1989). *Interpretation for the 21st Century Fifteen Guiding Principles for Interpreting Nature and Culture*. Urbana: Sagamore Publishing / Champaign, IL.

La interpretació del patrimoni es va començar a articular en els parcs naturals dels EUA. D'allà va fer el salt al patrimoni cultural. Si bé podem considerar que és una disciplina jove, tenim ja força literatura, sobretot en anglès, que ha posat les bases d'actuació de qualsevol programa interpretatiu. A l'Estat espanyol és **Fernández Miranda** qui articula la primera associació d'intèrprets del patrimoni, i comença a provocar la traducció d'alguns textos anglesos. Fernández Miranda estableix un decàleg ideal de la interpretació, amb la voluntat de resumir i donar una eina d'avaluació prèvia a qualsevol projecte interpretatiu:

Lectura recomanada

J. Morales Miranda (2001). *Guía práctica para la interpretación del patrimonio. El arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante* (2a. edició). Sevilla: Junta de Andalucía.

La interpretació:

- 1) s'ha de considerar un instrument de gestió eficaç;
- 2) s'ha d'adreçar al visitant del patrimoni (públic en general, inclosos els discapacitats);
- 3) ha de ser una activitat lliure i voluntària;
- 4) ha de tenir present el context recreatiu en què es troba el visitant (vacances, dies lliures...);
- 5) ha de ser inspiradora, que arribi a l'esperit dels individus;
- 6) ha d'estimular l'ús dels sentits;
- 7) ha de ser motivadora i provocativa;
- 8) ha de ser suggerent i persuasiva;
- 9) ha d'estimular la participació activa;
- 10) ha d'orientar i informar sobre fets concrets;
- 11) ha d'estimular el sentit crític;
- 12) ha de mostrar un missatge clar;
- 13) ha de mostrar un missatge breu;
- 14) ha de revelar significats i interrelacions;
- 15) ha de contribuir a la conscienciació ciutadana;
- 16) ha de tenir la presència de l'objecte real;
- 17) ha de recaure en activitats personalitzades (amb un guia), i
- 18) ha de mantenir com a meta la conservació del patrimoni, que és l'objecte de la interpretació.

3.3. Interpretació i didàctica

La interpretació del patrimoni s'ha de regir per uns principis basats en la didàctica, ciència que li ha de ser de referència. En la definició de l'ICOM ja s'intueix de manera clara la vocació educativa que han de tenir els museus. La interpretació és l'eina i la didàctica, la metodologia científica que s'hi ha d'aplicar.

Per a arribar a aquest fet, cal, però, tenir presents una sèrie de principis bàsics, que es poden agrupar en:

1) Principis didàctics referits al públic

a) Cal dirigir-se al públic amb missatges diferenciats

La neurolingüística ha establert que els éssers humans tenen sistemes i capacitats diferents a l'hora de rebre la informació. Cal dirigir-se a l'usuari de manera que sigui capaç d'interpretar el contingut correctament, sigui quina sigui la seva via principal d'entrada d'informació. Hi ha individus que prioritzen la informació visual. Esquemes, il·lustracions, vídeos, animacions... són els elements d'interpretació idonis per a aquests tipus d'usuari. Hi ha, però, individus que prioritzen la informació auditiva. Un bon guia intèrpret, una bona audioguia, elements sonors associats a informació textual o visual... són els elements preferits per a aquests usuaris. Finalment, hi ha individus que estableixen la manipulació com a element d'interpretació idoni. Necessiten tocar, interactuar. Per a ells, les rèpliques, les accions on pugui intervenir de manera oral o manipulativa seran les millors maneres d'afavorir la interpretació correcta dels missatges dels museus.

b) Cal que el públic pugui comprovar que ha après alguna cosa

Segurament no hi ha res més estimulants que la constatació del propi èxit. Cal que l'usuari experimenti la sensació que està aprenent. Hi ha moltes fórmules per aconseguir-ho. Virtualment ho podem fer mitjançant materials didàctics multimèdia, en què el disseny inclogui petits qüestionaris autoavaluatius, o pàgines on no sigui possible continuar si no es col·loquen les respostes correctes.

c) Ens hem d'adreçar a cada segment de públic de manera diferenciada

No tot el públic és igual. Tenim sectors de públic més especialitzat, sectors de públic que basa la seva visita en la inclusió d'activitats escolars, públic que ve a experimentar sensacions... Cal establir estratègies de connexió amb tota mena de públic, sense que s'interfereixin entre si, ja que, si no, la diferenciació de missatges es faria quasi impossible.

d) A ningú no li interessa resoldre problemes que mai no s'ha plantejat

Cal establir el nivell de problemes adient al públic al qual ens estem adreçant. No podem esperar que el públic escolar s'interessi per qüestions adreçades a un públic adult o especialitat, i a l'inrevés. Els enigmes interessaran als usuaris que tenen una idea clara respecte del missatge transmès per l'acció museística.

e) Al públic li agrada triar

Sempre és preferible una concepció constructivista del plantejament de l'acció museística. Davant un disseny dirigit, sempre cal que l'usuari tingui la sensació que fa "el seu propi camí", ja sigui a l'hora de decidir quins missatges vol interpretar, ja sigui a l'hora de decidir quina serà la circulació i el temps que dedicarà a la visita. Això no vol dir que el museògraf no pugui definir una museografia que tan sols "faci la sensació" de llibertat, i faci passar l'usuari per un seguit de "peatges interpretatius" bàsics.

2) Principis bàsics referits a l'acció museística

a) La repetició cansa

L'acció museística ha d'utilitzar recursos variats. Hem de procurar que l'usuari, mitjançant la descoberta i la sorpresa que es deriven del fet de trobar elements no experimentats, assimili els conceptes desitjats. Cal no repetir estratègies, o bé dissimular tant com es pugui aquestes estratègies mitjançant accions de disseny (tipografies, retolacions...).

b) Hem de començar pel que és conegut per arribar al que és desconegut

Un bon començament és determinar quins són els coneixements previs dels nostres usuaris. Virtualment podem començar amb un petit qüestionari amb vista a establir tipologies de visitants, i encaminar-los als materials didàctics multimèdia desitjats. Un bon intèrpret de primer intent determina quins són els coneixements previs dels membres del grup que porta per tal d'enllaçar-los amb els continguts que ha d'introduir durant la visita.

c) La museografia ha de contemplar els continguts i els procediments

Cal que no oblidem que una bona acció museogràfica ha de poder treballar conceptes bàsics (en el cas d'història, els que responen tradicionalment a l'apel·latiu de *fets* o *dades*), i també ha de respondre a les qüestions que en didàctica anomenem *procediments* (ens referim al tractament del "com està fet", del "com ho sabem"). Cal establir les estratègies museogràfiques necessàries per a treballar el procés de recerca que ens ha portar a afirmar conceptes.

d) El discurs museogràfic ha de tenir principi, desenvolupament i final

És a dir, cal que establim una introducció, un desenvolupament i unes conclusions, com qualsevol altre discurs científic. Això implica una certa direccionalitat en la circulació per l'acció museogràfica. Ningú no ens diu, però, que aquest discurs pugui ser tan concret com sigui necessari, de manera que podem seccionar els continguts segons aquest criteri d'actuació, i, per tant, platejar una visita més "constructivista".

e) La presentació dels objectes ha d'estar contextualitzada

Sovint la significació ens ve més del context que de la mateixa peça exposada. Cal desenvolupar conceptes mitjançant estratègies interactives, que es refereixin a la naturalesa de la construcció i concepció de l'artefacte exposat, a la seva localització, a l'entorn geogràfic... Tots aquests elements ajudaran el visitant a "contextualitzar" la peça, i a valorar-la i interpretar-la més per la informació associada que per efecte de l'estètica de què disposa.

f) Els missatges escrits han de ser breus

Els textos llargs fan fugir la majoria dels visitants, ja sigui en una acció didàctica presencial (els plafons plens d'informació textual), com en les accions virtuals, on el text s'amuntega a la pantalla de l'ordinador. Cal que en els museus es desenvolupi la tècnica que ja fa anys que porten a terme les publicacions periodístiques, diaris i revistes, que destaquen mitjançant titulars o bafarades, els aspectes més importants o definidors. L'ampliació de la informació es pot activar mitjançant elements d'interacció, que ens conduiran a altres plafons o estratègies museogràfiques, que, normalment, queden fora de la visió normal del públic en general.

g) Cal prioritzar els missatges. No tot té la mateixa importància

L'organització jeràrquica també és un filtre amb vista a la interpretació. Molts usuaris prefereixen llegir la informació que, per exemple, és més gran i defugir el detall descriptiu. Aquesta jerarquia ens ajuda a orientar el nostre tipus de visita. El públic especialista, per contra, defugirà el titular i anirà a la concreció.

h) Un únic espai no hauria de tenir molts missatges

La divisió per àmbits sempre ajuda a orientar el públic en funció dels seus interessos de visita. Cal no ajuntar gaires missatges "bàsics" en un sol àmbit. És preferible diversificar els àmbits en funció dels missatges clau plantejats en el discurs museogràfic.

i) L'arquitectura i el disseny són al servei de la conceptualització museogràfica, i no al contrari

Molt sovint el procés d'elaboració d'una acció museística comença a l'inrevés. Un dissenyador o arquitecte projecta i executa un equipament que més tard cal "omplir" de museografia. Aquest plantejament condiona, i molt, el discurs museogràfic de l'acció que s'ha de dur a terme. Sempre és preferible que el disseny quedi condicionat pel concepte i no al contrari.

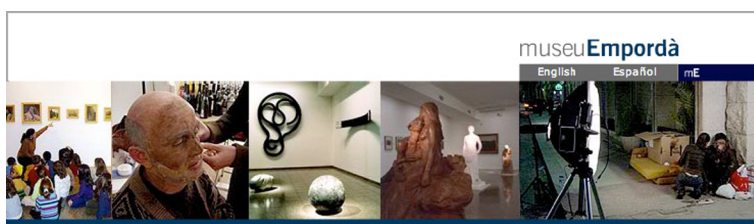
3) Principis d'usabilitat didàctica

a) Els visitants/usuaris han de tenir una acció còmoda

És a dir, cal que el disseny de l'equipament, ja sigui presencial o virtual, estigui plantejat de manera que l'usuari no tingui dificultats a l'hora de circular o de "navegar-hi". La interpretació ha de ser fluida.

4. Museus de veïnatge

Els museus locals tradicionalment han seguit uns patrons de vinculació territorial; fet lògic en la seva fundació, potser una mica fora de lloc en l'actualitat. Per exemple, entenem per museu d'arqueologia, ja sigui de caràcter comarcal com nacional, aquella col·lecció de peces articulades mitjançant un discurs de presentació temporal, i basat en els descobriments arqueològics propers, amb explicacions que les intenten ubicar en un context més o menys general. El museu explica la vinculació de la història de la humanitat amb el territori, l'evolució dels artefactes emprats durant la vida del col·lectiu, etc. No tracta (parlant sempre en general) de temàtiques universals, com ara l'evolució de les formes, de la tècnica, dels valors socials, de les actituds... La interpretació dels museus ancorats en un territori es basa en un sentiment col·lectiu d'ubicació a una localitat, nació o estat.



Museu Empordà

4.1. La concepció territorial dels museus

Els grans museus també han exercit aquesta territorialització, si bé amb característiques diferents. Generalment la base d'acció és molt més àmplia. Un museu "nacional" és capaç d'articular el públic potencial de diversos territoris, generalment amb nexes d'unió basats en la llengua i la cultura, o bé concebuts per a articular artificialment aquests nexes d'unió. La seva fundació sovint és provocada pels poders públics, i el museu adquireix la categoria de "símbol" cultural, on es guarda gelosament la "informació genètica" d'un poble, i es potencia allò que el diferencia del veí proper. Malauradament potenciem les diferències i no les similituds, l'especificitat en lloc de les generalitats derivades del fet local.

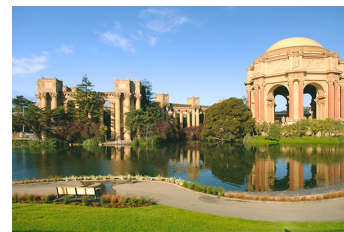
La virtualitat

Per desgràcia, la vinculació territorial s'ha traspasat gairebé de manera íntegra també al món virtual. El concepte de museu és bàsicament el mateix, això sí, emprant sistemes de presentació diferents, però amb continguts i interpretacions idèntiques. La virtualitat ha estat vista pels directius dels museus "nacionals" com la gran oportunitat de tenir un aparador, i darrerament no han tingut miraments a fer les despeses necessàries en aquesta mena d'equipaments.



Logotip del Museu d'Història de Catalunya

Aquesta concepció territorial es va començar a trencar amb l'aparició dels museus de ciència, que lluny d'explicar la "història de la ciència d'un territori" o de ser un museu arqueològic de ciència i de tècnica, i seguint les pautes marcades per la fundació de l'"Exploratorium" a la ciutat de San Francisco, prioritzaven el discurs de la interpretació de processos científics.



Fundació Exploratorium de San Francisco

Aquests processos són per definició ateritorials i, per tant, els museus de ciència de qualsevol part del món poden explicar exactament el mateix, amb artefactes absolutament clònics.

Aquest fet ha portat a entendre la ciència, i també la natura i els seus processos, com quelcom global, universal, que ens afecta a tots de la mateixa manera, en què l'equilibri de les forces locals marca el discurs global. La ciència busca les respostes generals a base de recerques de fets concrets; l'ecologia insisteix que els fenòmens estan relacionats i que qualsevol acció pot derivar en una reacció a milers de quilòmetres de distància... **Com és que la història no és capaç d'entrar en aquest discurs?**

És realment difícil trobar museus que segueixin els paràmetres marcats pels museus de ciència. L'art, l'arqueologia, la història... encara es conceben com a elements definidors dels fets locals, i no com una riquesa de la globalitat. En el moment que es pugui fer un discurs museogràfic d'àmbit global, capaç d'interpretar el patrimoni a escala mundial, amb la mentalitat oberta, amb la voluntat de donar resposta a inquietuds genèriques, podrem presentar centres d'interpretació tan atractius com els de ciència.

4.2. La virtualitat, una possible eina de solució

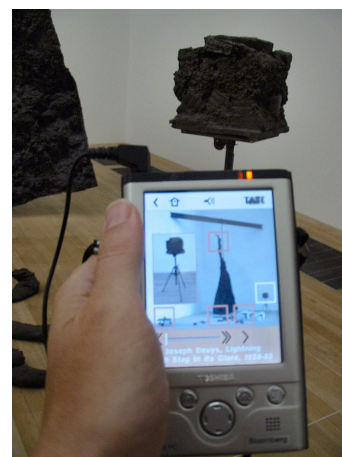
Per definició, la virtualitat no té un territori propi. Evidentment que les pàgines web on s'ubiquen els diferents mitjans de comunicació de massa (*media*) que les conformen són en un servidor determinat, però l'usuari no té la concepció d'anar a visitar un equipament en concret.

Tal com ho hem plantejat anteriorment, malauradament estem clonant l'estructura territorial dels museus presencials i el seu discurs, també territorial. Estem feudalitzant la xarxa a base d'estructures tancades. Internet està mutant perillosament d'una concepció de lliure circulació de dades i idees a la rèplica virtual del món on vivim.

És possible articular un discurs propi, diferenciat del presencial, capaç de respondre a inquietuds generals basades en l'estudi del fet local. Per a fer-ho, tan sols hem d'interconnectar estructures, fer compatibles connexions entre museus i centres d'interpretació. Unir el fet local per a conformar el fet global.

Pensem en les possibilitats que ens ofereix la virtualitat: capacitat d'establir una comunicació directa mitjançant fòrums i xats. Els visitants poden entaular converses mentre observen un element patrimonial, mentre són a milers de quilòmetres l'un de l'altre. Amb PDA connectades a la Xarxa, aquestes converses es poden fer entre un visitant virtual i un de presencial. Podem establir programes educatius comuns entre grups escolars, universitaris, etc. de centres ubicats en diferents poblacions. Tenim centenars d'experiències similars sobre això. Podem establir comparacions entre fets històrics o artefactes arqueològics o artístics de diferents cultures, èpoques o tendències...

Sens dubte, la solució és la creació de grans portals museogràfics, no com els plantejats a l'actualitat, que intenten reproduir la territorialitat a la Xarxa... Ens referim a portals sobre qüestions genèriques, no territorials, de caràcter social, capaços d'establir connexions entre els diferents fons digitalitzats dels membres adherits. Es tractaria de la creació de grans centres d'interpretació virtuals, àgils, canvians, nous dia a dia, que visquin de les iniciatives dels seus membres, coordinats en una imatge corporativa i de serveis.



Aplicació de les TIC als museus

5. Museus i comunitat

El patrimoni cultural i artístic, l'antropològic, l'arqueològic... no és res més que el reflex d'una societat; els vestigis a partir dels quals podem interpretar la complexitat de l'entramat social des de tots els punts de vista possible.

5.1. El museu, un diàleg amb la societat

Hem d'entendre els museus com eines de comunicació entre els objectes i el públic usuari que els ha d'interpretar. Cal, doncs, establir les bases d'aquesta comunicació. Tal com hem anat veient, la concepció dels museus ha anat canviant en funció dels canvis que experimentava la societat. De ser objectes col·leccionables, més o menys classificats en funció d'uns criteris abstractes, han passat a ser instruments d'alliçament ideològic d'alta potència.

Actualment hi ha museus que han experimentat adaptacions que a primera vista poden semblar contradictòries, però que ens mostren la força de la pressió social sobre aquesta mena d'equipaments.

Un exemple el podem trobar en un dels museus més visitats de Londres, l'**Imperial War Museum**. Aquest centre es va concebre com una eina alliçonadora del paper de l'exèrcit britànic durant la seva història, més concretament des de finals de segle XIX. Hi podem trobar peces tan espectaculars com metralladores, avions, bombes de tota mena, maquetes amb la reproducció del desenvolupament de les batalles més glorioses de l'exèrcit, uniformes... Darre-rament, s'hi han incorporat dos elements museogràfics de gran potència: la rèplica escenogràfica d'una trinxera de la Primera Guerra Mundial (amb la incorporació de figures de mida real, de sorolls, d'olors...) i un itinerari ple de sensacions anomenat *The Blitz*, que recrea els bombardejos alemanys sobre la ciutat de Londres, que comença en un refugi que tremola literalment i s'hi arriba a veure tot un carrer destrossat, amb els crits de la gent atrapada; en definitiva, tot el que representa la destrucció d'un atac indiscriminat sobre la població civil.

Aquests nous elements plantegen la guerra des del punt de vista humà, no pas militar ni estratègic. L'Imperial War Museum es converteix en un denunciador directe de les irracionalitats de la mateixa guerra.

Darrerament ha incrementat aquest missatge clarament social amb la incorporació de tot una museografia sobre l'holocaust. Quan surts de l'apartat dedicat a aquest tema, cal descansar i reordenar els plantejaments sobre la vida, les relacions socials, els conflictes armats i la seva justificació... L'Imperial War Museum de Londres és una visita obligada, no tan sols per a veure l'adaptació conceptual als nous plantejaments socials "no bèl·lics", sinó per a dimensionar els canvis en els plantejaments museogràfics dels darrers vint anys.

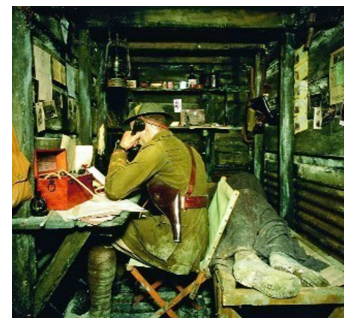
5.2. El museu, espai d'articulació del territori

Hi ha un altre rol social sobre el qual s'ha escrit poc. Es tracta del desenvolupament territorial i social al voltant d'un equipament territorial. Aquest paper l'articulen principalment els museus locals i els temàticament molt especialitzats, si bé amb un criteri clarament diferent.

Els museus locals tenen la possibilitat de convertir-se en veritables eixos vertebradors d'activitats socials i/o econòmiques, capaces de dinamitzar i concentrar la vida dels habitants de la zona. Generalment parlem de la creació d'associacions molt actives, de grups i col·lectius que organitzen activitats paral·leles o directament dins del programa de dinamització del museu, de manera voluntària.

Altres casos són els que esdevenen fruit de la planificació (la immensa minoria, cal dir-ho). Un dels millors exemples és, sens dubte, el que representa Ironbridge Gorge Museum, a Telford, Anglaterra. Es tracta d'una zona deprimida econòmicament a finals dels anys setanta del segle XX, que tenia una estructura basada en la mineria i la transformació industrial. La solució va ser una reconversió industrial basada en la cultura i el patrimoni. Es van reciclar els aturats de la indústria, que van passar a treballar en la dinamització patrimonial del complex d'Ironbridge. Actualment és un dels enclavaments de turisme cultural (patrimonial) més importants del Regne Unit, ambientat en l'època victoriana.

A Catalunya hi ha un exemple adaptat fruit de l'esforç i de la creativitat d'una associació d'enginyers industrials, que articula, en un espai en xarxa prou dinàmic, tota una col·lecció de museus dedicats a la industrialització del nostre país: el **Museu Nacional de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya**. Actualment el museu coordina el que anomenen un *sistema territorial*, que agrupa diferents museus:



First World War Galleries, The Trench Imperial War Museum, Londres

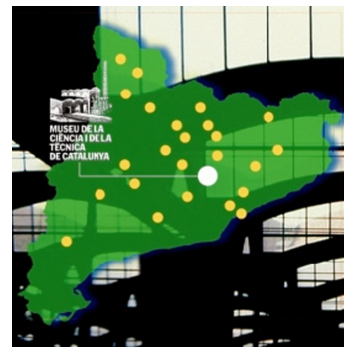


The Holocaust Exhibition, Imperial War Museum, Londres



Ironbridge Gorge Museum, Telford (Regne Unit)

Museu de la Colònia Sedó, d'Esparraguera; Museu de la Farga Palau, de Ripoll; Museu del Cement Asland de Castellar de N'Hug; Molí Paperer de Capellades; Museu de la Pell d'Igualada; Museu del Suro de Palafrugell; Museu del Ferrocarril de Vilanova i la Geltrú; Museu de les Mines de Cercs; Ecomuseu Farinera de Castelló d'Empúries; Museu de la Tècnica de Manresa; Museu Industrial del Ter de Manlleu; Museu de la Colònia Vidal de Puig-Reig; Serradora d'Àreu; Museu de l'Estampació de Premià de Mar; Col·lecció d'automòbils Salvador Claret; Trens Històrics de Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya; Museu de les Mines de Bellmunt del Priorat; Museu de la Torneria de Torelló; Museu de la Fassina de l'Espluga de Francolí; Museu de Gerri de la Sal; Museu de la Rajoleta d'Esplugues de Llobregat; Museu de la Hidroelectricitat de Capdella; Parc Cultural de la Muntanya de Sal de Cardona i la Mina Victòria dera Val d'Aran.



Museu Nacional de la Ciència i la Tècnica de Catalunya

El que és determinant en el sistema de gestió és que aquest és capaç d'integrar museus dependents d'administracions locals, privats, col·leccions diverses... tot agrupant una imatge de cara al públic visitant. Hi ha una coordinació didàctica i de política expositiva, que ha fet que el sistema s'hagi consolidat com un referent de les visites de caràcter escolar, juntament amb les clàssiques visites curriculars, com Empúries, la Tàrraco romana o la Barcelona o Girona medievals.

5.3. Una nova generació de museus: els museus de memòria

Són espais que volen incidir en la història més propera a la societat actual. Un dels iniciadors ha estat el Holocaust Memorial Museum, de Washington DC, amb la clara pretensió d'incidir en els sentiments del visitant, de convertir el visitant de simple espectador a participant d'una experiència, en aquest cas tràgica i devastadora. També als EUA han sorgit altres iniciatives que incideixen directament en els orígens més recents dels seus habitants, gairebé sempre immigrants. Es tracta d'Ellis Island, port d'entrada de la gran immigració europea per vaixell del segle XX. Altres exemples els podem trobar a la "Casa del Terror" (*terrorhaza*), antiga comissaria de Budapest on es torturava la població civil, o el Museu de la Memòria, a Rosario (Argentina).



US Holocaust Memorial Museum, Washington, DC

Darrerament s'ha constituït una agrupació de museus i d'indrets patrimonials, la **Coalició Internacional d'Indrets de Consciència**, amb la intenció de promoure els valors democràtics i humanitaris.

Són membres d'aquesta interessantíssima iniciativa museus de Sud-àfrica (Constitution Hill; Museu del Districte Sis, de Xile (Corporació Parc per la Pau Villa Grimaldi), dels EUA (Jaciment Històric Nacional Eleanor Roosevelt; Jaciment Històric Nacional Martin Luther King, Jr.; Museu Nacional Nipoamericà; Parc Històric Nacional dels Drets de la Dona; Museu Nacional dels Drets Civils), de Rússia (Museu Gulag de Perm-36; Complex de Commemoració de Mednoe), de Bangla Desh (Museu de la Guerra de l'Alliberament); de la República Txeca (Museu Memorial de Terezin); d'Anglaterra (The Workhouse), o del Senegal (la Casa dels Esclaus).

Coalición Internacional de
Sitios de Conciencia

sítios temas recursos actividades inscribase quiénes somos

Museo de la Guerra de Liberación
BANGLADESH



¿Qué pasó aquí?

Red de Sitios Asiáticos de Conciencia

Salvant les distàncies, a Catalunya s'ha obert el Museu Memorial de l'Exili, a La Jonquera, inaugurat l'any 2007 amb la intenció de rememorar el pas dels exiliats per la frontera catalana vers els camps de refugiats en finalitzar la Guerra Civil de l'any 1939. El museu també és un centre articulador del territori, ja que ha senyalitzat els diferents passos emprats durant l'exili i intenta un interessant exercici de transversalitat en relacionar les diferents fases de l'exili.



Museu Memorial de l'Exili, La Jonquera

Bibliografia

- Alonso Fernández, L.** (1995). *Museología: introducción a la teoría y práctica del museo*. Madrid: Istmo.
- Alonso Fernández, L.** (1999). *Introducción a la nueva museología*. Madrid: Alianza.
- Alonso Fernández, L.** (1999). *Museología y museografía*. Barcelona: Serbal.
- Bellido Gant, M. L.** (2001). *Arte, museos y nuevas tecnologías*. Gijón: Trea.
- Bolaños, M.** (ed.) (2002). *La memoria del mundo. Cien años de museología 1900-2000*. Gijón: Trea.
- Hernández Hernández, F.** (1994). *Manual de Museología*. Madrid: Síntesis.
- Hooper-Greenhill, E.** (1998). *Los museos y sus visitantes*. Gijón: Trea.
- Montaner, J. M.** (2003). *Museos para el siglo XXI*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Montañés, C.** (coord.) (2001). *El museo, un espacio didáctico y social*. Saragossa: Mira Editores.
- Sprünker, J.; Munilla, G.** (2009). *Educació, museus i TIC. Materials i activitats a Internet*. Barcelona: UOC ("Dossiers Did@ac-TIC's", 6).
- Santacana Mestre, J.; Serrat Antolí, N.** (coords.) (2005). *Museografía didáctica*. Barcelona: Ariel.
- Santacana Mestre, J.; Llonch Molina, N.** (2008). *Museo local. La cenicienta de la cultura*. Gijón: Trea.
- Schubert, K.** (2008). *El museo. Historia de una idea. De la Revolución Francesa a hoy*. Granada: Turpiana.
- Solanilla Demestre, L.** (2009). *En primera persona. Memòria oral, patrimoni immaterial i Internet*. Girona: Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural (ICRPC) / Documenta Universitària.

