

Els departaments de difusió i la dimensió social

Joan Mayné (*)

Moltes coses s'han dit i s'han escrit a l'entorn de la funció didàctica i pedagògica dels museus. El cert és que des de fa uns quants anys s'està experimentant a poc a poc una millora qualitativa en petites dosis. Lògicament, aquesta millora està vinculada directament al procés evolutiu de la societat i, en concret, a l'evolució dels valors que la sustenten.

A grans trets es pot dir que, a partir d'un determinat moment, potser en el tombant dels anys 60 als 70, coincidint amb l'empenta de les escoles de pedagogia activa, la demanda social —bàsicament escolar en un primer moment— en els museus inicià un procés d'obertura cap a noves formes d'exposició i cap a un nou enfocament dels continguts. Aquest procés que a Catalunya començà bàsicament en els seus museus de Barcelona ciutat —ja que aquí és on hi ha una major concentració de museus i d'escoles i també és aquí on hi ha més recursos per poder assumir aquesta demanda— gairebé «obligà» els museus a incorporar als seus mètodes de comunicació unes fórmules i uns plantejaments sorgits d'aquella pedagogia escolar.

Aquesta demanda, que fins en aquell moment era molt poc escoltada, comportà una creixent aflluència de grups escolars als museus, els quals no estaven preparats per assumir-la (o bé, en tot cas molts pocs ho estaven). El volum d'aquesta demanda i la feina addicional d'investigació pròpia que comportava no podia ser assumida ni qualitativament ni quantitativa pel personal dels museus. Aquesta situació donà origen al naixement de departaments pedagògics o d'educació, fruit de l'estreta col·laboració amb els mestres.

Amb el temps això s'ha anat consolidant, sobretot en els museus de la capital i en alguns d'altres arreu de Catalunya, i també va portant a una revaloració del concepte de museu com a institució pública, amb una funció so-

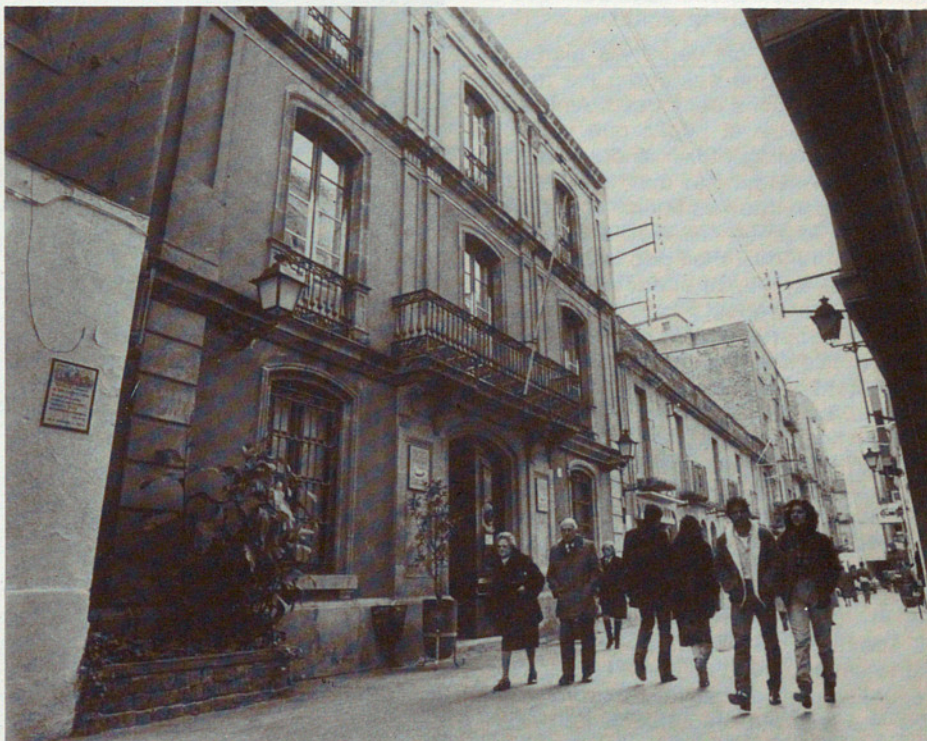
cial específica dirigida ja no tan sols al camp educatiu sinó al conjunt social.

No obstant això, la realitat actual ens mostra que aquest canvi profund d'enfocament dels museus està encara lluny de consolidar-se i sovint es corre el risc de canviar només les formes però no la substància. És a dir, seria un error considerar que l'adequació pedagògic-escolar és l'objectiu. L'objectiu és que el museu esdevingui una institució viva i dinàmica, entreteixida amb la societat que l'ha originat, a les demandes de la qual ha de respondre; per tant, el museu entra en crisi si no té aquestes qualitats.

Sovint hom utilitza el qualificatiu «de museu» de forma despectiva quan hom vol fer notar que quelcom o algú està desfasat o massa aturat. Aquesta consideració, que pot semblar una mica supèrflua o fora de lloc, comporta una forta crítica als museus i és digna de ser valorada àmpliament.

En primer lloc, cal dir que els museus se l'han ben guanyada a pols a causa del caire arcaic i aturat de la major part dels museus. La tossuderia de considerar la institució museu al marge del

(*) Joan Mayné és cap de difusió del Museu de Badalona.



ARXIU

Sovint, hom utilitza el qualificatiu de «museu» de forma despectiva quan cal fer notar que quelcom o algú està desfasat o esdevé massa anquilosat. Aquesta consideració que pot semblar un tant supèrflua o fora de lloc, comporta una forta crítica als museus i és digna de ser valorada en tota la seva amplitud.

Arrel Experiències municipals

conjunt social i de desoir les seves propostes ha portat a aquest extrem. Freqüentment s'ha tendit a identificar els interessos individuals dels museòlegs (directors, conservadors, etc.) i els interessos del poder dominant (amb els seus valors) amb els interessos del públic al qual es dirigeix. És a dir, una exposició, un muntatge d'una sala permanent, unes conferències, unes publicacions, han respost més a la conveniència del personal directiu del museu o del poder públic corresponent que no pas a les motivacions reals de les persones a les quals es dirigeixen. No és d'extranyar, doncs, la minsa aflluència o resposta que obtenen bona part de les activitats que s'hi fan. En tot cas, hi respon només un determinat públic, sovint d'un determinat estrat social. Les causes immediates que se'n poden deduir poden ser moltes i molt variades, però en el fons d'aquesta qüestió gairebé sempre resta pendent de resoldre el problema fonamental: que el museu s'ha de dirigir a la totalitat del públic, tant el real –el que habitualment hi va– com el potencial –el que no s'hi acosta–, i no tan sols a un de sol. Es pot dir que aquesta apreciació no és certa, però si atenem al resultat global de les respostes, ens adonarem que si que hi ha quelcom de veritat.

En segon lloc, cal veure els planteigs museològics que sustenten les activitats o actuacions del museu. Amb relativa freqüència el públic que visita el museu, en preguntar-li la opinió que li mereix un determinar muntatge o activitat, respon que «és bonic», «està bé», «és interessant», «és molt antic», etc., però aprofundeix molt poc la seva consideració. El museu sempre té tendència a valorar aquests extrems com a incapacitat personal del públic visitant, és a dir, l'evaluació sempre es fa sobre el visitant i poques vegades sobre el museu. La «llició» del museu, en forma d'exposició, de conferència o de publicació, sempre és una per a tothom igual i sempre, també, en una sola direcció: del museu al públic. Amb això s'oblida la diversitat i el bagatge anterior de les diferents persones i dels grups socials que configuren el conjunt de la societat. En el tot cas, es tendeix a plantejar les «llicions» dient «això és apte per a aquests», «allò és apte per a aquells» i, en definitiva, s'esborra també la possibilitat de selecció personal i d'evolució individual del visitant.

Cal, doncs, un canvi profund de plantejaments i d'objectius per tal que el Museu deixi de ser un armari arnat i caduc, i esdevingui un instrument cultural

útil per a tots, si no vol caure en l'oblit i la irrellevància; i cal també una professionalització del personal dedicat a la difusió.

Aquesta funció de difusió, que no és únicament la d'aguantar les criatures que vénen, durant molts anys i encara actualment és assumida en bona part pels conservadors del museu que, amb dosis de bona voluntat i amb més o menys encert, han intentat de tirar endavant. No obstant això, cada vegada és més palesa la necessitat de professionalitzar un personal especialitzat que, en estreta col·laboració amb l'altre personal tècnic, doni respostes més adequades i científiques al tractament del públic i dels mètodes de comunicació museogràfics entre objecte i continguts, d'una banda, i públic, de l'altra; s'ha d'entendre aquesta relació com una relació de diàleg –no d'una sola direcció, com ja ha estat exposat ante-

riorment– i s'ha de valorar la diversitat del públic com un element enriquidor d'aquest diàleg.

La nova formulació dona pas al naixement de departaments de difusió, no només pedagògics o d'educació, que tenen plenament sentit en el conjunt de funcions pròpies del museu i que han de treballar de manera directament interrelacionada amb la resta de departaments del museu. Aquest departament han de contribuir a possibilitar l'objectiu últim, que és difondre tot allò que el museu ha recollit, conservat, restaurat i investigat, per tal que formi part de la memòria col·lectiva. Aquest departament té per objecte de recerca l'estudi del públic, les diverses lectures d'un mateix objecte i els mitjans de comunicació museogràfics més adequats per posar en relació objecte i públic.

(1)

(1) Per a l'elaboració d'aquest article he utilitzat part dels continguts d'un treball «La funció de difusió del museu» – que estem elaborant amb els companys i companyes: d. Forrellad, A. Garcia, M.T. Guasch, C. Rodà i R. Sagüés; i també els apunts de la conferència «El fracàs escolar», que donà Francesco Tonucci a l'Escola d'Estiu de Barcelona, l'any 1982'.



PILAR VILADEGUT

Cal un profund canvi de plantejament i d'objectius per tal que el museu deixi d'ésser un armari arnat i caduc i esdevingui un instrument cultural útil per a tots.