



**ICOM<sup>ESP</sup> VLC'18**

**II ENCUENTRO DE MUSEOLOGÍA**

**LOS HABITANTES DEL MUSEO**

— VALENCIA 25-26-27 OCTUBRE —



**Organización / Organisation / Organisation:**

ICOM España (Comité Español del Consejo Internacional de Museos)  
Luis Grau Lobo. Presidente  
Teresa Reyes Bellmunt, Vicepresidenta  
Mónica Ruiz Bremón, Secretaria

**Vocales / Members / Membres:**

Judith Ara Lázaro, Koré Escobar Zamora, M<sup>a</sup> Dolores Baena Alcántara, Rafael Rodríguez Obando, María San Sebastián, Joan Seguí Seguí.

**Coordinación y gestión del encuentro / Coordination and management of the meeting / Coordination et gestion de la rencontre:**

Luis Grau Lobo, Joan Seguí Seguí, Nuria Rivero Barajas, Francesc Cabañés Martínez

**Con el apoyo de / With the support of / Avec le soutien de:**

ICOM (Consejo Internacional de Museos) Secretariado mundial / (International Council of Museums) World Secretariat / (Conseil international des musées) Secrétariat mondial.

SAREC 2015 MECD. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte / Ministry of Education, Culture and Sport / Ministère de l'Éducation, de la Culture et des Sports

**Edición de actas / Edition of proceedings / Édition des actes**

ICOM-España (Comité Español del Consejo Internacional de Museos) / ICOM Spain (Spanish Committee of the International Council of Museums) / ICOM-Espagne (Comité espagnol du Conseil international des musées)

**Coordinación y revisión edición / Coordination, revision, editing / Coordination et révision**

Teresa Reyes Bellmunt (Vicepresidenta ICOM - España / Vicepresident, ICOM Spain / Vice-présidente ICOM - Espagne)  
Joan Seguí Seguí (Vocal ICOM-España / Member, ICOM Spain / Membre ICOM-Espagne)  
Francesc Cabañés Martínez (L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia)

**Diseño y maquetación / Design and layout / Conception graphique:**

Pascual Lucas

**Traducciones / Translations / Traductions:**

Bolt traductores, Coop. V.

ISSN: en trámite.

ICOM-España no se responsabiliza de las opiniones expresadas en los artículos firmados, ni de la calidad de las ilustraciones proporcionadas por los autores

II ENCUENTRO DE MUSEOLOGÍA

# LOS HABITANTES DEL MUSEO

Valencia, 25, 26 y 27 de octubre de 2018

ICOM – España

Organizadores:



Colaboradores:



**10** Presentación

Luis Grau Lobo. *Presidente de ICOM España*

**PONENCIAS****16** Tiempos culturales y museos etnográficos. Historia que todavía no lo es.

Juan Agudo Torrico. *Departamento de Antropología Social. Universidad de Sevilla.*

**42** Museos y comunidades locales. Reflexiones a partir de un estudio en museos etnológicos valencianos.

Eva Mompó Andrés. *Coordinadora de ETNOXARXA. L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia.*

**56** Un cuadro, un personaje, una historia, un espejo. Chill out de mitos y arte, el público sobre alfombras.

Mireia Rosich Salvó. *Biblioteca-Museo Victor Balaguer. Vilanova i la Geltrú.*

**68** Estudio de públicos del Museu Valencià d'Etnologia. Informe preliminar.

Francesc Cabañés Martínez. *L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia.*

**94** Habitado versus deshabitado.

Esther de Frutos González. *Museo del Prado.*

**108** En busca del barrio perdido. Reactivando lazos con las entidades locales desde el Museo de Prehistòria de València.

Tono Vizcaino Estevan. *Museu de Prehistòria de Valencia.*

**124** El grupo de museos y accesibilidad. Una buena práctica de trabajo en red de profesionales para la mejora de la accesibilidad.

Teresa Soldevila García. *Museu Marítim de Barcelona.*

**MESAS REDONDAS****132** Los habitantes del museo.

**Moderador:** Javier Martí. *Museu d'Història de València.*

**Participantes:**

Margarita Belinchon. *Museo Ciencias Naturales de Valencia.*

M<sup>a</sup> Jesús de Pedro. *Museu de Prehistòria de València.*

José Luis Pérez Pont. *Centre del Carme de Cultura Contemporànea.*

Francesc Tamarit. *L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia.*

**156** Definición de museo.

**Moderador:** Teresa Reyes. *Vicepresidenta de ICOM España.*

**Participantes:**

Nuria Enguita. *Bombas Gens Centre d'Art.*

Rafael Company. *MUVIM -Museu Valencià de la Il·lustració i la Modernitat.*

Iñaki Arrieta. *Universidad del País Vasco.*

Cristina Aguirre. *Directora de Kó Gestión Cultura.*

## COMUNICACIONES PRESENTADAS EN EL ENCUENTRO

- 168** Los museos como mapas de humanidad. La experiencia de la red museística provincial de Lugo (RMPL). Red Internacional Musapalabra.  
Encarna Lago González, Leonardo Casado Lazo, Patricia Torres Aguiar Ugarte, Ana María Ferro Fernández, Ángeles Miguélez Martínez, Juan Ignacio Márquez, Ana Covadonga López Boado, Raquel Guerrero Prieto, Francisca Abuín Villar.
- 180** El diálogo entre el visitante y el museo.  
José Manuel Melchor Montserrat. *Museo Arqueológico de Burriana (Castellón)*.
- 190** Los museos y sus amigos para la sostenibilidad.  
Cristina González Gabarda. *Asociación de Amigos del Museo de Bellas Artes de Valencia*.
- 200** El papel de los museos en un proyecto de innovación educativa: Documentación, inspiración, desarrollo y colaboración.  
Eva San Evaristo. *IES Barri del Carme (Valencia)*.
- 212** La visita al Museu Faller de València. Una experiencia ritual.  
Gil-Manuel Hernández i Martí. *Museus de Cultura Festiva de l'Ajuntament de València. Universitat de València*.
- 222** El plan museológico del Museu de Belles Arts de València y su programa expositivo.  
María del Mar Amat de la Flor. *Equipo redactor del Plan Museológico*.
- 234** ¿Quiénes son nuestros invitados? Hábitos culturales, educación y adolescencia en los museos valencianos.  
Joaquim E. López Camps. *Universitat de València-EG*.
- 246** Las colecciones de los museos de Lorca y las conmemoraciones históricas: un modelo de obras representativas encarnadas por habitantes de la ciudad.  
David Torres del Alcázar. *Historiador del arte*.

**12 Presentation**

Luis Grau Lobo. *President of ICOM España*

**PAPERS****16 Cultural times and ethnographic museums. History that is not yet history.**

Juan Agudo Torrico. *Department of Social Anthropology. University of Seville.*

**42 Museums and local communities. Reflections from a study in Valencian Museums of Ethnology.**

Eva Mompó Andrés. *Coordinator of ETNOXARXA. L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia [Museum of Ethnology of Valencia].*

**56 A painting, a character, a story, a mirror. Chill out of myths and art, the public on carpets.**

Mireia Rosich Salvó. *Victor Balaguer Library-Museum. Vilanova i la Geltrú.*

**68 Audience study of the Museu Valencià d'Etnologia. Preliminary report.**

Francesc Cabañés Martínez. *L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia [Museum of Ethnology of Valencia].*

**94 Inhabited versus uninhabited.**

Esther de Frutos Gonzalez. *Prado Museum.*

**108 In search of the lost neighbourhood. Reactivating links with local entities from the Museu de Prehistòria de València.**

Tono Vizcaino Estevan. *Museu de Prehistòria de València [Museum of Prehistory of Valencia].*

**124 The museums and accessibility group. A good networking practice of professionals to improve accessibility.**

Teresa Soldevila García. *Museu Marítim de Barcelona [Maritime Museum of Barcelona].*

**ROUND TABLE****132 The museum inhabitants.**

**Moderator:** Javier Martí. *Museu d'Història de València [History Museum of Valencia].*

**Participants:**

Margarita Belinchon. *Natural Sciences Museum of Valencia;*

M<sup>a</sup> Jesús de Pedro. *Museu de Prehistòria de València [Museum of Prehistory of Valencia];*

José Luis Pérez Pont *Centre del Carme de Cultura Contemporània [Carme Contemporary Culture Centre];*

Francesc Tamarit. *L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia [Museum of Ethnology of Valencia].*

**156 Round Table: Definition of museum.**

**Moderator:** Teresa Reyes. *Vice-president of ICOM Spain.*

**Participants:**

Nuria Enguita. *Bombas Gens Centre d'Art [Art Centre];*

Rafael Company. *MUVIM -Museu Valencià de la Il·lustració i la Modernitat [Valencian Museum of Illustration and Modernity];*

Iñaki Arrieta. *University of the Basque Country;*

Cristina Aguirre. *Director of Kó Gestión Cultural.*

## PAPERS PRESENTED AT THE MEETING

- 168** **Museums as maps of humanity. The experience of the Provincial Museum Network of Lugo (RMPL). Musapalabra International Network.**  
Encarna Lago González, Leonardo Casado Lazo, Patricia Torres Aguiar Ugarte, Ana María Ferro Fernández, Ángeles Miguélez Martínez, Juan Ignacio Márquez, Ana Covadonga López Boado, Raquel Guerrero Prieto, Francisca Abuín Villar.
- 180** **Dialogue between the visitor and the museum.**  
José Manuel Melchor Montserrat. *Archaeological Museum of Burriana (Castellón).*
- 190** **Museums and their friends for sustainability.**  
Cristina González Gabarda. *Association of Friends of the Fine Arts Museum of Valencia.*
- 200** **The role of museums in an educational innovation project: Documentation, inspiration, development and collaboration.**  
Eva San Evaristo. *IES Barri del Carme [Secondary School] (Valencia).*
- 212** **The visit to the Museu Faller de València [Fallas Museum of Valencia]. A ritual experience.**  
Gil-Manuel Hernández i Martí. *Museus de Cultura Festiva de l'Ajuntament de València [Museums of Festive Culture of Valencia City Council]. University of Valencia.*
- 222** **The museological plan of the Museu de Belles Arts de València [Fine Arts Museum of Valencia] and its exhibition programme.**  
Maria del Mar Amat de la Flor. *Museological Plan editorial team.*
- 234** **Who are our guests? Cultural habits, education and adolescence in Valencian museums.**  
Joaquim E. López Camps. *University of Valencia-EG.*
- 246** **Lorca's museum collections and historical commemorations: a model of representative works embodied by inhabitants of the city.**  
David Torres del Alcázar. *Art historian.*

**14 Présentation**

Luis Grau Lobo. *Président de l'ICOM España*

**CONFÉRENCES**

**16 Temps culturels et musées ethnographiques. Histoire qui ne l'est pas encore.**

Juan Agudo Torrico. *Département d'anthropologie sociale. Université de Séville.*

**42 Musées et communautés locales. Réflexions à partir d'une étude menée dans des musées ethnographiques de Valence.**

Eva Mompó Andrés. *Coordinatrice d'ETNOXARXA. L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia [musée d'Ethnologie de Valence].*

**56 Un tableau, un personnage, une histoire, un miroir. Chill out de mythes et d'art, le public sur le tapis.**

Mireia Rosich Salvó. *Bibliothèque-Musée Victor Balaguer. Vilanova i la Geltrú.*

**68 Étude des publics du Museu Valencià d'Etnologia. Rapport préliminaire.**

Francesc Cabañés Martínez. *L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia [musée d'Ethnologie de Valence].*

**94 Habité/déshabité.**

Esther de Frutos Gonzalez. *Musée du Prado.*

**108 À la recherche du quartier perdu. Réactivation des liens avec les collectivités locales par le biais du Museu de Prehistòria de València.**

Tono Vizcaino Estevan. *Museu de Prehistòria de València [musée de Préhistoire de Valence].*

**124 Le groupe Musées et accessibilité. Une bonne pratique de travail d'un réseau de professionnels pour l'amélioration de l'accessibilité.**

Teresa Soldevila García. *Museu Marítim de Barcelona [musée maritime de Barcelone].*

**TABLE RONDE**

**132 Les habitants du musée.**

**Modérateur :** Javier Martí. *Museu d'Història de València [musée d'Histoire de Valence].*

**Participants :**

Margarita Belinchon. *Musée des Sciences Naturelles de Valence.*

M<sup>a</sup> Jesús de Pedro. *Museu de Prehistòria de València [musée de Préhistoire de Valence].*

José Luis Pérez Pont. *Centre del Carme de Cultura Contemporànea [centre du Carme de Culture contemporaine].*

Francesc Tamarit. *L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia [musée d'Ethnologie de Valence].*

**156 Définition du musée.**

**Modérateur :** Teresa Reyes. *Vice-présidente de l'ICOM Espagne.*

**Participants :**

Nuria Enguita. *Bombas Gens Centre d'Art.*

Rafael Company. *MUVIM -Museu Valencià de la Il·lustració i la Modernitat [musée de l'Illustration et la Modernité de Valence].*

Iñaki Arrieta. *Université du Pays Basque.*

Cristina Aguirre. *Directrice de K6 Gestión Cultural.*

## COMUNICATIONS PRÉSENTÉES LORS DE LA RENCONTRE

- 168** Les musées en tant que cartes humaines. L'expérience du Réseau régional de musées de Lugo (RMPL). Réseau international Musapalabra.  
Encarna Lago González, Leonardo Casado Lazo, Patricia Torres Aguiar Ugarte, Ana María Ferro Fernández, Ángeles Miguélez Martínez, Juan Ignacio Márquez, Ana Covadonga López Boado, Raquel Guerrero Prieto, Francisca Abuín Villar.
- 180** Le dialogue entre le visiteur et le musée.  
José Manuel Melchor Montserrat. *Musée archéologique de Burriana (Castellón)*.
- 190** Les musées et leurs amis au service de la durabilité.  
Cristina González Gabarda. *Association des amis du musée des Beaux-Arts de Valence*.
- 200** Le rôle des musées dans un projet d'innovation éducative : documentation, inspiration, développement et collaboration.  
Eva San Evaristo. *IES Barri del Carme (Valence)*.
- 212** La visite du Museu Faller de València [musée des Fallas de Valence]. Une expérience rituelle.  
Gil-Manuel Hernández i Martí. *Museus de Cultura Festiva de l'Ajuntament de València [musées de la Culture festive de la ville de Valence]. Universitat de València*.
- 222** Le plan d'action du Museu de Belles Arts de València [musée des Beaux-Arts de Valence] et son programme d'expositions.  
Maria del Mar Amat de la Flor. *Comité de rédaction du plan d'action*.
- 234**  
Qui sont nos invités ? Habitudes culturelles, éducation et adolescence dans les musées de Valence.  
Joaquim E. López Camps. *Universitat de València-EG*.
- 246** Les collections des musées de Lorca et les commémorations historiques : un modèle d'œuvres représentatives incarnées par les habitants de la ville.  
David Torres del Alcázar. *Historien de l'art*.



Los espacios destinados a la evocación social, al escrutinio colectivo, están poblados por dos tipos de comunidades: los conocidos y los reconocidos, los representantes y los representados; aquellos que disponen el escenario y asisten al espectáculo y aquellos llamados a mostrarse en él, a veces contra su voluntad, a veces traicionando su propia y perdida naturaleza. Los museos pertenecen a esa categoría y hasta la definen; son lugares de reencuentro, salones para una cita a ciegas entre un público al que a menudo no se le consiente manifestar su dictamen abiertamente y unos actores demasiadas veces llamados a comportarse como títeres. Saber cómo se manejan esos hilos y quiénes y por qué lo hacen, supone desvelar no el truco del museo, sino la ficción de su existencia, pues de poco sirve el complejo de Gulliver con que nos apuran a conocerlos.

Cuando el museo se tiene por un medio de comunicación, los destinatarios de la misma (el público) y los emisores de mensajes (¿los objetos?) apenas intercambian datos limitados y cifrados; cuando el museo se torna una metáfora referente del territorio o de la comunidad, la perspectiva emocional a menudo somete la especulativa; cuando el museo bascula hacia el aliciente de los recursos económicos, un público (adinerado) motiva sus comportamientos; cuando el museo simplemente existe, sus habitantes adquieren hábitos...

El museo es, sobre todo, un lugar. No un lugar físico siempre, pero siempre un lugar mental. Y como tal se puebla de gentes y de comportamientos, se torna escenario de sus relaciones, se transforma al hilo de éstas, y al tiempo transforma a quienes lo habitan, sean visitantes o sean inquilinos. Todos ellos definen lo que entrega el museo. Los habitantes del museo pueblan sus salas de sentido y de sensibilidad.

El comité español de ICOM (ICOM España) prosigue con este Encuentro de Museología la línea comenzada en Madrid en 2015 y pautada por las Jornadas de Valladolid y Córdoba. En esta ocasión, la fértil alianza con el Museu Valencià d'Etnologia de la Diputación de Valencia, nos trae ante uno de los dilemas del museo en uno de los museos donde esas disyuntivas se manifiestan con especial intensidad: las plurales y reveladoras relaciones entre quienes ocupan el museo en apariencia fugazmente y quienes se alojan, también en apariencia, permanentemente. El museo es un lugar de apariencias, por eso acudimos a él a buscar certezas. A habitarlo.



The spaces destined for social evocation - for collective scrutiny - are populated by two types of communities: the known and the acknowledged, the representatives and the represented; those who set the stage and attend the show, and those who are called upon to take part in it, sometimes against their will, sometimes betraying their own lost nature. Museums belong to this category and even define it; they are places of reunion, rooms for a blind date between an audience that is often not allowed to openly express its opinion, and actors who are too often called upon to behave like puppets. Knowing how these strings are pulled, and who pulls them and why, means revealing not the trick of the museum, but the fiction of its existence, for the Gulliver complex with which we are urged to get to know them is of little use.

When the museum is seen as a means of communication, the recipients (the public) and the senders of messages (the objects?) barely exchange limited and encrypted data; when the museum becomes a benchmark metaphor for the territory or the community, the emotional perspective often subdues the speculative one; when the museum leans towards attracting economic resources, a (wealthy) public motivates its behaviour; when the museum simply exists, its inhabitants acquire habits...

The museum is, above all, a place. Not always a physical place, but always a mental place. And as such, it is populated by people and behaviours, it becomes the stage for their relationships, it transforms itself in keeping with them, and at the same time it transforms those who inhabit it, whether they are visitors or tenants. All of them define what the museum delivers. The inhabitants of the museum populate its rooms with meaning and sensitivity.

With this Museology Meeting, the Spanish ICOM Committee (ICOM Spain) continues the line begun in Madrid in 2015 and guided by the Valladolid and Cordoba Conferences. On this occasion, the fertile alliance with the Museu Valencià d'Etnologia [Valencian Museum of Ethnology] of Valencia Regional Council, brings us to one of the dilemmas of the museum in one of the museums where these quandaries manifest themselves with special intensity: the plural and revealing relationships between those who by all appearances fleetingly occupy the museum, and those who, also by all appearances, permanently stay there. The museum is a place of appearances, which is why we go there in search of certainties. To inhabit it.



Les espaces destinés à l'évocation sociale, au suffrage collectif, sont peuplés de deux types de communautés : les connus et les reconnus, les représentants et les représentés, ceux qui préparent la scène et assistent au spectacle et ceux qui sont appelés à s'y montrer, parfois contre leur gré, parfois en trahissant leur propre nature perdue. Les musées appartiennent à cette catégorie et en sont même la définition ; ce sont des lieux de retrouvailles, des salons pour un rendez-vous à l'aveugle entre un public qui d'ordinaire n'est pas autorisé à exprimer son opinion ouvertement et des acteurs appelés trop souvent à se comporter comme des marionnettes. Savoir la manière dont ces ficelles sont tirées, par qui et pourquoi revient à révéler non pas le secret du musée mais la fiction de son existence car le complexe de Gulliver avec lequel on nous contraint à le découvrir n'est guère utile.

Lorsque le musée est considéré comme un moyen de communication, les destinataires (le public) et les émetteurs de messages (les objets?) n'ont qu'un infime échange de données limitées et cryptées ; lorsque le musée devient une métaphore qui se réfère au territoire ou à la communauté, la perspective émotionnelle l'emporte généralement sur la perspective spéculative ; lorsque le musée se tourne vers l'attrait des ressources économiques, un public (argenté) motive ses comportements ; lorsque le musée existe simplement, ses habitants acquièrent des habitudes...

Le musée est avant tout un lieu, pas toujours physique mais toujours mental. Et comme tel, il est peuplé de personnes et de comportements, il devient la scène de ses relations au fil desquelles il se transforme et transforme en même temps ceux qui l'habitent, qu'ils soient visiteurs ou locataires. Tous définissent ce qu'offre le musée. Les habitants du musée remplissent ses salles de sens et de sensibilité.

Le comité espagnol de l'ICOM (ICOM Espagne) poursuit avec cette Rencontre de muséologie la ligne qui a été mise en œuvre à Madrid en 2015 et définie lors des Journées de Valladolid et de Cordoue. À cette occasion, l'alliance fertile avec le Museu Valencià d'Etnologia de la Diputació de Valencia nous place face à l'un des dilemmes du musée, dans l'un des musées où ces disjonctions sont particulièrement intenses : les relations plurielles et révélatrices entre ceux qui occupent le musée en apparence de manière éphémère et ceux qui y logent, en apparence aussi, de manière permanente. Le musée est un lieu d'apparences, c'est pourquoi nous nous y rendons pour rechercher des certitudes. Habitons-le.

# TIEMPOS CULTURALES Y MUSEOS ETNOLÓGICOS. HISTORIA QUE TODAVÍA NO LO ES

---

**JUAN AGUADO TORRICO**

*Departamento de Antropología Social. Universidad de Sevilla*

## TIEMPOS CULTURALES Y MUSEOS ETNOGRÁFICOS. HISTORIA QUE TODAVÍA NO LO ES.

Juan Agudo Torrico

Departamento de Antropología Social. Universidad de Sevilla

En este trabajo, referenciado en Andalucía, el autor razona sobre el patrimonio etnográfico como habitante del museo, es decir, en tanto que patrimonio expuesto y narrado en los museos. Desde los marcos de tiempo cultural en los que se encaja (casi siempre el pasado), pasando por su definición como patrimonio (no siempre clara y homogénea), y hasta la valoración a la que se le somete (a menudo como algo "menor").

Palabras clave: *patrimonio etnográfico, tiempo cultural, museos etnografía, Andalucía.*

## CULTURAL TIMES AND ETHNOGRAPHIC MUSEUMS. HISTORY THAT IS NOT YET HISTORY.

Juan Agudo Torrico

Department of Social Anthropology. University of Seville.

In this work, which is referenced in Andalusia, the author discusses ethnographic heritage as an inhabitant of the museum, that is, as heritage exhibited and narrated in museums. From the cultural timeframes within which it fits (almost always the past), through its definition as heritage (not always clear and homogeneous), to the valuation to which it is subjected (often as something "minor").

Keywords: *ethnographic heritage, cultural time, ethnographic museums, Andalusia.*

## TEMPS CULTURELS ET MUSÉES ETHNOGRAPHIQUES. HISTOIRE QUI NE L'EST PAS ENCORE.

Juan Agudo Torrico

Département d'anthropologie sociale. Université de Séville.

Dans cette étude, référencée en Andalousie, l'auteur réfléchit sur le patrimoine ethnographique en tant qu'habitant du musée, c'est-à-dire, en tant que patrimoine exposé et raconté dans les musées. Allant des cadres de temps culturel où il s'inscrit (presque toujours le passé) à sa définition en tant que patrimoine (pas toujours claire ni cohérente) et à l'appréciation qui en est faite (considéré souvent comme « mineur »).

Mots-clés : *patrimoine ethnographique, temps culturel, musées ethnographie, Andalousie.*



# TIEMPOS CULTURALES Y MUSEOS ETNOLÓGICOS. HISTORIA QUE TODAVÍA NO LO ES.

**JUAN AGUADO TORRICO**

*Departamento de Antropología Social. Universidad de Sevilla.*

En las definiciones que encontramos acerca de lo que debe ser un museo en sí, con qué valores se han de asociar, o qué finalidad se pretendió con su creación, con frecuencia aparecerán como instituciones caracterizadas por la asepsia de estas pretensiones, cuando no por una cierta idealización acerca de las bondades y peculiaridades que los motivaron. Muestra de ello es la propia definición dada por Consejo Internacional de Museos (ICOM): *“un museo es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo”* (Estatutos, 2007). Una definición en la que únicamente se reseña el papel que han de desempeñar como instituciones altruistas, con la finalidad de preservar, investigar y poner en valor con fines educativos ni más ni menos que el *“patrimonio material e inmaterial de la humanidad”*.

Poco o nada nos dice dicha definición del cuidado a tener en cuenta sobre los complejos valores y significados de los testimonios sobre los que se investiga o se exponen. Se supone que para saberlo tendríamos que acudir a las definiciones precisas de las diferentes tipologías de museos: arte, arqueología, historia, ciencias naturales, etc. Para llegar a este otro nivel tendremos que acudir a las formulaciones que se hacen por parte de las diferentes disciplinas vinculadas a estos museos, o bien a las normativas legislativas que los regulan; en las que sí se trata de aventurar los

valores primordiales que han de reflejar dichos museos, en razón de sus temáticas, y motivaciones que los originaron. Es el caso, por tomar un solo ejemplo, de la Ley de museos y colecciones museográficas de Andalucía (2007).

Hecha la consabida definición de su finalidad y condiciones de aval científico que han de reunir las instituciones museológicas (art.3.1)<sup>1</sup>, pasa a aventurar los valores que motivan la protección y exposición (en definitiva: su puesta en valor) de los bienes muebles que atesoran; y que han de ser “...valores históricos, artísticos, arqueológicos, etnológicos, industriales o de cualquier otra naturaleza cultural”. (art.3.2).

La coletilla final del párrafo 1 del citado artículo deja abierta la posibilidad de crear museos con cualquier denominación y contenidos, siempre y cuando cumplan los requisitos de tener “criterios científicos”, y la finalidad de “protección, investigación, educación, disfrute y promoción científica y cultural”. Sin embargo, previamente, se han establecido los mencionados criterios/valores dominantes que justificarían sus contenidos, a saber: históricos, artísticos, arqueológicos etnológicos e industriales. Valores dominantes que están directamente relacionados con los que configuran lo contenidos y figuras de protección recogidas en la Ley del Patrimonio Histórico de Andalucía del 2007; y que acogen tanto a los bienes inmuebles como a los muebles, además del considerado patrimonio inmaterial si nos atenemos al modo como en dicha normativa se establece el vínculo entre las actividades y expresiones inmateriales y los entornos y bienes materiales con los que se vinculan.

Pero en esta propuesta inclusiva se dan algunas particularidades. En la referida Ley del Patrimonio Histórico de Andalucía (14/2007), el patrimonio vinculado a los valores etnológicos e industriales va a configurar de por sí títulos específicos de esta normativa<sup>2</sup>. El patrimonio industrial aparecerá ex novo en la ley del 2007, que revisa y renueva la antigua Ley del Patrimonio Histórico de Andalucía de

**1** Artículo 3. Definición de museo y de colección museográfica. 1. Son museos a los efectos de la presente Ley, las instituciones de carácter permanente, abiertas al público, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, que, con criterios científicos, reúnen, adquieren, ordenan, documentan, conservan, estudian y exhiben, de forma didáctica, un conjunto de bienes, culturales o naturales, con fines de protección, investigación, educación, disfrute y promoción científica y cultural, y sean creados con arreglo a esta Ley. (Ley de museos y colecciones museográficas de Andalucía, 2007).

**2** Sólo determinados bienes/valores tendrán el privilegio de configurar títulos específicos en esta ley: el patrimonio arqueológico (título V), etnológico (título VI), industrial (título VII) y el documental y bibliográfico (título VIII). Todos ellos considerados, sin que se explique ni se sepa muy bien porqué, “patrimonios especiales” (preámbulo de la ley 14/2007), por lo que se hacen merecedores de estas clasificación particular y, en algunos casos, de una definición específica.



Museo escolar de Pusol. (Elche)

*Museos como espacios para la recreación de fragmentos de unos determinados modos de vida.*

1991. La formulación y contenidos de este “nuevo patrimonio” industrial está tomado en gran medida del antiguo “patrimonio etnográfico” (1991), que pasa ahora a denominarse “patrimonio etnológico” (2007). De hecho surge de este otro patrimonio etnológico<sup>3</sup>, al acotar el patrimonio industrial como específicos algunos de los contenidos originarios de aquel: los relacionados con modos de vida y actividades relacionados con determinados oficios y actividades. De hecho, el propio calificativo de industrial cada vez más se extiende a lo que anteriormente era considerado como “preindustrial”, abarcando lo que antes eran oficios y actividades tradicionales/artesanales<sup>4</sup>.

Sea como fuere, las definiciones y contenidos tanto del patrimonio industrial como, sobre todo, del patrimonio etnológico van a recoger las “actividades” como

<sup>3</sup> Cuestión igualmente planteada en otros lugares, como es el caso de Cataluña donde los museos relacionados con esta tipología patrimonial tienen una presencia significativa. (X. Roigé, 2015)

<sup>4</sup> Véase en este sentido la significativa propuesta para que lo que queda de la antigua fábrica de vidrio de la Trinidad en Sevilla, cuya tecnología y proceso de trabajo fue considerado un peculiar modelo de semi-industrialización, en la que tecnología de vanguardia se entremezclaba con conocimientos y saberes tradicionales. En su momento (2001) fue amparada como Lugar de Interés Etnológico, pero actualmente se ha cambiado esta figura de protección por la de Lugar de Interés Industrial (14/2007. Ley del Patrimonio Histórico de Andalucía, art. 26.7). Un cambio de figura de protección que parece coincidir con la percepción diferenciada que parece que se tiene de ambos conceptos de patrimonio, dado que “... al contrario de lo que ocurre con el patrimonio etnológico, donde el pasado que se recrea tiene que seguir vivo en el presente (tradición), la propuesta de reconocimiento y puesta en valor del denominado patrimonio industrial, al menos en Andalucía, está generalmente vinculada a testimonios del pasado, a restos fragmentados de lo que fueron aquellas industrias, de su memoria olvidada”. (J. Agudo. 2016.b: 272)

parte de su contenido, o lo que es lo mismo, dan cabida a un extenso patrimonio intangible, en el que tienen lugar tanto los saberes, oficios y conocimientos tecno-económicos, como las expresiones festivo-ceremoniales desarrollados en un determinados contextos territoriales (lugares, paisajes culturales), y asociados a unos bienes muebles e inmuebles específicos. Según dicha Ley 14/2007, mientras las actividades vinculadas al patrimonio industrial se circunscriben a la "actividad productiva, tecnológica, fabril y de la ingeniería" (art. 65:1), las actividades relacionadas con los considerados valores etnológicos no sólo serán aquellas asociadas a "formas de vida, cultura, (sic) actividades y modos de producción propios de la comunidad de Andalucía" (art. 61:1), sino también a "prácticas, saberes y otras expresiones culturales" que como actividades de interés etnológico han de ser objeto de una "especial protección" (art.63), dado que en este caso ya no hablamos de una neutra o aséptica "comunidad de Andalucía" en la que se encontraría estos bienes, sino de su consideración como expresión relevante de una específica "identidad andaluza"<sup>5</sup> a proteger.

Es decir, el término actividad se relaciona directamente con el de cultura inmaterial y los modos de vida específicos en los que se manifiesta, se visualizan, ya sean oficios o cualquier otra forma expresiva que abarque aspectos del devenir cotidiano: rituales, habla, gastronomía, música, etc. Referido a Andalucía, la primera Ley 1/1991 de Protección del Patrimonio Histórico de Andalucía ya recogía la posible protección de determinadas "actividades tradicionales" como parte del patrimonio etnográfico (art. 61), sobre todo si estaban en peligro de desaparición (art.63), siendo además una de las principales razones para la declaración de Lugar de interés etnológico. La Ley 14/2007 dará en cierta medida un mayor reconocimiento a estas actividades de interés cultural, reafirmandose en su interpretación desde los valores atribuidos al patrimonio etnológico, con lo que ahora pueden y deben vincularse tanto a los entornos (lugares) en los que se desarrollan, como a los bienes muebles

**5** Sin el concepto, ambiguo pero necesario, de identidad cultural (colectiva) no tiene sentido todo lo que hablemos de patrimonio cultural, y menos aun cuando nos refiramos a la parte del mismo categorizada como etnológico. Refiriéndonos al caso de Andalucía, este término de identidad, en su sentido étnico (colectiva, pueblo, cultura andaluza) se utiliza con parquedad en la Ley 14/2007. Aparece al comienzo de la misma (exposición de motivos), lo que ya de por sí es una novedad respecto a la anterior de 1991, donde no se especificaba la razón de ser de este patrimonio cultural. Ahora se nos dice expresamente que "El Patrimonio Histórico constituye la expresión relevante de la identidad del pueblo andaluz...", para luego hacer referencia al papel que desempeña dicho patrimonio cultural (histórico) en el "fortalecimiento de esta identidad colectiva" y "afianzamiento de la conciencia de identidad y de la cultura andaluza". Curiosamente no se volverá a hacer referencia a este papel hasta que no lleguemos a la formulación de los contenidos y significados del patrimonio etnológico (art. 63)



Museo del pastor (Villaralto)

*Museos etnológicos e patrimonio inmaterial. Son las actividades (oficios, rituales) y su vínculo con una determinada identidad (modos de vida) lo que determina su configuración, y no las peculiaridades materiales de los objetos en sí.*

relacionados con las mismas. Un proceso en el que, al tiempo que reafirman sus significados, dejan de ser calificadas como "actividades tradicionales" para recibir expresamente la denominación de "actividades de interés etnológico" sin más. Aun así, qué debemos entender por dichas actividades, sus contenidos y razones que puedan motivar su reconocimiento y protección, no dejan de ser muy ambiguos, empleándose por igual, en relación con sus significados, los términos de "saberes", "expresiones" o "conocimientos"; con el único matiz, heredado de la antigua Ley de 1991, de priorizar el conocimientos y protección de aquellas actividades que se encuentran en peligro de desaparición.

La desaparición del calificativo/valor de "tradicional" (con todas la ambigüedad que ello conlleve) aplicable a los bienes o manifestaciones vinculados al patrimonio etnológico no favorece precisamente la labor de acotar los contenidos de esta parte de nuestro patrimonio. Máxime en un tiempo en el que, pese a la susodicha ambigüedad de sus significados y criterios de aplicación, el término/concepto de tradición/tradicional está precisamente en alza dentro de estas valoraciones patrimonialistas. Frente a los criterios iniciales de vincular los contenidos del otro patrimonio no historicista o monumentalista con la imagen de una cultura popular no menos ambigua, su consideración como expresión de una cultura tradicional

supone en realidad una valoración más aséptica y por lo tanto más fácil de aplicar e incluso de compartir: es sólo la variable tiempo la que lo determina, continuidades de un pasado que sigue estando presente, y el modo intergeneracional como nos ha sido transmitido.

Se trataría, en definitiva, de la permanencia y transmisión de una imagen y valores colectivos que pueden ser compartidos por múltiples clases o sectores sociales; aplicables a cualquier práctica socioeconómica o territorio; y donde la diferencias entre las imposiciones de la cultura dominantes y las readaptaciones de la cultura popular se diluyen. Históricamente, (“tradicionalmente”), este valor aplicable a cualquiera de las manifestaciones culturales de nuestro entorno y que relacionamos con la pervivencia de un pasado-presente y, generalmente con usos cotidianos, ya sea en la vida diaria o ciclos rituales y festivos anuales, se ha considerado inherente al patrimonio etnográfico/etnológico y a sus múltiples expresiones: arquitectura, música, habla, gastronomía, rituales y festejos, artesanía, paisaje ... a los que se añade el calificativo de tradicional. Y sin embargo, en la Ley andaluza 14/2007 no sólo se erradica de su vinculación con el patrimonio etnológico, sino que el parco uso que se hace de los términos tradición/tradicional nos aparecerá como adjetivo únicamente relacionado (sic) con los Sitios históricos, por poder estar vinculados con “... acontecimientos o recuerdos del pasado, a tradiciones, creaciones culturales o de la naturaleza y a obras humanas, que posean un relevante valor histórico, etnológico, arqueológico, paleontológico o industrial”, (art. 26.4) y sólo se hace alusión al valor de estos “usos tradicionales” a la hora de hablar (art. 31) de las razones a tener en cuenta en los planeamientos de protección y prevención ambientales.

Así pues, en razón del creciente interés por la puesta en valor de estas actividades que, se explicita o no, dan sentido a nuestra cultura tradicional, los artefactos (bienes muebles) así como los lugares (paisajes, bienes inmuebles) en los que se desenvuelven, adquieren una dimensión que no siempre se da (o con frecuencia tenida como secundaria) en las otras dimensiones valorativas del patrimonio cultural, ya sea histórica, arqueológica o artística. Son el resultado de una cultura venida del pasado pero que sigue en uso en el presente (de lo contrario sólo tendrían valores históricos, no etnológicos propiamente), y siguen siendo valiosas como expresiones de unas identidades colectivas que caracterizan a una determinada sociedad y cultura viva. Por todo ello se considera que tiene un valor etnológico, porque forman parte de una cultura en uso, que se transmite de generación en generación,

y refleja, de una forma u otra, la totalidad de la complejidad social del conjunto de la colectividad que dice representar; de ahí la extraordinaria diversidad de las expresiones en las que se manifiesta este patrimonio etnológico, y la complejidad de significados con los que se suelen asociar.

Creo que una de las más acertadas definiciones de los significados y contenidos de este patrimonio etnológico la encontramos en la definición que nos aparece en la *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial* promovida por la Unesco (París, 2003), de hecho uno de los rasgos distintivos de este patrimonio etnológico es su frecuente vinculación con dicho patrimonio inmaterial<sup>6</sup>. En este documento se nos dice que: *"Se entiende por "patrimonio cultural inmaterial" los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana ... ."*

El valor atribuido a los artefactos y demás bienes muebles queda supeditado a la función que desempeñan en el desarrollo de determinadas actividades: "usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas". Es interesante reseñar que las mismas pueden ser actos comunales (rituales, festejos), bien limitarse a una parte de las mismas (sectores sociales, oficios, ámbitos territoriales,...) o el resultado de la habilidad de una persona concreta (artesano, artista,...). Pero en todo caso han de formar parte de una tradición (término empleados en varias ocasiones en el

<sup>6</sup> Siempre teniendo en cuenta que son los valores (imaginarios) inmateriales los que dan sentido y justifican al patrimonio cultural en sí. Un castillo no es una mera estructura arquitectónica sino que es un lugar que evoca (inmaterialidad) un determinado periodo histórico, personaje, acontecimiento, leyenda o mito. Al igual que una canción o tipo de música no es sólo una melodía, sino que nos debe provocar igualmente (para ser patrimonializable) unos determinados sentimientos, contar con una carga de evocación reconocida colectivamente.

No existe una radical separación entre lo material e inmaterial. La diferencia entre el castillo y la música es que la materialidad del primero "siempre" estar presente, pero para apreciar la música también ha de materializarse, aunque en este caso con un carácter más efímero: la partitura ha de transformarse en sonido, al igual que los alimentos en gastronomía y comensalismo, los rituales en acontecimientos festivo-ceremoniales, y los oficios materializarse en acciones y objetos. Es la perdurabilidad de estas materializaciones la que establece las diferencias tipológicas. Pero si el castillo desaparece o desconocemos como era la música de culturas extintas, ya no pueden convertirse en manifestaciones patrimonializables, ni materiales ni inmateriales.

documento) transmitida de generación en generación; y por lo tanto ha de estar en uso, ser un patrimonio "recreado constantemente" y, sobre todo, ha de servir para infundir "un sentimiento de identidad y continuidad".

### **¿Qué papel desempeñan los museos en este proceso de reconocimiento y puesta en valor del patrimonio etnológico?**

Al menos en teoría, los museos, a través de los referentes (bienes) que contienen, protegen y ponen en valor, se convierten en síntesis y testimonio de lo que consideramos y sentimos como patrimonio cultural. A ello nos vamos a referir, pero sobre todo a los tiempos culturales que recrean y las razones justificativas de su existencia.

En principio, como ya se ha indicado en repetidas ocasiones, el concepto que actualmente tenemos de patrimonio cultural va a surgir en el transcurso del siglo XIX al XX para dar respuesta a la nueva concepción de las identidades nacionales que han de fundamentar los nuevos estados-naciones. Y a ello juega tanto la revisión del significado de los viejos monumentos que "van a servir así de apoyo a un sentimiento: sentimiento nacional" (F. Choay, 2007:116); como del desarrollo de los nuevos museos "etnográficos" que irán surgiendo en el transcurso del s. XIX para reflejar las culturas vernáculas (vivas o en fase de extinción) que fundamentan en los presentes de cada periodo a estas mismas identidades (E. Fernández, 1997:110; M. Bolaños, 1997:275).

Ello justifica que, incluida la expansión y generalización de todo tipo de museos para albergar los orígenes y desarrollo de las expresiones en las que se manifiestan estas identidades, aparezcan vinculadas a nuevas lecturas ideológicas que incluirán las teorías patrimonialistas con argumentos y consecuencias hasta entonces impensables: se justifican como reflejo de los procesos históricos (arqueología, historia, arte) que han culminado en las identidades reseñadas, y del modo como se siguen manifestando (etnografía). Y por ello se llega a algo impensable en el modelo de sociedad burguesa en el que surgen, como si fuera a condicionar el derecho privativo, de disponibilidad de los bienes (artefactos, edificaciones, lugares) vinculados a este patrimonio (no se pueden destruir, exportar, alterar); y se acepta como bien común que se dediquen recursos públicos para su preservación, hasta el punto de generar órganos de gestión específicos dedicados a su preservación (J. Agudo, 2003).

Hasta bien entrado el siglo XX la mayor parte de los referentes seleccionados y a proteger tuvieron que ver con los procesos históricos (en pasado) y héroes

fundadores de los pueblos-naciones en los que se fundamentarían los Estados del presente. Reyes, instituciones y variopintos héroes fundadores (guerreros, literatos, artistas, arquitectos, músicos), y algo de folclore, irían conformando la imagen de estas identidades. Era (y es) el conocido como gran patrimonio histórico-artístico en el que apenas tienen cabida (salvo que se manifiesten como restos arqueológicos) los sectores sociales subalternos y expresiones que no tuvieran que ver el subsistema ideológico (poder político y religioso) y parte del sociopolítico (sectores sociales e instituciones dominantes). Nada o casi nada del tercer subsistema tecnoeconómico y representación significativa de las "clases populares".

Los discursos y contenidos de este patrimonio, antes y ahora, tratan de mostrar una imagen sincrética de un nosotros específico, en la que identidad y evocación se aúnan. De este modo, los testimonios del considerado patrimonio histórico-arqueológico vendrán a mostrarnos el proceso de construcción de este nosotros (etnia, nación, localidad); el patrimonio artístico nuestra capacidad creativa como pueblo; mientras que el patrimonio etnológico, por desarrollar a partir de la segunda mitad del s. XX, nos muestra el cómo somos y qué nos caracteriza en el presente.

Esta interpretación de cómo hemos llegado a ser lo que somos y cómo somos en el presente, que debiera quedar reflejada en el mundo de los museos, nos llevaría a reflexionar acerca de la manera en que se construyen los tiempos patrimonializados que nos muestran los bienes culturales seleccionados y puestos en valor en los mismos.

Creo que esta apreciación va a marcar una diferencia sustancial entre los testimonios que consideramos relacionados con el patrimonio etnológico, a diferencia de aquellos otros vinculados con el denominado patrimonio histórico-artístico<sup>7</sup>.

Salvo contadas excepciones, los significados y aún las propuestas de reconocimiento y puesta en valor de los bienes (testimonios) vinculados con el denominado patrimonio histórico siempre se harán en tiempo pasado; lo que conlleva igualmente la mediación

**7** Utilizando siempre esta y cualquier otra clasificación como una cuestión metodológica. Considero que existe un único patrimonio cultural, desde la interpretación antropológica que se ha de dar a este concepto, pero la manera de abordarlo sí ha de hacerse desde las diferentes "disciplinas" (geografía, historia, arte, antropología, música, arqueología,...) capaces de aportar los criterios necesarios para el conocimiento y puesta en valor de los múltiples matices que configuran nuestro patrimonio. A fin de cuentas, la mayor parte de los bienes patrimonializados se van a caracterizar por su contenido poliédrico, por sus valores y significados polisémicos: un templo es a la vez un edificio histórico (razones y fecha de construcción), pertenece a un determinado estilo artístico, con frecuentes contenidos arqueológicos (fases de construcción, asentamiento en el que se ubica), acoge prácticas relacionadas con el patrimonio etnológico (rituales, iconos colectivos, leyendas, mitos), y aun puede servir de cobijo a especies animales y vegetales en sus muros, torres, atrios o jardines que nos hablan de un patrimonio natural también a proteger.

de especialistas que nos lo interpreten, recuperen o imaginen<sup>8</sup> sus funciones y significados. La interpretación de estos significados, y por lo tanto la manera en la que se interviene sobre dichos bienes (incluidas prácticas de restauración y museográficas) está cambiando permanentemente. En parte como consecuencia del propio uso que hacemos de la historia, de la permanente reinterpretación del pasado acorde con cambiantes o dispares discursos ideológicos.

Sin embargo, este mismo tiempo cultural cuando se emplea en clave etnológica no necesariamente ha de hacerse en pasado; es más, este pasado en cualquier texto etnográfico se supone que ha de ser un recurso breve, recurrente, para hablar desde el presente, que es lo que importa. Nos importa el origen ya olvidado y algunas que otras continuidades como viejos significantes (imágenes, tiempos litúrgicos, lugares, saberes y oficios) por lo que pueden suponer de refuerzo de los significados y usos del presente. El propio pasado, en lo que tiene de continuidad, es valorado porque ha sido capaz de adaptarse y tener utilidad (económica, identitaria) en el presente; de lo contrario sólo sería historia a recordar pero fuera ya de la memoria viva que recrea la tradición.

Los tiempos culturales referidos a nuestro patrimonio etnológico han de ser vividos, al menos en teoría, en presente e incluso en futuro. Dado que se supone que es una parte de nuestro patrimonio que surge de y refleja unos modos de vida en uso o que los fundamenta, forma parte de nuestra vida cotidiana en el día a día (habla, gastronomía, arquitectura, oficios, actividades), o bien se proyecta en un futuro esperado en el transcurrir de los ciclos anuales, por lo que han de cumplir unos códigos repetitivos: caso de los rituales y festejos que se han de atener a unas secuencias, a unos patrones aparentemente inamovibles, año tras año; al tiempo que también han de ser diferentes unos de otros, según que contextos y funciones sociales y simbólicas representen (carnavales, semana santa, romerías, ferias).

En cierta manera, la enorme importancia que se da al mundo del ritual y festejos dentro del patrimonio inmaterial, etnológico, responde a la paradoja con la que se viven y manifiestan estos tiempos culturales. La frase popular con la que se suelen

**8** Acorde con la propia teoría de los bienes culturales, los discursos mediante los cuales se genera la puesta en valor de cualquier bien conlleva un proceso de resignificación. Jerarquizando unos valores (significados) sobre otros, según sea la finalidad pretendida por y para su puesta en valor: identidades colectivas, recurso económico, memoria histórica, etc. Los bienes relacionados con el pasado histórico son buen ejemplo de ello, tanto en el modo como se organizan las exposiciones de los artefactos conservados en los museos o cómo se interviene en las edificaciones y restos arqueológicos vinculados con estos pasados.



Museo de Artes y costumbres populares. (Sevilla)

*Museos etnológicos y cultura tradicional. El Término popular se diluye en el de tradicional, interclasista y donde prima el vínculo de los bienes elegidos con la vida cotidiana y el modo intergeneracional como nos han sido transmitidos.*

referenciar, de que siempre fueron así (estaban aquí cuando llegamos y lo seguirán estando cuando nos vayamos) es un significativo oxímoron cultural, una verdad-falsa que encubre la aparente continuidad atemporal de unos comportamientos tradicionalizados que en realidad han de estar en permanente transformación para favorecer su continuidad. La función de los tiempos tradicionales (J. Agudo, 2012), más bien tradicionalizados, no es tanto garantizar la continuidad sin más de unas determinadas prácticas socioculturales como proporcionarles el soporte que favorezca este proceso de continuidad-cambio, en el que iremos viendo reflejado la evolución de nuestra propia sociedad. En realidad la aplicación del adjetivo tradicional a cualquier referente de nuestro entorno (familia, arquitectura, música, ritual, comportamiento) no es sino el mecanismo que nos permite percibir el propio cambio social; por lo que rara vez, o sólo parcialmente, nos empeñaremos en que dichas tradiciones se mantenga inalterable y siempre con la pregunta de hasta cuándo seguirá siendo así.

Pero para que este tiempo pasado/presente/futuro se convierta en un tiempo patrimonial, patrimonializado, ha de ser adjetivado con una justificación revalorizadora: ha de tener la consideración de formar parte de "la tradición". Desde una perspectiva etnológica será un tiempo tradicional, al igual que para los historiadores el pasado se convierte en tiempo histórico, con la carga ideológica que



Museo Ibérico da Máscara e do Traje (Bragança)

*Museos etnológicos y modos de vida. Se supone que los museos etnológicos deben reflejar no solo cómo hemos llegado a ser lo que somos (patrimonio histórico) sino como somos en el presente, los modos de vida y expresiones que nos caracterizan.*

ello conlleva. De hecho no todo tiempo histórico (ni tradicional) se patrimonializa: se hará de aquel que esté relacionado con acontecimientos, personajes u otros referentes, previa resignificación y selección de contenidos, que consideremos positivos o al menos ambiguos respecto a este pasado en el que se recrean las identidades del presente. Si está vinculado con aspectos especialmente negativos (inquisición, esclavitud) no saldrá de la consideración de históricos, y todo lo que tenga que ver con ellos serán difícilmente patrimonializables, o solo se harán como "testimonios" que no han de repetirse y como ejemplo estigmatizado de un pasado nada evocador: carecen de la carga de evocación y vinculación con las identidades colectivas propias de los discursos patrimoniales.

Hubo un tiempo en el que los bienes y formas expresivas que actualmente vinculamos con el patrimonio etnológico, más que forma parte de una cultura tradicional tenían que serlos de una cultura popular. Hasta la segunda mitad del s. XX<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Tomando como referencia, por su carácter pionero y de articulador de los procesos de definición de contenidos y puesta en valor del patrimonio cultural, los documentos programáticos emanados de la UNESCO. Hasta 1972 en la Convención para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, no se habla propiamente de los valores etnológicos y antropológicos aplicables al patrimonio cultural; y hay que esperar a 1989 para que se publique la Recomendación sobre la salvaguardia de la cultura tradicional y popular, que, posteriormente, en cierto modo se complementa en el 2003 con el documento más emblemático de la Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. Tres documentos intrínsecamente relacionados con el reconocimiento y puesta en valor de los contenidos del hoy denominado patrimonio etnológico.

era frecuente que se considerara a las manifestaciones de este patrimonio etnológico carentes de los valores intrínsecos que sí se les suponía a las otras manifestaciones del gran patrimonio histórico-artístico. El único "valor" a reseñar era su vinculación con los modos de vida cotidianos y con los sectores sociales subalternos. De ahí que sus potenciales valores radicarán precisamente en su condición de recrear una imagen contrastiva frente a aquel otro gran patrimonio, por lo que por entonces era frecuente (segunda mitad del s. XX) que se le denominara "patrimonio menor", "patrimonio subalterno" o más afectivamente como "patrimonio modesto". En todo caso era un patrimonio carente de sustantividad, sus testimonios/valores eran complementarios, por no decir contrapuestos, al monumentalismo historicista dominante en el imaginario del patrimonio cultural.

De hecho, en el caso que nos ocupa, sigue sin quedar claro qué entender por "museos etnológicos" como instituciones específicas en las que se nos muestre el "patrimonio etnológico": cuáles han de ser sus contenidos y cómo interpretarlos. Si, acorde con lo que acabamos de decir, damos por sentado que el patrimonio etnológico está conformado por prácticas culturales en uso basadas en la permanencia/adaptación de tradiciones heredadas, no parece que esta premisa se dé en buena parte de dichos museos; con la excepción, tal vez, de aquellos que recrean determinadas expresiones festivas o rituales, y algún que otro oficio. Lo común, según palabras de algunos de los investigadores que mejor conocen esta temática es que no sean sino "museos de la nostalgia" (E. Fernández de Paz, 2015) que recrean un pasado idealizado más o menos cercano al presente. Un pasado que, acorde con lo que debe ser su interpretación etnológica, debiera formar parte de la tradición y de unos modos de vida sino en uso al menos todavía presentes en una memoria viva (M. Farré Ribes, 2016); pero que sin embargo, con frecuencia ya ni siquiera es recordado por estos supuestos herederos directos (X. Roigé, 2015). Todo ello reforzado con el argumento de que los testimonios seleccionados han de formar parte de una cultura popular con frecuencia relacionada con el mundo campesino; supuestamente, ambos factores, mantenedores de unos ecosistemas culturales donde los cambios culturales son más lentos, aunque no por ello dejen estar en situación de extinción (mundo campesino de antaño) o de riesgo (cultura popular).

A partir de estas premisas, en lo que sí parece haber consenso es en que el mundo que nos recrea este patrimonio etnológico y los consiguientes museos, si no en su totalidad sí predominantemente, lo que lo convierte en otro factor definitorio,

es que ha de recrear la cosmovisión y vida cotidiana de los sectores subalternos, son “testimonios recientes de las clases populares” (M. Barragán Jané, 2015)

Estos serían los tres factores que conforman nuestro patrimonio etnológico y deben determinar el modo como se ha de reflejar en los museos etnológicos: son testimonios seleccionados (identitarios) que ponen de manifiesto la vida cotidiana de los colectivos subalternos (populares); transmitidos mediante la tradición; y que han de tener su reflejo en el presente, ya sea por su continuidad de uso o por formar parte de una memoria viva. Es por lo que también se suele aplicar a esta parte de nuestro patrimonio, y se espera encontrar en los museos, que ha de poner de manifiesto “nuestra propia cultura” (M. Barragán, 2015), es decir, la de hoy: un “nosotros” diferente a unos “otros” que o bien vivieron en los mismos lugares pero en tiempos remotos ya olvidados (museos de historia) o bien habitan en otros lugares con costumbres diferentes (museos de antropología).

Tanto es así que, en la medida en que, a partir de lo que dio en llamar “eclosión de identidades” que se producirá en el último tercio del s. XX, los componentes de este patrimonio etnológico han ido adquiriendo relevancia como ejes fundamentales sobre los que pivotar los propios imaginarios de las identidades colectivas, desde lo grupal a lo étnico<sup>10</sup>.

La cuestión ha cambiado sustancialmente. Pocos monumentos, personajes o acontecimientos históricos son capaces por sí mismos de actuar como crisol que refleje las identidades colectivas compartidas contemporáneas; mientras que sí lo van a hacer con relativa facilidad otros imaginarios vinculados a prácticas socioculturales vivas, en uso, como son lenguas y hablas, rituales, gastronomías y prácticas de comensalismo, oficios artesanos, costumbres, músicas folk ahora denominadas de raíz o étnicas, paisajes culturales, etc. Todo ello puesto de manifiesto en las consiguientes expresiones culturales, más o menos particularizadas, que reciben ahora un definitivo espaldarazo; reafirmadas si cabe cuando se revaloricen como parte de una cultura inmaterial con la que normalmente se identifican, a partir de la formulación de los contenidos y significados del patrimonio intangible auspiciada por la convención de la Unesco del 2003.

**10** Las manifestaciones en las que se expresa esta parte de nuestro patrimonio dejan de vincularse a la imagen heredada, no siempre positiva, del folclore, para reafirmarse desde un mirada antropológica (etnológica) como expresión de una cultura tradicional más acorde con los nuevos discursos identitarios, postulados tanto desde la antropología de la segunda mitad del s. XX, como, en el caso de España, de los nuevos modelos políticos auspiciados por el Estado de las autonomías (J. Prat, 1992:92).

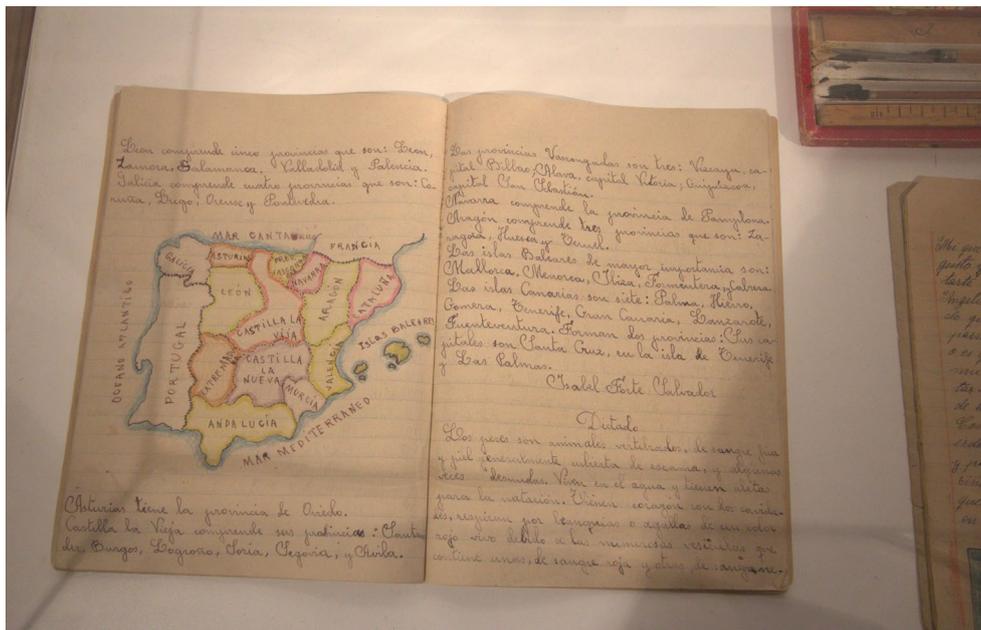


de las manifestaciones festivo-ceremoniales, en las que resulta difícil no encontrar vínculos con las ideologías de poder y participación activa de los sectores sociales dominantes.

Mientras que la calificación de tradición/tradicional (siendo una conceptualización no menos ambigua que la de popular) es, sin embargo, más aséptica e integradora. La variable y valoración socioeconómica o sociopolítica se transforma en tiempo y modo, como se transmiten tanto los valores sociales como las manifestaciones culturales con las que se asocian. Como indica Lenclud (1987) la tradición no es tanto un sustantivo como un adjetivo (valor) que aplicamos a determinados referentes no por lo que son sino por el modo como son adquiridos: transmisión intergeneracional, oralidad, aprendizaje y prácticas por mimesis. En consecuencia, cualquiera de estas prácticas da cabida a los diferentes sectores sociales, adaptando y manifestándose de manera más o menos diferenciada dentro de una mismas expresiones tradicionales compartidas: arquitectura, rituales, música, etc.

Se supone que son estas tradiciones los elementos que perviven en tiempos de cambio, de ahí su importancia en la recreación de nuestras identidades colectivas al aparecer como continuidades heredadas a lo largo del tiempo (L. Strauss, 1952: 50). Aunque para que pervivan, y pese a lo que se suele decir, han de estar en un continuo proceso de transformación, adaptándose a cada cambio social (Hobsbawm, 1984, Lenclud, 1987, J. Agudo, 1999).

La tradición se convierte así en un soporte ideal para justificar los bienes acogidos a este patrimonio etnológico. Curiosamente, mientras que (por razones en apariencia obvias) no se suele justificar las razones conceptuales que motivan la selección de los demás bienes a patrimonializar (historia, arqueología) en las diferentes legislaciones y normativas autonómicas, sólo en lo referente al patrimonio etnológico se suele explicitar que los bienes seleccionados han de forma parte de esta la "cultura tradicional" (en ocasiones de la "popular"); y de una forma u otra se suele aludir al importante papel que dichos bienes han desempeñado en la conformación de las identidades de los pueblos/autonomías respectivas. Es más, incluso, contraviniendo de nuevo la norma, no es infrecuente que se suela hacer referencia específica a determinadas tipologías de bienes vinculados a esta cultura tradicional que han de ser objeto de una protección preferente entre los demás, con frecuencia relacionados con la arquitectura tradicional (Aragón, Castilla La Mancha, La Rioja).



Museo etnográfico (Terque)

Museos etnológicos y tiempos culturales. Desde una perspectiva etnológica es el presente el que nos interesa, el pasado es tenido en cuenta para explicar que nos queda del mismo y en que se ha transformado.

Sin embargo, cuando se trata de aplicar estas normativas, tanto desde el punto de vista jurídico como en cualquier otra práctica de puesta en valor de los contenidos de este patrimonio etnológico basado en la tradición, no queda tan claro ni que se les aprecie tanto ni que se les de la misma consideración que a los demás bienes culturales.

**A modo de conclusión. Pensando en Andalucía: ¿Qué ocurre con los museos etnológicos?**

Tomando nuevamente a Andalucía como referencia se ponen de manifiesto algunas de las paradojas a las que nos venimos refiriendo, el interés por esta cultura tradicional, por su consideración como referente esencial de los procesos de construcción de las identidades colectivas (lo que debiera quedar reflejado en los museos etnológicos), no se corresponde en la realidad con un interés político y ni siquiera académico para su puesta en valor (E. Fernández, 2015, J. Agudo, 2016.a).

Más allá de las recurrentes y repetitivas imágenes simplistas y simplificadoras de lo que es la “cultura popular andaluza”, lo que sabemos de ella se caracteriza por

su fragmentación y desigual tratamiento, ya sea en el ámbito de la investigación, como en el de los museos o publicaciones.

En cierta medida se podría decir que sigue presente la imagen de la Andalucía romántica de finales del s. XVIII y comienzos del s. XIX; cuando no sencillamente se ha revitalizado dicha imagen ahora con fines turísticos, como reflejan los numerosos "itinerarios" que nos lo recuerdan, además de las nuevas recreaciones en diferentes poblaciones que rememoran leyendas más o menos historizadas relacionadas con bandoleros, guerrillas antinapoleónicas, contrabandistas, etc.<sup>12</sup>

Sea como fuere, este imaginario sigue vivo en algunas de las variables que alimentó su espíritu. Una de ellas es el intento de afianzar una imagen homogeneizadora de la cultura andaluza tomando como referencia fundamentalmente patrones extraídos de la "Andalucía Occidental", y más en concreto de la gran área cultural conformada por el Valle del Guadalquivir y los territorios meridionales circunvecinos.

Un imaginario que no se ha hecho teniendo en cuenta la totalidad del territorio andaluz y generador de un discurso integrador de las expresiones culturales que configuran la cultura andaluza; y ni aún del propio territorio de esta gran área cultural tenida como referente. Todo lo contrario, en la imagen actual de Andalucía sigue predominando los discursos que encubren tanto la diversidad de una cultura andaluza que incluye muchos plurales en sus manifestaciones (arquitecturas, músicas, hablas, gastronomías, paisajes), como la propia diversidad interna de cada área cultural concreta. No son los rituales, las arquitecturas, las músicas lo se conoce y pone en valor, sino una emblemática tipología de música cante y baile, un emblemático ritual relacionado con una determinada semana santa o romería, una emblemática artesanía, o una no menos emblemática arquitectura inexistente como generalidad y a lo largo de todo el territorio andaluz. Una problemática que se está acrecentando en la medida que el turismo, como recurso predominante en la economía andaluza, tiene que ser reforzado con un consumo de tradición que complemente sus otras potencialidades. Y no olvidemos que la diversidad siempre

**12** Un ejemplo paradigmático de la fuerza que ejerce este pasado sobre la imagen turística de Andalucía es el festejo de la Ronda Romántica que se celebra en esta población en el mes de mayo. Creado en el 2013, se ha convertido en un evento multitudinario que aglutina a buena parte de las poblaciones de la serranía rondeña. Se recrea aquella época a través de pasacalles, mercado, representaciones e indumentarias); pero lo más interesante es que en pocos años ha dado lugar a un significativo proceso de redefinición de una "identidad comarcal" que aglutina y en cierta manera contribuye a integrar, a las diferentes localidades de este territorio. <http://ronda-romantica.es>.



Museo Juan Cabre (Calaceite)

*Piezas que complementan al gran museo de arqueología ocupando el espacio residual de antiguas cuadras y almacenes.*

crea incertidumbres sobre las autenticidades a incluir en los paquetes de consumo turístico (¿y políticos?).

Los museos populares/etnográficos/etnológicos reflejan, como no puede ser de otra manera, este panorama. La posición secundaria de este reconocimiento y puesta en valor de la cultura tradicional, y por ende de los museos que la recogen o representan, queda reflejada en el trato que reciben en las grandes ciudades y agrocidades donde han de competir (al igual que ocurre con la arquitectura tradicional y otras manifestaciones de esta parte de nuestra cultura) con los otros museos de arte, arqueología o historia que recogen los testimonios de aquel otro considerado gran patrimonio histórico-monumental al que nos venimos refiriendo. Un buen ejemplo de ello lo constituye el estado de abandono que presenta a la fecha de hoy (2019) el Museo de Artes y Costumbres populares de Sevilla, en gran medida, cuando no claramente, invisibilizado dentro de la oferta cultural, patrimonialista e incluso turística de la ciudad.

De hecho, la historia de este museo (M. Barragán, 1915) viene a reflejar la paradójica situación vivida por los estudios sobre la cultura tradicional andaluza y el desinterés con la que ha sido tratada desde la antropología. Surgido en 1972 de un discurso tardofranquista, como su propio nombre indica, para preservar la

memoria de una cultura rural en extinción, no siempre ha sido este su destino. Entre sus directores e investigadores de plantilla ha contado con destacados etnólogos como Antonio Limón Delgado, Salvador Rodríguez Becerra o Andrés Carretero Pérez. Y fue también, paradójicamente, el entorno intelectual desde el que se patrocinó buena parte de los primeras investigaciones y publicaciones etnográficas relacionadas con la cultura tradicional andaluza, relacionadas, con oficios artesanos (alfarería, bordado) y otras actividades relacionadas con temáticas tan diversas como la alimentación, carpintería de ribera, pesca, comercio, etc; en las que estuvieron implicados investigadores tales como Javier Escalera, Esther Fernández o Concha Rioja, Concepción Álvarez Moro, entre otros.

Sin embargo, desde finales de los años noventa del pasado siglo estas actividades relacionadas con la investigación etnográfica irán desapareciendo, al igual que ocurría en los demás ámbitos académicos; paradójicamente al tiempo que se afianzaba la antropología como disciplina universitaria. Hoy en día forma parte ya de una historia olvidada sin visos de continuidad. Mientras que el propio Museo de Artes y Costumbres Populares está parcialmente cerrado por amenaza de ruina, y se sigue posponiendo la revisión de sus contenidos tanto museográficos como museológicos.

Andalucía sigue siendo de las pocas autonomías que carecen de una institución en la que se priorice el conocimiento, investigación y puesta en valor de los contenidos y significados de la cultura tradicional andaluza.

Ello queda reflejado no sólo en lo que ha ocurrido y ocurre con el referido museo sevillano, sino con la totalidad del considerable número de museos locales<sup>13</sup> que dicen recogerla. La carencia de una institución/política coherente que establezca y coordine los procesos los procesos de documentación, investigación y puesta en valor de los diferentes referentes relacionados con la cultura tradicional se materializa en la imagen fragmentada que nos muestra de la misma la multitud de pequeños museos locales distribuidos a lo largo de la geografía andaluza. Pocos de ellos nos muestran una imagen coherente de la sociedad que dicen mostrar y representar; y aún menos son capaces de superar los discursos localistas excluyentes que enmascaran los ecosistemas culturales compartidos. Por el contrario, no deja de sorprender los contenidos reiterativos (artefactos y el modo como son expuestos)

**13** Aunque no todos ellos están recogidos en el Registro de Museos de Andalucía, se estima que existen más de 90 museos relacionados con la temática del patrimonio etnológico. Entre los registrados, esta tipología representa más de un 23%, lo que la convierte en la más numerosa (M. Barragán, 2015)



Museo de la cal (Morón de la Frontera)

*Enseñando viejas actividades y uso de materiales, no por más reconocidos como señas identitarias menos olvidados.*

que nos suelen mostrar, no solo en los casos de aquellos museos más genéricos sino, sobre todo, en la elección de los considerados temáticos: aceite, vinos, matanza, molinos varios. Y en todo caso, no han surgido por el deseo de activar la propia memoria y sentido de los modos de vida persistentes o especialmente vinculados a las colectividades en los que se asientan. Por el contrario, casi sin excepción, aunque sean justificados de manera ambigua como "recurso patrimoniales", no tienen otra función que la de ser un "recurso turístico" más con una triple finalidad: tener museos o colecciones museográficas que ubiquen a cada población en el mapa imaginario de las importancias que determinan la posición de cada población respecto a las circunvecinas; afirmar que con ello se refuerza su potencial patrimonio como recurso turístico en la nueva economía de servicios que se extiende por todos los territorios; y, en tercer lugar, entre las principales argumentaciones que justifiquen su existencia, los museos locales han de mostrar aquello que se considera ha sido la principal actividad de la localidad (productos agroganaderos o artesanales), o bien recogen relevantes expresiones culturales (rituales, festejos, actividades) convertidas en señas identitarias, actuando así en teoría como potencial estímulo para garantizar su continuidad. Es más, esta vinculación con el pasado-continuidad y con su condición de señas de identidad local, avalaría la calidad y autenticidad de



Museo de la cal (Morón de la Frontera)

*Enseñando viejas actividades y uso de materiales, no por más reconocidos como señas identitarias menos olvidados.*

la larga tradición reflejada en los museos; lo que potencialmente puede revertir en garantizar la calidad de los productos que aún se sigan elaborando en la localidad (aceite, chacinas, licores, dulces, etc.).

Aunque no pocas veces estos museos incumplen estas pretendidas finalidades y funciones: no nos remiten a los territorios en los que se encuentran, ni a las sociedades que dicen reflejar; con lo que sus discursos no rebasan los muros que los cierran.

Con otra paradoja a añadir, al centrarse con frecuencia en el uso y relevancia que tuvieron determinadas tecnologías, más que en los oficios y actividades que las instrumentalizaron y modos de vida con las que se vincularon (estructuras sociales, costumbres), son museos de limitado interés una vez que se conoce un par de ellos. No pretenden dar cuenta, en el sentido que venimos diciendo de lo que debiera ser un patrimonio etnológico con tiempos culturales a medir, por este orden, en presente-pasado-futuro.

Como recuerda la profesora Esther Fernández de Paz, generalmente los que denominamos museos etnológicos son en realidad museos de historia, "museos de la nostalgia". No sólo se limita a acumular y mostrar artefactos en desuso, sino que los textos y explicaciones que los acompañan se hacen siempre usando tiempos verbales en pasado. Pero sobre todo, si como la inmensa mayoría de las veces,

y en razón del propio origen de su existencia, están concebidos para recoger y preservar lo que nos queda de tiempos concluidos, al menos los museos etnológicos debieran reflejar que subsiste en el presente de aquello que nos muestran, qué los ha sustituido, y que papel sigue desempeñando dicho pasado en este presente. Pero rara vez lo hacen.

#### Referencias bibliográficas

- AGUDO, TORRICO, J. (1999). Cultura, patrimonio etnológico e identidad *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*. n.º. 29. pp. 36-45.
- (2003) "Patrimonio y derechos colectivos" en V. Quintero y e. Hernández, (coords.) *Antropología y patrimonio: investigación, documentación e intervención*. I.A.P.H. Granada. 2003. Págs. 12-29
- (2012). "El tiempo de las identidades híbridas", en Carmen Guerra de Hoyos, Mariano Pérez Humanes, Carlos Tapia Martín (Coords.) *Temporalidades contemporáneas: incluido el pasado en el presente*. Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Sevilla. Págs. 40-53. <https://www.juntadeandalucia.es/servicios/publicaciones/detalle/77439.html>
- (2016.b) "Antropología y patrimonio. De los folcloristas decimonónicos al patrimonio etnológico". X Jornadas de patrimonio histórico y cultural de la provincia de Sevilla. Diputación de Sevilla. Sevilla. Pág. 105-126.
- AGUDO TORRICO, JUAN, CELESTE JIMÉNEZ DE MADARIAGA. (2016.a) "Fábrica La Trinidad de Sevilla: Experiencia desoladora de la "no" puesta en valor del Patrimonio Industrial". *Nuevas estrategias en la Gestión del Patrimonio industrial. I Congreso Internacional de Patrimonio Industrial y de la Obra Pública*. Fundación Patrimonio Industrial de Andalucía. Sevilla. Págs. 218-272.
- BARRAGÁN JANÉ, MONTSERRAT (2015). Crónica de un intento: los museos etnológicos en Andalucía. Número 9: La representación de las culturas en la museología antropológica del estado español. Págs.132-157. <http://dx.doi.org/10.12795/RAA.2015.i09.06>
- BOLAÑOS, MARÍA (1997) *Historia de los Museos en España. Memoria, cultura, sociedad*. Ed. Trea. Madrid.
- CHOAY, FRANÇOIS. (2007) *Alegoría del patrimonio*. Gustavo Gili. Barcelona. (1992)
- FERNÁNDEZ DE PAZ, ESTHER (1997) "El estudio de la cultura en los museos etnográficos". *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, n.º. 18. Págs. 109-118.
- (2015). Museos de antropología. Antropología en los museos. *Revista Andaluza de Antropología. Número 9: La representación de las culturas en la museología antropológica del estado español*. Págs. 1-15. <http://dx.doi.org/10.12795/RAA.2015.i09.01>
- FARRÉ RIBES, MARTA (2016) *Collecionistes dels oblits: una mirada plural al patrimoni* (Les Garrigues). Fundació Carulla. Barcelona.
- HOBBSAWM, E.J. "Inventing traditions". Hobsbawm, E. J., Ranger T. (ed) *The invention of tradition*. Cambridge University Press. 1984 Págs. 1-14
- LENCLUD, G. « La tradition n'est plus ce qu'elle était ... Sur les notions de traditions et de société traditionnell en ethnologie". *Terrain*, 9. Págs.10 -123. 1987.
- LEVÍ-STRAUSS, CLAUDE. "Raza e historia". (1952) en *Raza y cultura*. Ed. Cátedra. 1993
- PRAT I CAROS, JOAN (1992) (coordinador). *Las ciencias sociales en España. Historia inmediata, crítica y perspectivas. 2 Antropología y Etnología*. Ed. Complutense. Madrid.
- ROIGÉ, XAVIER. (2015). Los museos etnológicos en Cataluña. Perspectivas, retos y debates. *Revista Andaluza de Antropología. Número 9: La representación de las culturas en la museología antropológica del estado español*. Págs. 74-1014. <http://dx.doi.org/10.12795/RAA.2015.i09.04>

# MUSEOS Y COMUNIDADES LOCALES. REFLEXIONES A PARTIR DE UN ESTUDIO EN MUSEOS ETNOLÓGICOS VALENCIANOS

---

**EVA MOMPÓ ANDRÉS**

*Coordinadora de ETNOXARXA. L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia.*

## **MUSEOS Y COMUNIDADES LOCALES. REFLEXIONES A PARTIR DE UN ESTUDIO EN MUSEOS ETNOLÓGICOS VALENCIANOS.**

**Eva Mompó Andrés**

Coordinadora de ETNOXARXA. L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia.

El artículo avanza los resultados de una investigación de campo sobre museos locales de etnología en el ámbito del País Valenciano, y en concreto de la Provincia de Valencia. El análisis derivado profundiza en la capacidad desigual de estos museos locales para activar identidades, así como el impacto de los museos locales a la hora de dignificar vivencias socioculturales de la comunidad a la que pertenecen.

Palabras clave: *Museos locales, País Valenciano, identidad, comunidades locales.*

## **MUSEUMS AND LOCAL COMMUNITIES. REFLECTIONS FROM A STUDY IN VALENCIAN MUSEUMS OF ETHNOLOGY.**

**Eva Mompó Andrés**

Coordinator of ETNOXARXA. L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia [Museum of Ethnology of Valencia].

This article presents the results of a field study on local museums of ethnology in the Land of Valencia, and specifically in the Province of Valencia. The resulting analysis delves into the unequal capacity of these local museums to activate identities, as well as the impact of local museums in dignifying the socio-cultural experiences of the community to which they belong.

Keywords: *Local museums, Land of Valencia, identity, local communities.*

## **MUSÉES ET COMMUNAUTÉS LOCALES. RÉFLEXIONS À PARTIR D'UNE ÉTUDE MENÉE DANS DES MUSÉES ETHNOLOGIQUES DE VALENCE.**

**Eva Mompó Andrés**

Coordinatrice d'ETNOXARXA. L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia [musée d'Ethnologie de Valence].

L'article présente les résultats d'une étude de terrain sur les musées locaux d'ethnologie dans le Pays valencien et notamment dans la province de Valence. L'analyse qui en découle aborde la capacité inégale de ces musées locaux à réveiller des identités et l'influence des musées locaux sur la mise en valeur d'expériences socioculturelles de la communauté à laquelle ils appartiennent.

Mots-clés : *musées locaux, Pays valencien, identité, communautés locales.*



# MUSEOS Y COMUNIDADES LOCALES. REFLEXIONES A PARTIR DE UN ESTUDIO EN MUSEOS ETNOLÓGICOS VALENCIANOS

**EVA MOMPÓ**

*Museu Valencià d'Etnologia*

El estudio que presentamos se centra en museos etnológicos “pequeños” ubicados en contextos locales y que, sin embargo, conforman un fenómeno “grande” en términos cuantitativos y cualitativos. Son aquellos que Santacana y Llonch (2008) denominaban “la cenicienta de la cultura”. Por ello, en el marco de un encuentro *ICOM España*, que reúne también a museos autonómicos o nacionales, nos surge la necesidad de justificar su importancia. En primer lugar, podemos acudir a estadísticas. El País Valenciano es la autonomía con más museos y colecciones museográficas: 206, de los cuales casi el 70% pertenece a la administración local. De todos ellos, un cuarto se incluyen en la categoría de “Etnografía y Antropología”. Así, el 19% de museos del Estado Español dedicados a la disciplina etnológica son valencianos<sup>1</sup>. De hecho, en nuestro territorio la tipología de museo local más extendida toma como referencia la cultura popular valenciana (García et al., 2017), coincidiendo con la tesis según la cual el interés etnológico suele ubicarse a escala local, antes que provincial, autonómica o nacional<sup>2</sup>.

En segundo lugar, más allá de cifras estadísticas, podemos señalar que los museos etnológicos valencianos tienen implicaciones en, al menos, tres ámbitos: político, técnico y comunitario. A nivel de política local, los gobiernos validan algunos valores ideológicos a través de ellos, concebidos a menudo en el imaginario colectivo como algo intrínsecamente positivo para la comunidad o como lugares situados por

<sup>1</sup> Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2018).

<sup>2</sup> Esta reflexión puede consultarse en Fernández (2015), así como para el caso del País Valencià en Cruz y Seguí (2015), de Extremadura en Valadés (2015) o del País Vasco y Cataluña en Roigé y Arrieta (2010).

encima de cualquier desconfianza o conflicto (Roigé, 2015). En el ámbito técnico, la proliferación de museos etnológicos obliga a la antropología a una constante revisión ya que “cuando el museo custodia genialidades y obras maestras para ser admiradas, parece que no se precise nada más que facilitar su óptima contemplación, pero los bienes de escaso o nulo valor material y/o estético sólo se musealizan por ser testimonios culturales que deben ser interpretados” (Fernández de Paz, 2015: 6).

Por último, a escala comunitaria, estos museos se conciben como un recurso de desarrollo económico a través del turismo y, al mismo tiempo, como instituciones con repercusiones identitarias en los habitantes del lugar donde se ubican. Nuestra exposición profundiza en esta última línea, partiendo de ejemplos donde su población, heterogénea, se reconoce y se siente representada (o no). Para llevar a cabo esta reflexión nos apoyamos en el trabajo de campo en tres casos de la provincia de Valencia. Comenzamos con una explicación breve del estudio realizado. A continuación abordamos algunas de sus conclusiones, en concreto, aquellas que tratan de la diversidad de la comunidad local y de su representación o identificación con “su” museo. Finalizamos con reflexiones derivadas de las tensiones producidas por las distintas maneras de habitar, participar o visitar un museo etnológico local.

### **Museos valencianos etnológicos locales: un estudio de caso**

El *Museu Valencià d’Etnologia* colabora desde su creación, en 1982, con instituciones y grupos locales en procesos de patrimonialización de la cultura popular valenciana que, en numerosas ocasiones, ha dado lugar a un museo local. Desde esta institución se han hecho esfuerzos por repensar la museología más adecuada para explicar fenómenos de la cultura popular en un territorio o por establecer mecanismos de colaboración más beneficiosos. La *Red de Museos Etnológicos Locales* de la Diputación de Valencia es resultado de estas reflexiones. Se trata de un espacio de intercambio de experiencias y de cooperación entre 27 museos adheridos<sup>3</sup>. Sin embargo, Aguilar (2006), de la *Unitat de Territori* del *Museu Valencià d’Etnologia*, escribía en la primera *Revista Valenciana d’Etnologia* que eran necesarios análisis desde el trabajo de campo para conocer la valoración que los habitantes hacían de su museo. En esta línea, decidimos realizar un estudio etnográfico con agentes implicados en los museos locales, una parte del cual presentamos. Esta investigación tiene por objetivo analizarlos desde tres ópticas relacionadas: la participación de las

**3** Para más detalle sobre esta red reenviamos a García et al. (2017).

comunidades locales, las identidades movilizadas en los discursos museográficos y las políticas desplegadas a su alrededor. Para ello utilizamos técnicas de investigación cualitativas: entrevistas en profundidad, observación participante en actividades de los museos y análisis de contenido de documentación generada por éstos.

En esta primera aproximación seleccionamos tres casos que compartían algunos rasgos. Primero, se trata de municipios pequeños (menos de 4000 habitantes). Segundo, pertenecen a la *Red de Museos* de la Diputación de Valencia y fueron creados o renovados en los últimos años con una colaboración significativa del *Museu Valencià d'Etnologia*. Y tercero, en ellos detectamos una implicación relevante de la comunidad, bien sea en el discurso expositivo, bien en la apropiación del museo como lugar de expresión de grupos locales. Cabría señalar que aquí no entendemos, o no sólo, que los museos son etnológicos por el carácter de sus colecciones, sino porque se idean y mantienen desde una mirada etnológica. Esto implica que su objetivo es reflexionar y dar a conocer fenómenos culturales en constante transformación. Así, estos espacios reelaboran "la memoria cultural del lugar" (Fernández de Paz, 2015) y vienen definidos por el cruce entre dos variables: territorio y cultura. En nuestro caso, esto se traduce en un pueblo o comarca que alberga el museo local, así como en la cultura popular valenciana<sup>4</sup> de esa población expresada en el discurso museológico.

### Identificaciones y representaciones de comunidades locales

En las identificaciones de comunidades locales con sus museos intervienen diversos factores, agentes y especificidades del contexto. Aquí abordaremos dos aspectos. Uno remite a que los habitantes de estos museos son diversos y juegan distintos roles en la producción museística. Otro se relaciona con algunas formas en que se representa a la población y cómo ésta se ve reflejada, o no, en "su" museo. Comenzamos por señalar que, en los casos estudiados, aparecen dos tipos de habitantes, de manera muy simplificada: comunidad local y turistas<sup>5</sup>. Lo

**4** Delimitar la "cultura popular valenciana" no deja de ser problemático. Hernández i Martí (1999) la concibe como un fenómeno social de clases populares o subalternas, en relación a otros estratos dominantes, que abarcaría ámbitos del pasado y presente, entre otros festividades, música, deporte, representaciones históricas o religiosas.

**5** Definir "comunidad local" o "turismo" supera nuestras posibilidades aquí por su complejidad. En este texto, nos reapropiamos de la distinción de los sujetos de la investigación y, más que cuestionarla, nos interesa la percepción, discursos y prácticas de los actores y actrices alrededor de esta dicotomía. Conciben "comunidad local" como los habitantes donde se ubica el museo y "turistas" a quienes no residen en el pueblo, pero reiteramos que esa distinción es difícil a la práctica porque encierra mucha heterogeneidad, no es tan polarizada y su frontera es móvil.

observamos en la respuesta de una técnica al preguntarle cómo concebía el museo en un futuro:

“Me gustaría verlo con mucha actividad cultural porque el museo ahora está muy bien, es un museo que vas, lo visitas y es precioso. Pero necesita ser dinámico, para que realmente cumpla su función tiene que generar, para mi punto de vista, conferencias, talleres, exposiciones temporales, publicaciones [...] que acerquen a la población local. Porque el museo para la gente de fuera ya está, ¿vale? Pero todo el mundo que ha venido a ver el museo, del pueblo, no va a volver si no hay algo nuevo, entonces creo que un museo ya lo tenemos que es un museo para turistas, y que ahora se necesita un museo para el pueblo” (Cecilia, vecina y comisaria<sup>6</sup>).

La búsqueda del equilibrio entre estos dos públicos emergía de forma frecuente en el trabajo de campo y detectamos algunas contradicciones al intentar conciliar un discurso museográfico donde el turismo encuentre interés y, al mismo tiempo, la población se reconozca en las especificidades locales. Avanzaremos en esta línea centrada en la comunidad local, sin detenernos en el aspecto turístico<sup>7</sup>, aunque apuntamos que esta tensión es resuelta de una manera diferente por cada museo. Por ejemplo, uno de los estudiados, se centra en el cultivo del arroz atrayendo a público turista y no ha buscado la identificación de la comunidad con su discurso expositivo. Sin embargo, ha optado por transformarse en un lugar de expresión de grupos locales. Además de exposiciones permanentes y temporales, cuenta con una programación que incluye actividades variadas: cine de verano, conciertos, muestras de artistas de la comarca o debates. También se ha convertido en un espacio de exposición de todo tipo de asociaciones vecinales (la banda de música, asociaciones de mujeres, la peña valencianista, etc.). Este caso representa una estrategia museística de participación de la comunidad local que, más que sentirse reflejada en el museo local, lo concibe como un lugar de reunión y expresión.

Además, nos interesa prestar atención a otro aspecto de la comunidad local que aparecía en el anterior testimonio: los distintos roles que un mismo habitante juega

<sup>6</sup> Los nombres de los sujetos de este estudio son pseudónimos y se han omitido las referencias a los lugares.

<sup>7</sup> Existen numerosos debates en torno al binomio museos locales/turismo. Puede verse Santacana y Llonch (2008), Prats (2011, 2014) o Roigé y Frigolé (2010). Y Abella et al. (2012) para un análisis particular en el pirineo catalán.

en relación a un museo local. En la literatura museológica a menudo se distinguen tres grandes tipos de agentes: político, técnico y el público. Sin embargo, al situarnos en un plano local, observamos que estos papeles se entremezclan y dan lugar a actores con distintas cuotas de poder de decisión en la museografía. Por ejemplo, Cecilia, a la vez vecina del pueblo y técnica, afirma:

“Es diferente que tú como investigador llegues a un municipio o que seas de ese municipio. Entonces los temas que destaqué para incluir en el museo, que creía que eran importantes para el pueblo son los que me parecen a mí importantes como ciudadana y como investigadora” (Cecilia, vecina y comisaria).

En otro caso, le preguntamos a la alcaldesa de un pueblo qué le parecía el nuevo museo y ella planteó otra cuestión: “¿respondo como Almudena o como alcaldesa?”. Decidió contestar como alcaldesa, sin embargo, en su testimonio emergen sus vivencias como vecina:

“Yo pienso que [el museo] es fundamental, que la gente se reconozca [...]. O sea, sólo para la gente a nivel local lo veo fundamental. Y luego, también pensando en futuras generaciones, que todo eso que nosotros hemos volcado ahí de los edificios comunales, es que los nanos pequeños no saben de lo que les estás hablando, yo lo he vivido todavía, pero es que mis hijos ya no [...]. Luego, a nivel turístico, me imagino que ya para la gente es una curiosidad, ¿no?” (Almudena, vecina y alcaldesa).

De nuevo, aparece la diferencia entre el público turista o el local y lo que ahora nos interesa: la de habitar un museo desde distintas posiciones. Esto tiene repercusiones importantes en el discurso museológico, elaborado en la negociación entre distintos agentes. Sin embargo, lo relevante es que, en el plano local, existen relaciones de proximidad entre equipo técnico, político y población, de manera que los tres tipos de actores deciden el discurso a desarrollar:

“[El equipo de renovación] son todos, *Museu Valencià d’Etnologia* y municipio. Y desde el pueblo yo he querido implicar mucho a la alcaldesa, por supuesto.

No es frecuente, pero si se puede y siendo un municipio tan pequeño, se ha intentado que tome decisiones [...], es un museo del municipio, y creo que es importante también que como ciudadana y como política, ya que está al mando, que decida y que vea” (Cecilia, vecina y comisaria).

En esta línea, vimos en palabras precedentes de la alcaldesa que, ante la dificultad de separar su rol de vecina y de política, incide en la construcción del discurso museológico en dos líneas: desde su pertenencia al pueblo desea verse representada y, desde su posición de alcaldesa, anhela encontrar en el museo problemas que el ayuntamiento tiene dificultad en resolver:

“A mí me gusta, o me gustaría, que la gente entienda cuando va al museo que tenemos en todas las aldeas un montón de edificios y un montón de patrimonio que antes se gestionaban de forma comunal y que ahora tenemos un problema. Y lo suyo sería que la gente viese cuál es el problema y se implicase en cómo resolverlo. Mantener todo ese patrimonio, tradicionalmente se hacía de forma comunal, pero ahora la gente dice: ayuntamiento [...] y el ayuntamiento no tiene capacidad [...]. Yo lo que espero es que la gente reflexione sobre esto en el museo” (Almudena, vecina y alcaldesa).

En otro caso, un alcalde considera el museo como “un valor añadido” en “un municipio que no es turístico, pero podría serlo” y, a la vez, señala su función en recrear identidades locales:

“Tu arribes allí i veus el teu poble en una maqueta i dius: ací visc jo, ací jugue jo, ací tal... *Entonces* el tema de la maqueta, que és *algo* que jo crec que ens va suggerir algú dels tècnics, que val una pasta, però també diguérem: sí, volem la maqueta. Perquè també volem eixa identificació de la gent amb el seu espai i volem, en poques paraules, que la gent vinga i *flipe* [...]. El museu és molt identitari en eixe sentit<sup>8</sup>” (Eugeni, vecino y alcalde).

**8** “Tú llegas allí y ves tu pueblo en una maqueta y dices: aquí vivo yo, aquí juego yo, aquí tal... Entonces el tema de la maqueta, que es algo que yo creo que nos sugirió algún técnico, que vale una pasta, pero también dijimos: sí, queremos la maqueta. Porque también queremos esa identificación de la gente con su espacio y queremos, en pocas palabras, que la gente venga y flipe [...]. El museo es muy identitario en ese sentido”.

Estos testimonios muestran la heterogeneidad del público local y las diferentes posiciones de un mismo habitante en relación al museo, como vecindad y personal técnico o político. Este doble rol suele conllevar mayores dosis de poder en la negociación del discurso museológico, aunque no tiene por qué implicar una imposición de “arriba-abajo”. En muchos casos, la iniciativa surge de equipos técnicos o políticos, pero consigue una vinculación de la población (Arrieta, 2009), como en los casos estudiados. Sin embargo, nos parecía necesario visibilizar, mediante las palabras de personas implicadas en crear museos, las distintas posiciones e intereses en la activación de un patrimonio cultural que representa unas identidades colectivas.

Avanzamos en nuestra reflexión poniendo el foco en la identificación de la población local con “su” museo. Aparecía en testimonios anteriores, pero nos detenemos en esta cuestión con Amparo, una anciana, que en una inauguración afirmaba: “este museo nos hace muy dignos”. Esta frase, aunque corta, condensa varios significados, entre otros detectamos un valor de reconocimiento al considerar que el museo les dignifica. Ella argumentaba que “este museo reconoce el trabajo que hacíamos antes” o “le da valor a los objetos de nuestra vida”. De hecho, en entrevistas con vecinas mayores la reafirmación de las vivencias era un tema frecuente:

“He dado objetos que he vivido y los han puesto de una manera fina, no están las cosas amontonadas, están bien puestas, colocadas con gracia y me encanta porque lo he vivido” (Bárbara, vecina).

En estos testimonios el museo aparece como un lugar que valida unas experiencias del pasado que nos llegan al presente “de una manera fina” o “con gracia” y que dignifican a esas personas a través de la puesta en valor de sus vivencias. Estos testimonios remiten al impacto identitario de un museo etnológico en la comunidad local, aunque éste no siempre es contemplado. Es decir, existe abundante literatura sobre su rentabilidad económica, turística y política. Sin embargo, a menudo olvidamos el impacto emocional e identitario (individual y colectivo) de la puesta en valor de la cultura popular, en términos de un reconocimiento que puede dignificar, reforzar la autoestima o crear orgullo de las propias experiencias. De hecho, en todas las entrevistas a vecinas de edad avanzada aparecía la palabra “emocionar”: “cada vez que voy al museo me emociono” (Bárbara). De hecho, el personal político o técnico es consciente de ello:

“La implicació emocional que té per a la gent d’este poble, gent que va vore l’exposició i es va ficar a plorar, tu imagina’t eixa gent els records i les vivències que li van eixir<sup>9</sup>” (Víctor, guía del museo).

“Entres a la pantalla amb les fotografies i li dius: mira este era ton *güelo*, este era ton *bisabuelo*. I d’ahí ha eixit gent plorant [...]. Una de les coses que em dona molta passió és la pantalla tàctil perquè estan els records de tot un poble i això et toca la fibra<sup>10</sup>” (Guillem, vecino y concejal).

De acuerdo a este último testimonio, observamos que, en las dinámicas de reconocimiento, los soportes fotográficos y audiovisuales favorecen la autoidentificación y activan de manera intensa la memoria colectiva, por encima de los objetos a los que, con frecuencia, el equipo técnico damos mayor importancia. Aunque no podamos extendernos en esta línea, nos parecía relevante introducir estas reflexiones en el debate sobre los impactos de los museos locales. No está de más apuntar que, más allá de lo económico, político o técnico, la puesta en valor de la cultura popular puede evaluarse desde otras dimensiones como, por ejemplo, el reconocimiento identitario entre su población o las activaciones emocionales derivadas de esa representación donde se conjuga la dimensión individual y la colectiva. Llegados a este punto, recordamos que no toda la comunidad local, que es plural, se reconoce de la misma manera. Aunque pueda parecer obvio, matizamos que el museo no lo “habita” de igual forma una persona mayor que ha vivido los fenómenos culturales expuestos, que una joven que no encuentra en el museo sus experiencias; ni tampoco se identifican de la misma manera mujeres que hombres o vecindad de clases populares que la de estratos superiores, por citar algunas diferencias. Nos detenemos en una de ellas para ilustrar la importancia de tener en cuenta esta diversidad al idear una museología local.

En los casos estudiados, la población joven observa “su” museo como un visitante al que le muestran algo lejano o sobre la otredad. Es decir, sobre otras personas que experimentaron esos fenómenos culturales (aunque en ocasiones puedan identificarse a través de la memoria heredada). Sin embargo, encontramos un elemento con el que la juventud se reconocía desde sus vivencias. Se trata de

**9** “La implicación emocional que tiene para la gente de este pueblo, gente que vio la exposición y se puso a llorar, tú imagínate esa gente los recuerdos y las vivencias que le salieron”

**10** “Entras en la pantalla con las fotografías y le dices: mira este era tu abuelo, este era tu bisabuelo. Y de ahí sale gente llorando [...]. Una de las cosas que me da mucha pasión es la pantalla táctil porque están los recuerdos de todo un pueblo y eso te toca la fibra”

un museo que, en la presentación del fenómeno de “los quintos”, incluye una fotografía actual. Al respecto, la guía del museo, de unos 25 años, explicaba:

“Me encanta que estén los quintos, de antes y de ahora, cuando vi la foto y la sudadera en el museo... yo fui quinta en 2014 y éramos más chicas que chicos. En las visitas se lo digo a la gente, les explico que ahora ha cambiado, que antes los quintos iban por las aldeas antes de irse a la mili y lo de quintas era que, cuando llegaban a la aldea, las mujeres les hacían la comida, pero que ahora yo me pasé una semana de fiesta con mis amigos, todos igual, que es muy diferente” (Pilar, vecina y guía).

Nos parece un ejemplo interesante en la medida en que una joven conecta con la historia local desde su vivencia. Lo hace a través de un elemento del museo que, además, le lleva a reflexionar sobre las relaciones cambiantes de género. No hemos encontrado muchos ejemplos como éste y nos preguntábamos: ¿por qué no hay más aspectos en los que la población joven pueda autoidentificarse en un museo etnológico local? ¿Es importante que los haya? Avanzamos en este sentido con un testimonio de la misma guía. En este museo, en la sección de “espacios comunales”, hay una silla de barbero de la antigua barbería comunal que funciona en la actualidad como espacio de encuentro. Al preguntarle qué objeto le gustaba más Pilar contestó:

“Los objetos... algunos son curiosos. Por ejemplo, yo soy de la aldea B. y esta silla de barbero es de allí. Me sentaba en esa silla desde que era pequeña, estaba allí en la barbería de la aldea, y pues una silla y ahí nos sentábamos cuando éramos adolescentes. No sabía que era patrimonio hasta que no la vi en el museo, ahí me di cuenta que esa silla era patrimonio” (Pilar, vecina y guía).

Más allá de la reflexión de cómo y quién decide qué es y no es patrimonio<sup>11</sup>, nos interesa visibilizar que, en ocasiones, en nombre de una comunidad se silencian opciones patrimoniales que forman parte de su cultura popular. Podemos observarlo a partir del ejemplo sobre el uso de ese objeto y espacio (la antigua barbería) por la juventud en la actualidad: ¿podría ser esta utilización también patrimonio? ¿Por qué se ha silenciado en un museo etnológico? Tal vez porque es actual o no se ha

**11** Una reflexión presente en numerosas investigaciones, entre otras puede consultarse Arrieta (2009), Quintero (2011), Roigé y Frigolé (2010) o Santamarina (2012).

considerado que tuviera la suficiente importancia etnológica o patrimonial para existir en el museo. Así, nos preguntamos: ¿podríamos incluir la descripción del actual uso y espacio junto al objeto? Explicitar, por ejemplo, que esa silla tuvo una función que se transformó dando paso a otra por una población distinta. Esto podría dar lugar a que otros habitantes jóvenes pudieran sentirse interpelados. Es un ejemplo, pero con toda probabilidad podríamos encontrar muchos objetos en los museos locales que se han transformado dando lugar a nuevas utilidades culturales y, por tanto, a otras relaciones sociales, cuya representación sería interesante. Esto podría ayudar a que otra parte de la comunidad se sintiera reflejada en el museo, al tiempo que rompe con la inmovilidad de ciertos discursos museográficos aún anclados en un pasado local estático y cada vez más lejano.

#### **A modo de cierre**

Comenzamos esta exposición señalando la relevancia de los museos locales en términos cuantitativos y de impacto político, técnico o comunitario. Nos centramos en este último ámbito y mostramos que, en el plano local, existen relaciones de proximidad entre los agentes que intervienen para que un museo etnológico sea posible. Asimismo, destacamos la diversidad de la comunidad de referencia. Por un lado, detectamos distintos niveles en la toma de decisiones sobre el discurso museológico entre habitantes, personal técnico y político. Por otro, mostramos que la población se identifica de forma diferente con la exposición etnológica que imbrica la dimensión individual y la colectiva. Así, planteamos que, en la recreación de la memoria cultural del lugar, los actores y actrices no se ven representados por igual y, por tanto, no “habitan” de la misma forma el museo. Por ello, apuntamos la necesidad de considerar este aspecto para potenciar que otros grupos puedan verse reflejados en “su” museo. Una vía implicaría revisar la mirada estática sobre los fenómenos del pasado incluyendo sus cambios socioculturales hasta la actualidad. También hicimos hincapié en el impacto de los museos locales al validar experiencias de vida de ciertos habitantes y cómo esto podemos traducirlo, más allá de lo económico o político, en términos de dignificación o reafirmación de unas vivencias socioculturales y de reconocimiento de una memoria activa.

En estas reflexiones aparecían preguntas que los agentes implicados en los museos locales buscan resolver: ¿cómo dirigirse a un público turista y mantener el interés de la comunidad local? ¿Cómo fomentar que la población diversa habite o

se reapropie de "su" museo? En la búsqueda de estas respuestas algunos museos idean distintas fórmulas expositivas. Por ejemplo, le dan importancia a la memoria oral e incluyen audiovisuales donde los protagonistas son habitantes locales, tratan de realizar actividades culturales o de convertir el museo, más allá de sala de exposiciones, en un lugar de expresión de asociaciones vecinales.

Por último, creemos que visibilizar estas estrategias museísticas adoptadas desde lo local, así como las distintas formas de habitar un museo etnológico, puede contribuir a los debates sobre nuevas museologías. En concreto, nos puede dar pistas sobre las maneras en que las comunidades participan y se reapropian de sus museos para convertirse allí en creadores de su memoria y en protagonistas de su vivencia sociocultural.

#### Referencias bibliográficas

- ABELLA, JORDI, ALCALDE, GABRIEL, y ROJAS, ANTONI. (2012). "De la guadaña al forfait. Análisis del uso turístico de los museos etnológicos del Alto Pirineo catalán". *Pasos*, 10(5), 619-628.
- AGUILAR, JOSEP. (2006). "Museus locals i etnologia". *Revista Valenciana d'Etnologia*, 1, 7-20.
- ARRIETA, IÑAKI (ed.). (2009). *Activaciones patrimoniales e iniciativas museísticas: ¿por quién? y ¿para qué?* Bilbao: Universidad del País Vasco.
- CRUZ, JORGE, y SEGÚI, JOAN. (2015). "Museos de etnología valencianos". *Revista Andaluza de Antropología*, 9, 105-131.
- FERNÁNDEZ DE PAZ, ESTHER. (2015). "Museos de Antropología. Antropología en los museos". *Revista Andaluza de Antropología*, (9), 1-15.
- GARCÍA, ASUNCIÓN, SEGÚI, JOAN, y TAMARIT, FRANCESC. (2017). "El Paper dels Museus Locals al Segle XXI i els Reptes de la Crisi Econòmica: Museus Locals d'Etnologia al País Valencià". *Revista d'Etnologia de Catalunya*, 42, 60-71.
- HERNÁNDEZ I MARTÍ, GIL-MANUEL. (1999). "Una reflexió al voltant de la cultura popular valenciana". *Arxius de Sociologia*, 3, 173-181.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE. (2018). "Estadística 2016. Museos y Colecciones Museográficas". Disponible en: [www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/em/ano-2016.html](http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/em/ano-2016.html)
- PRATS, LLORENÇ. (2011). "La viabilidad turística del patrimonio". *Pasos*, 9(2), 249-264.
- \_\_\_\_\_. (2014). "El caràcter magnètic del patrimoni etnològic". *Revista d'Etnologia de Catalunya*, 39, 152-159.
- QUINTERO, VICTORIA. (2011). "«El patrimonio pertenece a todos». De la universalidad a la identidad, ¿cuál es el lugar de la participación social?". En IÑAKI ARRIETA (ed.), *Legitimaciones sociales de las políticas patrimoniales y museísticas* (45-78). Bilbao: Universidad del País Vasco.
- ROIGÉ, XAVIER. (2015). "Los museos etnológicos en Cataluña. Perspectivas, retos y debates". *Revista Andaluza de Antropología*, 9, 76-104.
- ROIGÉ, XAVIER, y ARRIETA, IÑAKI. (2010). "Construcción de identidades en los museos de Cataluña y País Vasco: entre lo local, nacional y global". *Pasos*, 8(4), 539-553.
- ROIGÉ, XAVIER, y FRIGOLÉ, JOAN (eds.). (2010). *Constructing Cultural and Natural Heritage. Parks, Museums and Rural Heritage*. Girona: Documenta.
- SANTACANA, JOAN, y LLONCH, NAYRA. (2008). *Museo local. La cenicienta de la cultura*. Gijón: Trea.
- SANTAMARINA, BEATRIZ (ed.). (2012). *Geopolíticas patrimoniales. De culturas, naturalezas e inmaterialidades*. Valencia: Germanía y Asociación Valenciana de Antropología.
- VALADÉS SIERRA, JUAN M. (2015). "Patrimonio e identidad. Representaciones de la cultura regional en los museos etnográficos de Extremadura". *Revista Andaluza de Antropología*, 9, 158-186.

UN CUADRO,  
UN PERSONAJE,  
UNA HISTORIA, UN ESPEJO.  
CHILL OUT DE MITOS Y ARTE,  
EL PÚBLICO SOBRE ALFOMBRAS

---

**MIREIA ROSICH SALVÓ**

*Biblioteca-Museo Víctor Balaguer. Vilanova i la Geltrú.*

## **UN CUADRO, UN PERSONAJE, UNA HISTORIA, UN ESPEJO. CHILL OUT DE MITOS Y ARTE, EL PÚBLICO SOBRE ALFOMBRAS.**

Mireia Rosich Salvó

Coordinadora de ETNOXARXA. L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia.

El texto describe el proyecto “Chill out de mitos y arte” de la Biblioteca Museu Víctor Balaguer (Vilanova i la Geltrú). Se trata de un proyecto de difusión de patrimonio artístico pictórico en un formato de proximidad *chill out* y tomando como hilo narrativo mitos relacionados con personajes femeninos. A partir del éxito del proyecto, la autora se plantea que este tipo de proyectos de proximidad ayuden a repensar la función del museo y su capacidad de incidencia en el bienestar de los visitantes.

Palabras clave: *Museos de Arte, difusión, mitos.*

## **A PAINTING, A CHARACTER, A STORY, A MIRROR. CHILL OUT OF MYTHS AND ART, THE PUBLIC ON CARPETS.**

Mireia Rosich Salvó

Victor Balaguer Library-Museum. Vilanova i la Geltrú.

The text describes the project “Chill out of myths and art” of the Victor Balaguer Library-Museum (Vilanova i la Geltrú). It is a project for the dissemination of pictorial artistic heritage in a chill out proximity format, and using myths related to female characters as a narrative thread. Based on the success of the project, the author suggests that this type of proximity projects help to rethink the function of the museum and its capacity to influence the wellbeing of visitors.

Keywords: *Art museums, diffusion, myths.*

## **UN TABLEAU, UN PERSONNAGE, UNE HISTOIRE, UN MIROIR. CHILL OUT DE MYTHES ET D'ART, LE PUBLIC SUR LE TAPIS.**

Mireia Rosich Salvó

Bibliothèque-Musée Victor Balaguer. Vilanova i la Geltrú.

Le texte décrit le projet « Chill out de mitos y arte » de la Bibliothèque-Musée Víctor Balaguer (Vilanova i la Geltrú). Il s'agit d'un projet de diffusion du patrimoine artistique et pictural qui est proposé dans un format de proximité *chill out* et qui utilise comme fil conducteur des mythes dans lesquels apparaissent des figures féminines. S'appuyant sur le succès de l'initiative, l'auteure estime que ce type de projets de proximité doit servir à repenser la fonction du musée et sa capacité d'influence sur le bien-être des visiteurs.

Mots-clés : *musées d'art, diffusion, mythes.*



# UN CUADRO, UN PERSONAJE, UNA HISTORIA, UN ESPEJO. CHILL OUT DE MITOS Y ARTE, EL PÚBLICO SOBRE ALFOMBRAS

**MIREIA ROSICH**

*Directora Museo Biblioteca Museo Balaguer Vilanova i la Geltrú*

El pasado mes de octubre pude presentar esta experiencia, “Chill out de mitos y arte”, en el II encuentro de Museología convocado por ICOM España en el incomparable marco del Museu Valencià d’Etnologia. Los profesionales allí reunidos hablamos de los habitantes de los museos. Expliqué un proyecto con más de dos años de vida y podía afirmar, precisamente por esa ya larga trayectoria de encuentros “Chillout”, los resultados obtenidos. Tenía la ventaja de explicarles una experiencia de éxito. ¿Por qué? ¿De dónde surgió? ¿Cuál es su singularidad?

*Pensar en los habitantes: generar un ambiente íntimo, desacralizar las salas*

De entrada, la primera vez que lo anunciamos en nuestros folletos y sistemas de difusión no estábamos seguros de la respuesta que iba a recibir puesto que la propia palabra “Chill out” hoy mismo se asocia a un tipo de ambiente relajado pero aun así nocturno y vinculado al ocio, a la bebida y a un determinado estilo de música y espacio que predispone al confort. Designarlo de ese modo fue una decisión tomada después de largos debates con el equipo porque queríamos evitar proponer una conferencia más, una charla, una pieza del mes o cualquier tipo de propuesta que tuviera tintes estrictamente académicos.

Por un lado queríamos dejar claro que íbamos a dar opción de estar en el museo cómodos, muy cómodos, estirados, postrados, sin bolsos, sin chaquetas, sin

peso, sin constricciones, rompiendo convenciones. Las fotos que acompañaron la difusión mostraban una de las salas del museo –concretamente la sala Prado, es decir la Sala que alberga nuestro depósito histórico con cuadros del Prado- con el suelo cubierto de grandes alfombras antiguas y multitud de cojines, con luces mitigadas alrededor. Estéticamente, con las obras de arte antiguo alrededor, el tipo de alfombra tradicional, y las pequeñas lucernas metálicas, la escena se parecía más a un cuadro de harem del pintor Delacroix que a un *chill out* de discoteca actual, pero con una sola imagen transmitía sensaciones distintas sobre el lugar: desacralizaba la sala para hacerla un lugar confortable y acogedor donde escuchar algo, de momento, de forma cómoda, pausada y adquirir otra posición y otro ritmo. Efectivamente, los ambientes predisponen a un determinado estado de ánimo.

Por experiencia estábamos convencidos de que los visitantes, escuchando de pie ante un cuadro durante mucho rato seguido llegan, inevitablemente, a un agotamiento físico que impide tener el mismo nivel de atención, y en consecuencia, evita la vivencia de una actividad placentera, por muy válido que sea el discurso, el tono, el método y el contenido de lo que se está explicando. En este caso, el museo cierra, y el *chill out* empieza. El público toma su asiento cómodo, si quiere entre alfombras y cojines, pero también puede elegir banquetas o sillas alrededor. Al estar cerrados al público, no habrá interrupciones, ni ruidos, ni distracciones. Un museo abierto exclusivamente para el grupo es un privilegio que se otorga para el buen desarrollo de la propia actividad, para poder centrarse en una historia que van a escuchar a medida que se despliega con obras artísticas que la ilustran. Hay que conservar esa intimidad. Ese silencio. Esa magia. Los lugares y los silencios, ayudan a poder gozar de una escucha más atenta. Hay que coger el hilo y poder tener comodidad y paz para no soltarlo.

### **Mitos que llevan a preguntas clave**

En segundo lugar, qué es lo que vamos a contar. No es una conferencia, no hay muchos datos, no pensamos en especialistas. Todo el mundo, de todas las edades y condiciones puede seguir ese hilo. En función de su bagaje le resonará de un modo u otro, pero el relato puede adentrar a cualquiera. Vamos a contar historias universales, historias de otros tiempos pero que son infalibles



para todos los tiempos. Tenemos un cuadro real como punto de partida y un personaje como hilo conductor. Y a partir de una obra que se puede contemplar a muy corta distancia -y que forma parte de la colección propia del museo- se repasa un mito. ¿Y por qué mitos? Porque, siguiendo las lúcidas palabras de Joseph Campbell: “Los mitos son pistas de las potencialidades espirituales de la vida humana”. Historias sobre la sabiduría de la vida. Luchas cósmicas, ciclos de renacimiento y resurrección, búsqueda de tesoros o paraísos. Todo ello nos lleva a hacernos preguntas claves sobre la existencia humana y ahí es donde me gustaría conseguir que el arte actúe como puerta, un umbral para llegar a meterse en esas preguntas clave, un atisbo de trascendencia sobre la alfombra de un museo que haga olvidar la vida mundana por unos instantes.

### **Las mujeres son las protagonistas**

Los personajes principales de cada sesión *chill out* suelen ser siempre mujeres protagonistas de un mito clásico, incidiendo voluntariamente también en temas sobre el género. Las primeras protagonistas de nuestros encuentros vespertinos

a solas en el museo fueron personajes como Andrómeda, con sus cadenas (¿qué nos encadena?) o Dánae con su lluvia dorada (¿qué tipo de lluvia nos fecunda?), dos célebres princesas. Pero a lo largo de dos años, en una cita mensual ineludible, hemos hablado de la maga Circe – que tiene el increíble don de poder convertir a los hombres en animales- , la sabia diosa Atenea, la paciente y discreta Penélope, la sensual Venus o temas como el recato de Lucrecia, el desenfreno de las Bacantes, e incluso- en los días próximos a las vacaciones de Semana Santa- nos centramos en María Magdalena, que no es un heroína de la mitología griega ni romana pero sigue siendo un personaje femenino muy atractivo que plantea muchas preguntas a los que hemos crecido en la tradición cristiana.

A partir del primer relato, se entra en contacto con una determinada historia que tiene un argumento y un desenlace, que plantea unos escenarios y presenta determinados personajes arquetípicos. En este sentido, el inicio es como contar un cuento. Son – como diría Campbell de nuevo- “historias sobre la sabiduría de la vida, encerradas en un cofre que hay que saber abrir”.

### **El mito como cuento medicina**

En la presentación de ICOM en Valencia hice mención de aquella maravillosa película protagonizada por Meryl Streep y Robert Redford, Memorias de África (“Out of Africa”, en versión original) en la que ella, por las noches, ante una hoguera, contaba largos cuentos. Esa sensación de compartir historias, de cualquier geografía del planeta, de cualquier civilización, que al recibirlas, ya forman parte de tu universo y siempre ensanchan tu mirada interior. La psicóloga Junguiana Clarissa Pinkola habla de “cuentos medicina”, es decir, narraciones que, de algún modo, tocan el alma.

Una vez contado el mito como si se tratara de un cuento, en resumen, después de que el público pueda saber “de qué va la historia”, entonces el arte nos ayuda a verla plasmada en imágenes. Ese paseo por la representación de un personaje hecho de la mano de distintos artistas de todas las épocas es un ejercicio que resulta interesante por la cantidad de variados detalles que se aportan sobre el mismo tema. Los artistas, ya sean pintores o escultores (o grabadores e ilustradores en ocasiones) han congelado la historia en una sola imagen, con lo que ahí está concentrada toda la información. Los mitos, como

los sueños, se despliegan en imágenes, y el arte los ha traducido. Podemos observar con detalle cómo. ¿Se destaca a la princesa? ¿Cómo se describe? ¿Cómo se concibe el monstruo? ¿Varía de la Edad Media al Renacimiento? ¿Se representa igual en el XIX? ¿el dragón es marino o vuela? ¿Cómo es el héroe? ¿Hay más personajes? ¿Van vestidos con indumentaria de qué época? ¿Se ven los padres? ¿Aparece el reino?...

### **El cuadro de la colección como umbral de entrada**

La Andrómeda que tenemos expuesta normalmente en nuestras salas permanentes es de Rubens (taller) y forma parte del citado depósito del Museo del Prado. Iniciar con una obra real de un pintor universal pone de manifiesto la relevancia de apreciar las piezas al natural. Pero en este caso atenderemos solo una obra. Centrarse en una e ir ahondando por capas en lo que nos transmite. Como obra del célebre pintor flamenco, nuestra Andrómeda presenta un cuerpo desnudo en primer plano de abundantes carnes nacaradas. Perseo, el héroe, montado sobre su caballo alado Pegaso se ve muy pequeño surcando el cielo en su búsqueda. Hay detalles muy propios del Barroco, como el pequeño cupido con la antorcha encendida –símbolo del amor – o el ropaje color rojo intenso sobre sus muslos, gran punto de fuga para el ojo. Hay detalles personales del propio artista, como que el rostro de la bella Andrómeda está probablemente inspirado en la segunda esposa de Rubens, Helena Fourment, con la que se casó cuando él tenía más de cincuenta y ella apenas llegaba a los diecisiete.

Examinada la obra, se inicia un repaso desde la cerámica griega hasta el siglo XX sobre el mismo tema, y nos arroja mucha luz en cómo se ha tratado a la protagonista y sus circunstancias. Se pueden hacer ilustradoras comparaciones. Rembrandt, de la misma época y del Norte (pero el Norte protestante) es muy austero; Tiziano, colorido y ampuloso; los pre-rafaelitas, misteriosos. Y una vez hecho ese recorrido desde la Antigüedad hasta nuestros días, se termina con una rúbrica final relacionada con cada uno de nosotros.

### **La rúbrica final, el arte en tu vida, el mito de cada existencia**

Esta es la parte que permite a cualquier persona entablar otro tipo de diálogo con el arte observado hasta el momento. Si Andrómeda en lugar de ser una princesa literal fuese una princesa simbólica, es decir, nuestra princesa, aquella

parte nuestra vital y creativa que da vida y color a nuestro reino, por qué la tenemos encadenada. Qué nos roba tiempo y nos condena a no tener vitalidad y creatividad. Quién o qué es el dragón que acecha el reino. Es un monstruo exterior o es interior. Hay miedos. Hay condicionantes. Hay errores. Qué podemos hacer. En menos de una hora estirados en la alfombra, ese tema del día -da igual si versa sobre un tipo de personaje como Andrómeda, princesa rescatada, o como Circe, hechicera con poderes- se ha podido ver con calma, se ha podido ir bajando en su profundidad. Con el cierre final encarado a nosotros mismos, el mismo tema obtiene otros ecos.

### **La evolución: fidelización y ampliación**

En este sentido, y ante las preguntas que surgieron entre el público en el encuentro ICOM, estoy convencida que se podría ir más allá. Por supuesto. Los "chillouts de mitos y arte" no son encuentros de terapia, pero, después de iniciar el tercer curso con sesiones mensuales, sí me atrevería a afirmar que tienen un efecto, en cierta medida, terapéutico. Y que precisamente ese enganche con el "factor humano" que pueden ver reflejado en las obras de arte ha sido la clave para fidelizar al público.

Empezamos con una sesión mensual a la que acudían un grupo de entre 20 y 25 personas. Actualmente programo entre dos y tres sesiones de cada tema, moviendo entre 100 y 150 personas. Hemos ampliado alfombras y cojines, aún así no tenemos capacidad suficiente para atender todas las peticiones y tenemos que decir a mucha gente que no por límites de espacio. Hemos intentado acoger a más en cada sesión pero entonces se pierde el clima de intimidad y la proximidad física con la narradora. Hay que encontrar un equilibrio entre la cantidad y la disposición de la gente para que la dimensión permita ese espacio y ese misterio del momento de contar cuentos alrededor de la hoguera.

Los encuentros suelen ser los miércoles a las 7 de la tarde. Cerramos las puertas del museo a las 7'15. Ya nadie puede entrar. Ahora que programamos más de una, solemos mantener el siguiente miércoles y hemos incorporado –por petición del público- algunos sábados, para gente que no podía acudir tan tarde o no era de la ciudad. Después de contar la historia, ver las obras de arte y terminar con la reflexión humana que nos afecta a todos, solemos tomar



una copa de vino (o cava, en función del *sponsor*) donde se puede prolongar la conversación y atender, de forma distendida, alguna pregunta o comentario.

### **Nos hemos ido de viaje**

Con el tiempo, me ha hecho mucha ilusión recibir mensajes de gente que visitando museos o descubriendo arte recuerdan nuestra sesión. También algunas mujeres se han atrevido a contarme sueños relacionados con alguno de los temas tratados en la parte final. Sin poder destinar más recursos a la difusión y comunicación que los que tenemos habitualmente, el público se ha fidelizado y se ha ampliado por los propios asistentes que han actuado espontáneamente de prescriptores. Más que una sesión, se disponen a acudir a todo el curso (suelo hacer pausa en verano y diciembre).

A raíz de la buena acogida, y fruto del trato tan próximo y humano, nos aventuramos el pasado octubre a hacer un primer viaje para ver en directo obras sobre personajes tratados. Fuimos un fin de semana a Londres. Visitamos el British para ver los mármoles del Partenón en relación a Atenea, y también a

la National Gallery para ver a Maria Magdalena de Van der Weyden o a la Venus del Espejo de Velázquez entre otras pinturas. En febrero del 2019 nos vamos a Nápoles y Pompeya. Y estamos programando Berlín para Junio. De algún modo se ha inculcado la pasión por tener la obra original delante. Y también la de hacer la visita con la idea de que no hace falta ver todo un museo. Que nos detendremos en “nuestros temas” porque, sobre todo, los vamos a disfrutar, después de haberlo podido ver y comparar con tantos otros artistas, y después de conocer la historia a fondo y de entender como ese mito, ese personaje, tiene algún tipo de “link” conmigo y mi propia vida, que en un momento dado, podría ser narrada también y tendría sus personajes clave, sus momentos duros y sus ratos fabulosos.

Debo añadir también que, en los momentos en que hemos salido del mito clásico y nos hemos aproximado a la simbólica cristiana, en contra de mi pronóstico, el público pedía más. Entiendo que porque precisamente los nombres, los lugares y los episodios les eran más familiares, pero a la vez, nunca se habían detenido a mirarlos de este modo. En la sesión sobre la simbología de los Reyes Magos, por ejemplo, ante mi sorpresa hicieron grandes descubrimientos y pedían más.

### **Se puede ir más allá: repensar la función del museo**

Como comentaba en un inicio, pude acudir al encuentro ICOM hablando de un caso de éxito porque llevábamos dos cursos de rodaje con la experiencia. Ahora, llegados a este punto, sí creo que se puede ir mucho más allá. Y me permito utilizar este artículo como campo de reflexión por si sirve de inspiración para cualquier iniciativa de este tipo que repercuta en un “tocar humanamente” a los habitantes de los museos.

Para poder ir más allá debería tener más recursos. Debería poder repetir sesiones con menos gente e incluso organizar la gente en determinados grupos para poder sacarle más partido. También mejorar el escenario haciendo hincapié en la comodidad y la intimidad. Permitidme soñar: me imagino un grupo de hamacas cómodas con la gente prácticamente estirada, las piernas en posición medio alzada que dan tanta sensación de descanso. Y alta tecnología para proyectar en el techo, como si fuera un planetarium, irradiar imágenes de obras de arte de la historia universal muy grandes y con la mejor definición

posible. Deberíamos poder dar la opción de poder tener una sesión post-chill out, cuando algo ha sido tocado, y quizá entonces sí, un terapeuta profesional, podría recoger lo que fuese saliendo, y hacer un trabajo grupal sanador. El arte como umbral hacia el interior. El arte como terapia. El arte acompañando en el camino. No es Ítaca, es el camino. En esta sociedad tan estresada y tan conectada a pantallas, se ven muchas imágenes pero se viven muy pocas. Se acumulan muchos datos pero no se llega a ese lugar donde el conocimiento emerge desde dentro. #sabidurías. Ojalá los museos sean en el futuro templos en ese sentido. En ese sentir.

Agradezco a Teresa Reyes, a Joan Seguí y a todo el equipo de la Junta de Icom España la oportunidad que me dieron al sugerir este nuestro "invento" como ponencia para el encuentro. Fue realmente estimulante compartirlo y poder escuchar la opinión y comentarios de tantos compañeros de profesión. El punto de partida fue trabajar con lo que teníamos, excelentes colecciones de arte con nombres universales, espacios bonitos, y la dimensión de una ciudad como la nuestra donde el factor humano es todavía importante para que algo crezca. Espero poder contar en algún lugar hacia donde deriva todo esto.

# ESTUDIO DE PÚBLICOS DE L'ETNO. MUSEU VALENCIÀ D'ETNOLOGIA. INFORME PRELIMINAR

---

**FRANCESC CABAÑÉS MARTÍNEZ**

*Jefe de Sección de Difusión Cultural, Didáctica y Comunicación  
de l'ETNO, Museu Valencià d'Etnologia (Diputación de Valencia).*

## ESTUDIO DE PÚBLICOS DE L'ETNO. MUSEU VALENCIÀ D'ETNOLOGIA. INFORME PRELIMINAR.

Francesc Cabañés Martínez

L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia.

Los museos de etnología o cultura tradicional, muy numerosos en nuestro país, no han despertado mucho interés entre los investigadores de públicos y audiencias. Algunas de estas instituciones desarrollan un discurso ubicado entre la evocación de la nostalgia y la apuesta por una confrontación o reflejo del pasado reciente con el presente. Estas dos formas, no opuestas, de abordar la cultura tradicional influyen de forma notable en el comportamiento y las características de los públicos de este tipo de instituciones.

Palabras clave: *Museo, etnología, cultura tradicional, antropología, estudios de público de museos, encuestas de hábitos culturales.*

## AUDIENCE STUDY OF THE MUSEU VALENCIÀ D'ETNOLOGIA. PRELIMINARY REPORT.

Francesc Cabañés Martínez

L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia [Museum of Ethnology of Valencia].

Ethnological or traditional culture museums, which are very numerous in our country, have not aroused much interest among public and audience researchers. Some of these institutions develop a discourse situated between the evocation of nostalgia and a commitment to a confrontation or reflection of the recent past with the present. These two non-opposing ways of approaching traditional culture have a considerable influence on the behaviour and characteristics of the audience of this type of institution.

Keywords: *Museum, ethnology, traditional culture, anthropology, museum audience studies, surveys of cultural habits.*

## ÉTUDE DES PUBLICS DU MUSEU VALENCIÀ D'ETNOLOGIA. RAPPORT PRÉLIMINAIRE.

Francesc Cabañés Martínez

L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia [musée d'Ethnologie de Valence].

Les musées d'ethnologie ou de culture traditionnelle, très nombreux dans notre pays, n'ont pas suscité de grand intérêt chez les spécialistes du public et de l'assistance. Certaines institutions adoptent un discours qui se situe entre l'évocation de la nostalgie et le penchant à confronter ou refléter le passé récent dans le présent. Ces deux manières, non opposées, d'aborder la culture traditionnelle ont une influence notable sur le comportement et les caractéristiques des publics de ce type d'institutions.

Mots-clés : *musée, ethnologie, culture traditionnelle, anthropologie, études du public des musées, enquêtes sur les habitudes culturelles.*



# ESTUDIO DE PÚBLICOS DEL MUSEU VALENCIÀ D'ETNOLOGIA. INFORME PRELIMINAR

**FRANCESC CABAÑÉS MARTÍNEZ**

*Jefe de Sección de Difusión Cultural, Didáctica y Comunicación  
de l'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia (Diputació de Valencia).*

## **1. Introducción**

El *Estudio de públicos de l'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia* se presentó en el II Encuentro de Museología de ICOM-España titulado *Los Habitantes del Museo* realizado en l'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia a finales de octubre de 2018.

El estudio surge del interés por conocer las características del público que visita el museo, cuestión que no se ha analizado de forma rigurosa en el Museu Valencià d'Etnologia, ni en los demás museos de la Diputació de Valencia.

El documento se presenta como informe preliminar. Los resultados obtenidos, las exposiciones del museo en el momento de la realización de la encuesta, y la inminente apertura de una nueva exposición de referencia hacen necesario realizar un estudio más amplio que nos permita conocer mejor el tipo de visitante de l'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia (en adelante l'ETNO).

El proyecto ha contado con el apoyo de Econcult - Área de Investigación en Economía de la Cultura y Turismo de la Universitat de Valencia, dirigida por el profesor Pau Rausell, que ha aportado el equipo de trabajo de campo (compuesto Sandy Guirardi, Omar Cervera y Maria Sendra), la plataforma de volcado de datos, así como la incorporación a la encuesta de ciertas preguntas dirigidas a mejorar la comparación de los datos con otros estudios. A petición de Econcult, la encuesta incluye una serie de cuestiones relacionadas con la asistencia a los museos y

el bienestar psicológico de los visitantes, cuyos resultados no se abordan en el presente documento, aunque formaran parte de un trabajo específico que Econcult publicará próximamente.

## **2.- Datos generales del estudio**

### **2.1.- Objetivos<sup>1</sup>**

El proyecto pretende conocer las características de los visitantes de l'ETNO, su comportamiento y valoración respecto a las fases de la visita a un museo: momento previo a la llegada al museo, la realización la visita y la post-visita. Con estos objetivos se ha elaborado una encuesta de 38 preguntas organizadas en diversos bloques<sup>2</sup>:

- **Conocimiento de las condiciones en las que se realiza la visita:** la frecuencia de la visita, con quién se hace la visita, el tiempo dedicado, conocimiento del edificio y valoración sobre el precio.
- **Aspectos previos a la visita al museo:** expectativas y motivaciones, conocimiento de la oferta del museo y acceso.
- **Valoración de los servicios prestados** tanto del edificio como de las exposiciones visitadas. En este apartado se incluyen valoraciones sobre la post-visita, como la recomendación, la posibilidad de repetición y la continuidad de la relación entre el visitante y el museo.
- **Caracterización sociodemográfica del visitante del museo.** Además de los aspectos básicos (procedencia, edad, sexo, estudios, renta, etc.) también se han propuesto elementos relativos a las prácticas culturales.
- **Impacto de la visita al museo sobre grado de bienestar del visitante.**

El estudio también pretende **comparar** estos datos con **los estudios de visitantes** de diversos museos etnológicos: Museo Nacional de Antropología, Museo del Traje-CIPE (ambos analizados por el Laboratorio de Públicos de Ministerio de Cultura. Ministerio de Educación y Cultura), y el Museu Etnològic y Museu de les Cultures del Món de la ciudad de Barcelona; y con los datos

<sup>1</sup> En este informe preliminar únicamente se abordan algunos de los aspectos que se citan a continuación. Los datos de todos elementos a analizar se publicarán de forma integrada en el informe de visitantes que l'ETNO realizará después de la inauguración de la exposición de referencia.

<sup>2</sup> Se han tomado como referentes los bloques de contenido de las encuestas realizadas por el Laboratorio Permanente de Públicos de Museos del Ministerio de Cultura y Deporte.

segregados de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales de España publicada en 2015 (EHPCE)<sup>3</sup>.

A la vista de los resultados se ha suscitado un nuevo interés: analizar los datos de la encuesta comparando las **características y comportamiento de los visitantes a la exposición permanente y a la muestra temporal**, ya que se observan diferencias interesantes respecto de las valoraciones a los servicios prestados y sobre todo respecto a las características sociodemográficas.

## 2.2.- Características

Periodo	Marzo a junio de 2018. Domingos <sup>4</sup>
Encuestadores	Miembros de Econcult: Sandy Guirardi, Omar Cervera y Maria Sendra
Encuesta	Compuesta por 38 preguntas.
Tamaño de la muestra	316 encuestas individuales
Metodología	Cuestionario de preguntas cumplimentado por el entrevistador. Preguntas realizadas al visitante a la salida de la exposición.
Universo	Visitantes al museo mayores de 18 años en visita libre e individual
Tipo de muestreo	Aleatorio.
Lugar de realización	Secciones de las exposiciones permanentes del museo y exposición temporal
Exposiciones abiertas durante el estudio.	Muestras permanentes: <i>Ciutat Viscuda</i> , <i>Horta-Marjal</i> y <i>Secà i Muntanya</i> ; Muestra temporal: <i>Valencia en blanco y negro III. El cabañal. Fotografías de la familia Vidal 1900 – 1991</i> <sup>5</sup>

Sin duda uno de los elementos que más han influido en los resultados del estudio ha sido la oferta expositiva del museo:

- La exposición permanente: organizada en tres secciones que muestran un espacio diferente del hábitat de la sociedad valenciana tradicional (la ciudad, la huerta y la montaña). Fruto de la distinta antigüedad de cada sección, los

**3** Datos segregados para la Comunidad Valenciana (Ariño, 2017) y para los visitantes de los museos antropológicos y etnológicos.

**4** Día de mayor afluencia semanal al museo.

**5** Dada la disposición de las salas permanente se optó por realizar las encuestas en los apartados de Ciutat y Secà-Muntanya. <http://www.museuvalenciaetnologia.es/ca/content/exposicions-permanents0>; <http://www.museuvalenciaetnologia.es/es/content/valencia-en-blanco-y-negro-iii-el-cabanal>

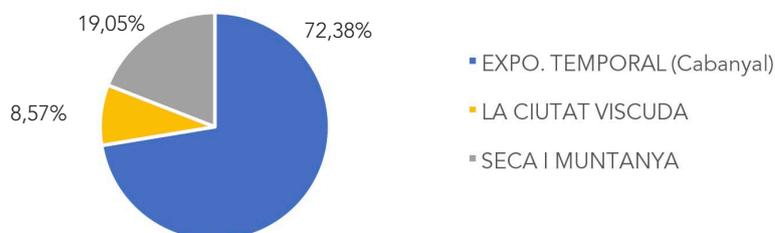
planteamientos museográficos son muy distintos entre cada una de ellas. Así, las secciones de horta-marjal y seca-montaña, más recientes, proponen una presentación simbólica y moderna de la cultura tradicional muy diferente a los museos de su tipología. Por su parte la sección de Ciutat, más antigua, se muestra desde un planteamiento museográfico más clásico y figurativo<sup>6</sup>.

- La exposición temporal: muestra dedicada al Cabanyal, un barrio marinero emblemático de la ciudad de València. La exposición presentaba, a través de fotografías, la historia del barrio desde finales del siglo XIX hasta los años 90 del siglo XX. Esta exposición tuvo un gran éxito de público y atrajo a un grupo de visitantes interesados en recordar y evocar vivencias en su lugar de residencia.

Nos encontramos ante una oferta expositiva basada, por un lado, en la evocación nostálgica de un lugar concreto (exposición fotográfica). Por otro lado, una aproximación más ecléctica y conceptual de los espacios tradicionales de los valencianos.

Esta doble oferta ha condicionado los resultados de la encuesta. La gran afluencia de público a una muestra tan popular como la del Cabanyal ha condicionado los resultados, ya que casi el 72% de los encuestados se ha entrevistado a la salida de esta exposición en detrimento de salas las permanentes. Por temor a generalizar y sabiendo que este tipo de exposiciones suele tener unas características muy concretas de visitantes, optamos por realizar un análisis concreto del público de cada exposición.

■ Lugar de las entrevistas



<sup>6</sup> Las aperturas de las secciones de la exposición permanente de l'ETNO se producen en un periodo de 7 años, desde la inauguración de la primera (Ciutat Viscuda, 2004) a las dos últimas (horta-marjal 2010 y Seca-Muntanya 2011). L'ETNO se encuentra en actualmente en fase de modificación-renovación de las tres secciones.

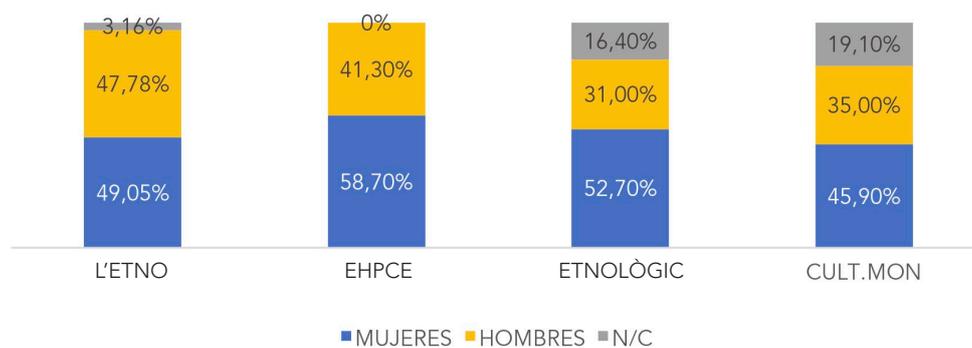


### 3.- Resultados

#### 3.1.- Características sociodemográficas.

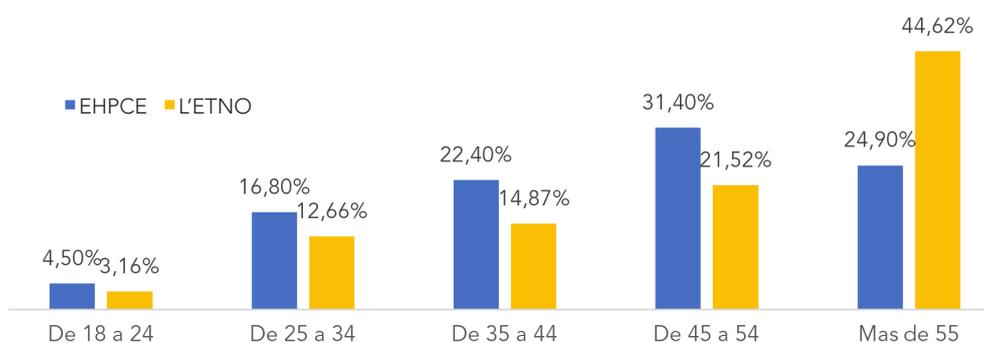
Las características de género y edad de los visitantes de L'ETNO no difieren de los rasgos generales de otros estudios. En todos es mayoritaria la presencia de mujeres, si bien en el caso de nuestro museo, la diferencia de géneros es menor que en los otros estudios. Las mujeres suponen el 49% y los hombres el 47%.

■ Género



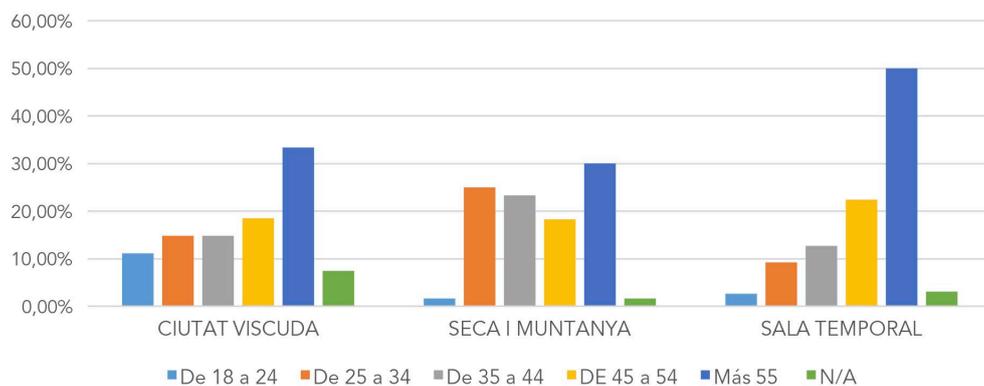
Respecto de la edad, la encuesta refleja cierta madurez de los visitantes. Las cohortes de gente más mayor tienen valores más altos: el 44% de los visitantes supera los 55 años y dos tercios superan los 45 años. Este envejecimiento tiene un comportamiento similar a los datos de la EHPCE y su aplicación a la Comunidad Valenciana, y evidencia el poco interés que tienen las instituciones ligadas a la cultura tradicional y antropología en personas con edades comprendidas entre los 18 y los 35 años. Sin embargo, en nuestro caso la tendencia al envejecimiento es mayor que en el trabajo citado.

■ L'ETNO / EHPCE. Edad comparada



La edad de las personas que asisten a la exposición temporal es muy elevada en comparación con la muestra permanente, lo que, dado su peso en el total de encuestas acentúa el envejecimiento de la población encuestada y hace mayoritaria la cohorte de visitantes mayores de 55 años.

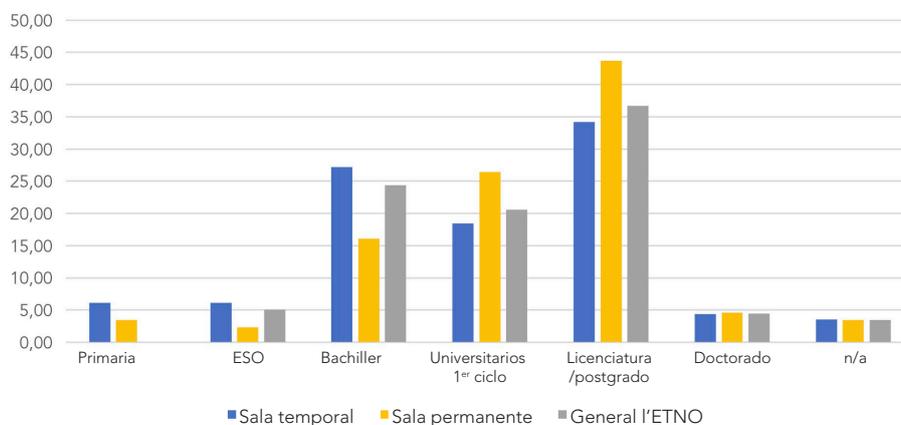
■ Edad por salas





Resulta interesante comprobar cómo nuestra exposición permanente, sobre todo la más moderna (Seca-Muntanya) interesa más a grupos de visitantes más jóvenes, dato que nos diferencia de la EHPCE y nos asemeja las cifras de los museos analizados por el Laboratorio de Públicos del Ministerio de Cultura. Asimismo, la media de edad también muestra diferencias significativas entre unas exposiciones y otras<sup>7</sup>.

#### ■ Estudios por salas



<sup>7</sup> Edad media general: 52 años / Edad media exposición temporal: 53 años / Edad media exposición permanente (Ciutat Viscuda y Seca-muntanya): 46 años. Museo del Traje-CIPE, pág. 20; MNAN, pág. 20.

La afluencia a la exposición temporal viene marcada por la nostalgia, la evocación, y el tipo de exposición (fotográfica), referente a un barrio muy significativo de la ciudad, lo que sin duda, la hace muy atractiva sobre todo para visitantes de edad avanzada.

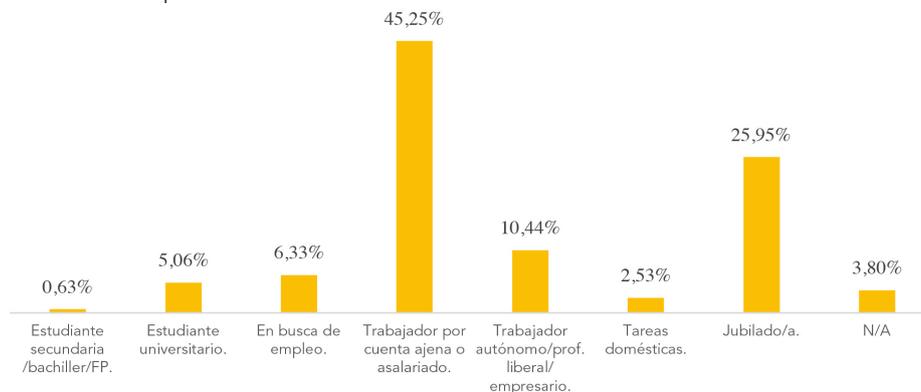
La encuesta muestra un elevado nivel de estudios por parte de los visitantes de l'ETNO: aproximadamente el 60% tiene estudios universitarios y el 25% tiene estudios secundarios. Por salas se comprueba un comportamiento diferenciado, de forma que se puede establecer cierta relación entre el tipo de muestra y el nivel de formación. La sala permanente presenta valores más altos en las cohortes de mayor formación. La exposición temporal presenta un comportamiento contrario, siendo más importante en enseñanzas primarias y secundarias. Se puede argumentar que la sala permanente requiere un mayor nivel formativo para su disfrute y que la sala temporal por su temática y diseño atrae a gente de mayor abanico formativo (alto y bajo), y no requiere un nivel tan alto de formación para su disfrute.

La reducida muestra tomada en la exposición permanente no nos permite ser concluyentes, pero podemos inferir que el **diseño** puede tener relación en el tipo de visitantes de cada exposición, ya que la exposición permanente con una propuesta más tecnológica, simbólica y moderna resulta del agrado de la población más joven y también más formada, a diferencia de la muestra temporal que tiene unos visitantes más mayores y con menor nivel formativo.

La situación socio profesional de los visitantes muestra altos porcentajes en trabajadores y jubilados, y escasos valores entre los estudiantes<sup>8</sup>. Este dato está en consonancia con el poco porcentaje de visitantes jóvenes que indicamos en el análisis de la edad. Aunque de forma global los estudiantes son poco numerosos, se observa cierta tendencia al alza en la medida que se aumenta el nivel de estudios. Es decir, nos visitan pocos estudiantes, y en su mayoría con niveles de formación altos. Estos datos coinciden con la edad, muy baja entre los visitantes menores de 18 años que, siempre en teoría, se encuentran estudiando en niveles preuniversitarios. Por el contrario, las cohortes más numerosas (personas con empleo o jubiladas) constituyen el grueso de los visitantes y probablemente son más mayores y con niveles más altos de formación.

<sup>8</sup> La condición de estudiante hace referencia a la dedicación principal, por lo que su visita no responde a un grupo organizado con carácter docente.

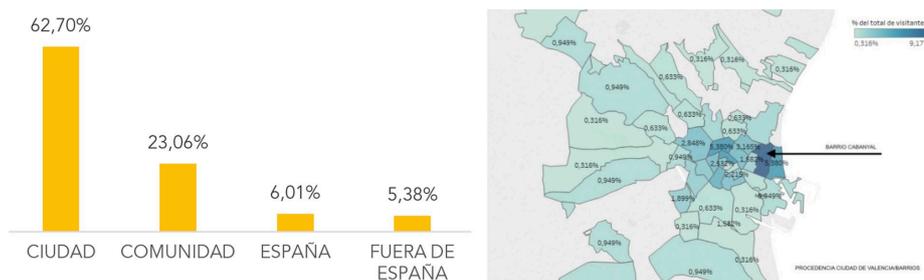
■ Situación socioprofesional



El comportamiento general de la gráfica es un poco diferente a respecto a la EHPCE, analizada por A. Ariño para la Comunidad Valenciana (Ariño, 2017. pág. 73). Los datos coinciden con el alto porcentaje de trabajadores, los escasos porcentajes de parados y de personal de tareas domésticas. Sin embargo, son dispares en relación con la cantidad de estudiantes que visitan los museos. El estudio de A. Ariño indica presencia de estudiantes por encima del 18%. En nuestro estudio, no supera el 6%. En primer lugar el trabajo del profesor Ariño se realiza sobre una desagregación de datos de visitantes a todo tipo de museos en la Comunidad Valenciana, incluyendo museos que pueden resultar más interesantes para los estudiantes que los museos de cultura tradicional. Además incluyen respuestas de estudiantes que pueden haber asistido a museos en visita educativa. En mi opinión, la falta de estudiantes en nuestro museo tiene que ver más con la edad que con la ocupación, y que desde este tipo de museos no somos capaces de ofrecer propuestas atractivas para jóvenes.

Casi todos los encuestados proceden de España, y son escasos los visitantes extranjeros. Destaca de forma muy notable la presencia de visitantes de la ciudad de Valencia, y en concreto del barrio del Cabanyal, tema de la exposición temporal.

■ Procedencia y barrios de la ciudad de València, donde se señala el barrio del Cabanyal.



Los datos de l'ETNO muestran una tendencia similar a los museos analizados en el Laboratorio de Públicos de Ministerio de Cultura con menor presencia de turistas (sobre todo en el Museo del Traje) y mucha presencia de residentes en España. Por el contrario, los museos de Barcelona muestran gráficas más compensadas. En ellas se observa un cierto equilibrio entre los turistas y los residentes en España, grupo mayoritariamente formado por residentes en la Ciudad Condal<sup>9</sup>.

### 3.2.- Condiciones de la visita

#### ■ Recurrencia



La mayoría de los visitantes al museo viene por primera vez, como en casi todos los estudios analizados. Sin embargo, se observa cierto nivel de recurrencia entre los visitantes, ya que el porcentaje de los visitantes del último año se sitúa alrededor del 30 %.

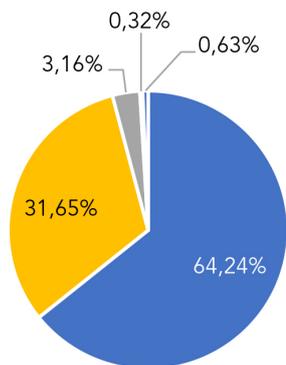
Este nivel de recurrencia coincide con los datos de accesibilidad al museo y sobre todo con el conocimiento del edificio (Centre la Beneficència). Como se observa en el gráfico siguiente, la mayoría de los visitantes no ha tenido ningún problema en acceder al edificio, aunque fuera su primera visita. Sin duda El Centre La Beneficencia por su trayectoria como espacio cultural goza de cierta notoriedad entre los ciudadanos de Valencia. Esta notoriedad, por contra, empaña la imagen de l'ETNO como espacio cultural diferenciado dentro del conjunto del edificio.

Los encuestadores nos indicaron que el visitante tenía dificultades a la hora de concretar el museo en el que se encontraba. Esta situación se produce porque l'ETNO comparte el edificio del Centre Cultural la Beneficencia, con el Museo de Prehistoria de Valencia y las exposiciones están contiguas. También porque el Centre

<sup>9</sup> Gesop (2017) pág 21; Museo del Traje-CIPE, pág. 23; MNAN, pág. 22.

Cultural es un espacio con una oferta cultural múltiple (sobre todo los domingos) y el visitante no es capaz de diferenciar qué servicio le ofrece cada actividad<sup>10</sup>.

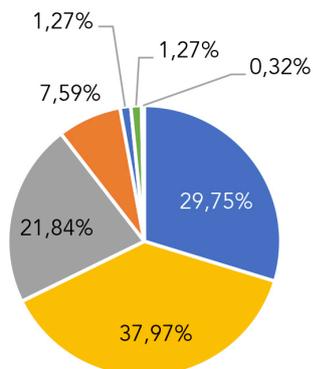
■ Accesibilidad



- No he tenido ningún problema de acceso, ya que había venido en anteriores ocasiones
- Aunque asistía por primera vez no he tenido problemas para acceder
- He tenido algunos problemas por la falta o escasez de indicaciones o señales para acceder
- He tenido problema para acceder porque la información de la que disponía no era la más adecuada
- N/A

Los visitantes suelen llegar en pareja, solos o en visita de grupo autorganizado. Pese a que el centro cultural ofrece un gran abanico de posibilidades para las familias con niños, los resultados de esta cohorte son insignificantes. La exposición temporal con los sesgos de edad (gente mayor) produce una ausencia de familias con niños y provoca un gran número de visitantes adultos, que acceden de tres formas: solos, en pareja o en grupo. Este elemento también refleja que al parecer los adultos en visita familiar suelen ir al edificio a consumir actividades para niños pero no entran a las salas en la misma proporción.

■ Con quién ha venido

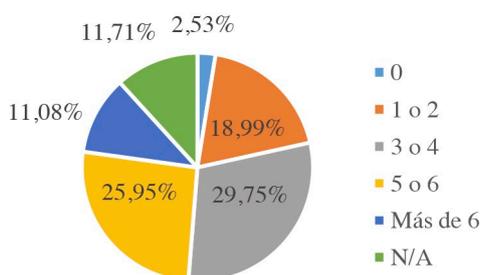


- Solo/a
- En pareja
- Con amigos
- Con familiares
- Con familiares incluyendo niños
- En un grupo
- N/A

<sup>10</sup> El Centre La Beneficència es un espacio de la Diputación de Valencia que alberga los museos de Prehistoria y Etnología y diferentes servicios culturales (Institució Alfons el Magnànim, SARC, Servicio de Promoción Cultural). Todos ellos programan actividades en el centro para público diverso. Asimismo las entidades privadas pueden organizar actos en las instalaciones con solicitud y autorización previa.

Aunque la entrada al museo durante los domingos es gratuita, se les preguntó a los visitantes qué precio estarían dispuestos a pagar después de visitar el museo. El 60% de los visitantes estarían dispuestos a pagar más dinero que el que se paga durante los días de entrada no gratuita (2 euros), lo que coincide con el escaso peso de visitantes que consideran que no se debería pagar.

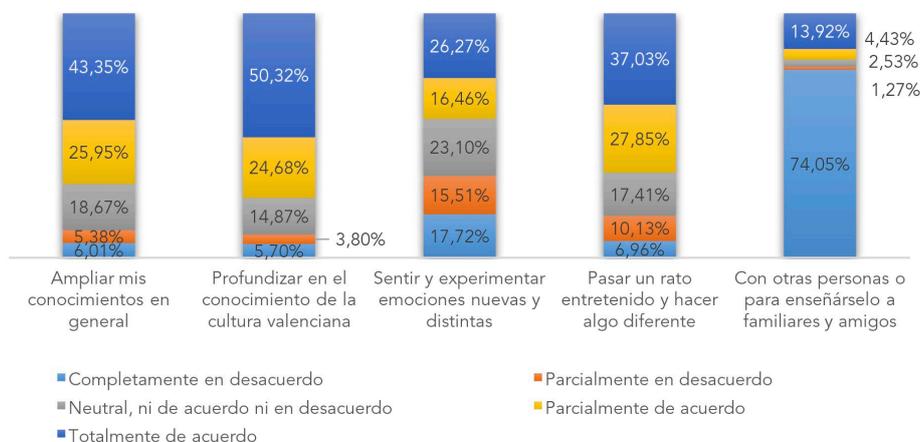
■ Precio de entrada (en euros)



Estos valores están relacionados, con la renta de las familias, con los altos niveles de satisfacción y con lo que indican la mayoría de los trabajos. El precio, si es moderado, no es una variable significativa que afecte la práctica de este tipo de actividades. Como indica Eidelman (Eidelman, 2014, pág. 59), el precio es significativo para aquel no asiste a los museos, aunque no es el impedimento básico. Por otro lado, los precios elevados pueden provocar la búsqueda de la gratuidad por parte de los visitantes, sobre todo si van en familia (Arrieta, 2015, pág. 194).

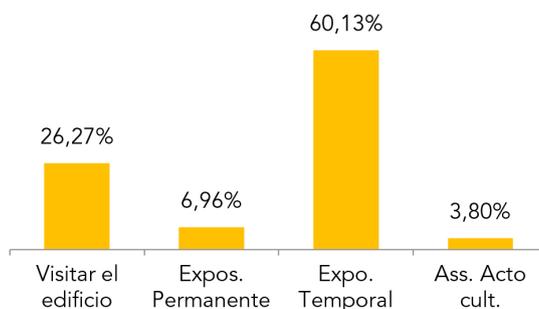
Siguiendo con la caracterización de la visita, a continuación, presentamos aspectos relacionados con las y expectativas y motivaciones de los visitantes. Las primeras se centran en aquello que el visitante espera obtener de la visita y está relacionado con su interés por las actividades culturales y por la imagen que se tiene del museo. Estas se pueden agrupar en 4 bloques: carácter social, carácter cognitivo, carácter emocional/sensitivo y el aspecto estético. El grado de cumplimiento de las mismas tendrá un reflejo en la satisfacción de los visitantes (Kotler, 2001, pág. 137). Como se puede observar en el gráfico, los visitantes valoran positivamente los aspectos relacionados con el aprendizaje (carácter cognitivo) y con "pasar un rato agradable" (carácter emocional) y valoran el aspecto social como una cuestión poco relevante.

### ■ Expectativas de la visita



El interés por la cultura valenciana, tema central del museo y de la muestra temporal se encuentra entre las expectativas mejor valoradas. Este dato coincide con las motivaciones de asistencia a l'ETNO<sup>11</sup>. Entre ellas aparecen como más valoradas la asistencia a la exposición temporal y la visita al edificio, dato que está relacionado con la importancia del Centro Cultural la Beneficència vista anteriormente.

### ■ Motivaciones para la visita



El estudio pretende saber cuál es el canal que usan los visitantes para conocer la oferta del museo. La encuesta proponía un nutrido grupo de canales de información de los que solo algunos presentan valores significativos. Con mucha diferencia el canal más utilizado es la información facilitada por familiares y amigos (boca-oreja), con un 32 % de los encuestados, al igual que en los museos analizados en

<sup>11</sup> Se consideran motivaciones aquello que produce que se vaya al museo en un momento concreto. Museo del Traje-CIPE pág. 26.

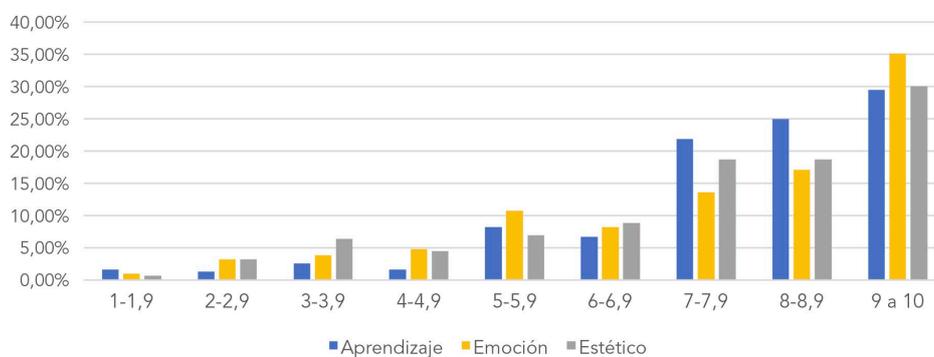
el Laboratorio de Públicos. A mucha distancia se encuentran la información de la web del museo y la información del Centro Cultural (ambas en torno al 10% de los encuestados). Los datos muestran algunas curiosidades: la casualidad (entorno al 8%) supera sorprendentemente a medios de información más habituales que no superan el 6% de uso (los newsletter, redes sociales, prensa, guías, radio y televisión). La tipología mayoritaria de público (gente mayor) puede explicar la falta de uso en canales concretos, no obstante, los datos nos deben hacer reflexionar sobre el coste-beneficio que tiene mantener ciertos canales abiertos, sobre todos aquellos relacionados con la presencia mediática y con la publicidad<sup>12</sup>.

### 3.3.- Satisfacción de los servicios prestados

A continuación, se muestran los datos de la satisfacción de los servicios prestados, centrándonos en el impacto de la visita (comparación con las expectativas), la satisfacción general y la recomendación de los visitantes respecto de la visita al museo.

Con carácter general, el **impacto** de la visita entre los asistentes es bueno. La mayoría de los ámbitos analizados (cognitivo, sensorial y emocional) obtienen buenas valoraciones. Se puede afirmar que las muestras cumplen en general con las funciones encomendadas y con las expectativas de los visitantes. Destaca sobre todo el ámbito relativo al aprendizaje, ya que en las franjas más altas acumula más valoración, lo que indica que la oferta de l'ETNO en el momento de la encuesta cumplía con el interés básico del público: aprender cosas nuevas.

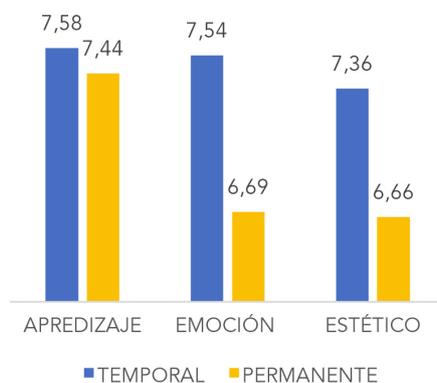
#### ■ Impacto general



<sup>12</sup> La información mediante familiares y amigos (boca-oreja) es el canal mas utilizado en el MNAN (62%) y en el Museo del Traje (36,5%), MNAN (pág.32); Museo de Traje (pág. 34). La casualidad (pasar por la puerta) es todavía mas significativa en los dos museos etnológicos de Barcelona, en donde se muestra como principal prescriptor por encima de la recomendación. GESOP (2017). pág. 43.

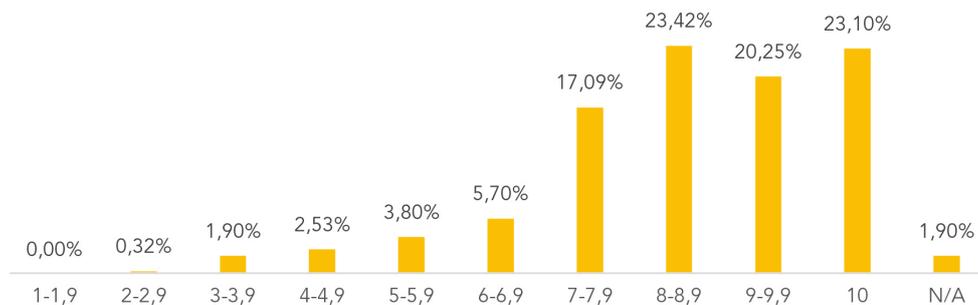
Por salas el comportamiento es un poco diferente. La gráfica muestra promedios de valoración por salas y por ámbitos analizados. Se observa un ligero incremento de los promedios en la sala temporal en los ámbitos emocional y estético. Al parecer estos visitantes están más predispuestos a dejarse influenciar por esta muestra tan singular. Por el contrario, se aprecia una sensible bajada de los promedios de la sala permanente en ámbitos estéticos y emocionales. La disposición de los objetos y el planteamiento más distante de esta exposición en relación con la exposición sobre el Cabanyal pueden influir en este aspecto.

■ Impacto por salas (promedio)

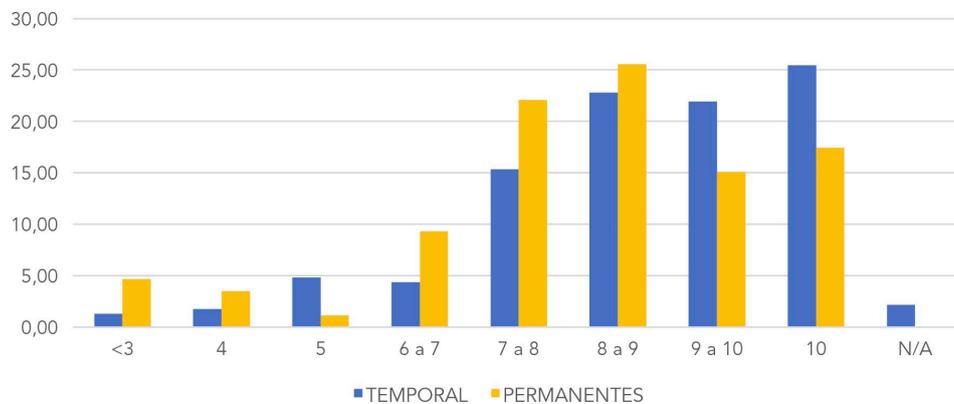


Como se observa en el gráfico siguiente, la visita se valora muy positivamente, con valores muy discretos en las notas bajas (por debajo de 6,9), y valores altos en las zonas altas de puntuación, aspecto que coincide con el cumplimiento general de expectativas.

■ Satisfacción total

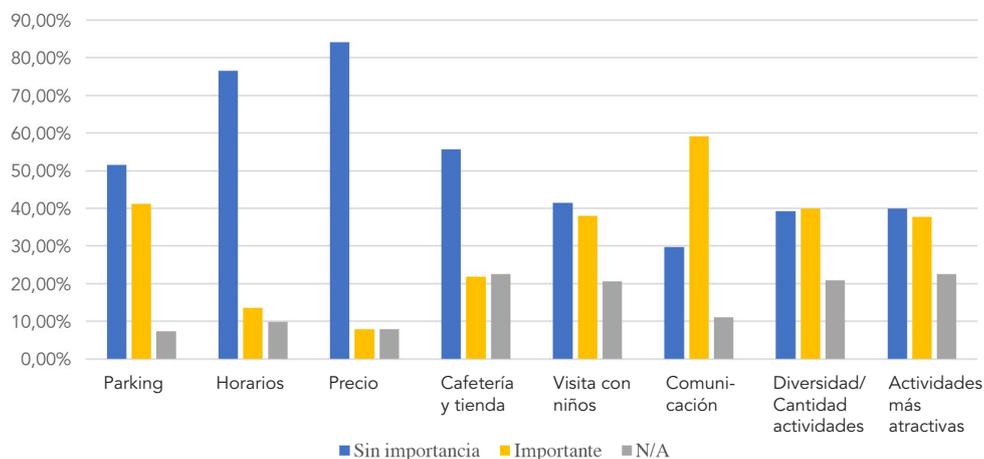


### Satisfacción por salas



Por salas, la exposición permanente muestra valores un poco más altos en tramas bajas de puntuación (aunque en todo caso son valores mínimos), y se comporta mejor entre el “bien” y el “notable”. La exposición temporal tiene una tendencia creciente que cristaliza en las zonas más altas de puntuación (9 a 10). Si comparamos de forma separada las tres exposiciones (muestra temporal, ciudad viscuda y secamuntaya), *Ciutat viscuda*, la más antigua de la exposición permanente, elaborada con planteamientos figurativos y recreaciones, satisface de forma notable a los visitantes, y es la mejor valorada de las tres. Le sigue la muestra temporal con una alta valoración en la puntuación máxima. En cualquier caso, el reducido número de encuestas realizadas en las salas permanentes (sobre todo en la exposición de Ciutat), no nos permite sacar datos concluyentes, que pudieran apoyar la idea de que los visitantes se decantan por propuestas más figurativas y explícitas (la

### Factores visita



muestra temporal y Ciutat) que por planteamientos más simbólicos y abstractos (seca-muntanya)<sup>13</sup>.

Respecto de los factores que favorecerían la visita<sup>14</sup>, el gráfico se puede agrupar en tres bloques. Aquellos con escasa incidencia (precio, horarios, cafetería/tienda). Un grupo de factores de valoraciones similares (parking, actividades para visitas con niños, aumento de la oferta y diversidad, así como actividades más atractivas). Por último, destaca el único valor con una alta influencia a juicio de los visitantes: más y mejor comunicación de actividades.

- El precio se muestra como un factor poco influyente, ya que la gente está a favor de pagar, incluso más de lo que se paga en la actualidad, por lo que una bajada de precios (o incluso la gratuidad) no produciría un aumento de visitas. De todos los estudios analizados, l'ETNO es el que menos importancia da al factor precio. Tanto en el Museo del Traje como el Museo Nacional de Antropología, el descenso del precio es el factor que más influiría en un aumento de visitantes. En una posición intermedia se encuentran los datos del trabajo realizado por Antoni Laporte (2018), en donde el precio se muestra como tercer elemento a la hora de favorecer la visita, por detrás de la falta de tiempo o la falta de interés pero por delante de otros como la información, la calidad de la oferta, etc.<sup>15</sup>.
- Una mejora en el horario tampoco influiría. En este caso hay que reconocer que el aumento de horarios tiene escaso margen de mejora, ya que el horario de visita es muy amplio<sup>16</sup>.
- La cafetería y la tienda tienen poca influencia. Al respecto se debe señalar que se considera de escasa importancia porque la mayoría de los encuestados no ha utilizado estos servicios.
- Hacer más fácil la visita con niños es un factor equilibrado. La mayoría de los encuestados no realiza la visita con niños, sin embargo, sus valoraciones no se oponen al fomento de este tipo de actuaciones para favorecer las visitas. No obstante, si sumamos el valor negativo (sin importancia) y los

**13** Si se agregan los porcentajes de las franjas de puntuación desde el 6 al 10, la Ciutat es la mejor valorada (92,59%) seguida de la muestra temporal (89,91%) y de Secà-Muntanya (88,33%)

**14** La pregunta proponía una serie de factores que podrían influir en el incremento de visitas que los encuestados debían valorar entre 4 respuestas: sin efecto, efecto mínimo, efecto perceptible y efecto considerable. El gráfico agrupa estos cuatro efectos en dos: "Sin importancia" e "importante".

**15** Museo del Traje pág 41. MNAN pág. 38, Laporte A. 2018 pág 65.

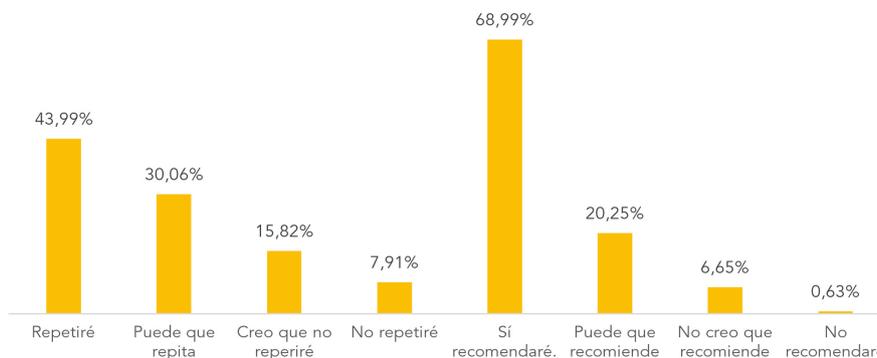
**16** El horario de visitas es de martes a domingo, de 10 a 20 horas.

- que no contestan (por no sentirse afectados por la situación propuesta), se observa una mayor relación con el tipo de visita general de la encuesta.
- El aparcamiento gratuito sería, por escaso margen, un elemento que no tendría importancia en un aumento de visitas. Resulta paradójico dada la dificultad para poder aparcarse cerca del edificio. El museo está ubicado en un lugar de la ciudad en donde el aparcamiento resulta imposible y donde quedan relativamente lejos lugares públicos en los que dejar el vehículo privado. El hecho de no considerar este elemento muy importante tiene que ver con la forma de acceder al museo. La mayoría de los visitantes llegan andando o en transporte público, con lo cual no consideran el aparcamiento un elemento importante. Esta cuestión está en consonancia con el Museo Nacional de Antropología en Madrid, lugar con grandes dificultades para aparcarse el vehículo en el que los encuestados le dan poca importancia al parking público<sup>17</sup>.
  - Los factores relacionados con la oferta de actividades también se muestran equilibrados en términos de influencia sobre un aumento de visitas.
  - El elemento que más influencia tendría sobre un aumento de las visitas sería la mejora de la comunicación, dato que coincide con los datos del Museo del Traje-CIPE y el Museo Nacional de Antropología-MNAN (por detrás del precio). El hecho de que el canal informativo más utilizado por los encuestados no esté regularizado -debido a que la gente se informa por el sistema de recomendación (boca-oreja), produce una demanda de sistemas estandarizados de comunicación. Respecto de l'ETNO, este dato nos indica que, aunque desde el museo se han incrementado en cantidad y diversidad los canales de información al visitante, todavía hay margen de mejora.

Para finalizar se indican datos referentes a la recomendación de la visita y la probabilidad de repetición de esta. La mayoría de los encuestados está dispuesta a recomendar y a repetir la visita. No obstante, uno y otro tienen un comportamiento sensiblemente distinto: la posibilidad de repetir es inferior a la intención de recomendar. Al parecer la experiencia, aunque muy recomendable, no es capaz de fidelizar al público en la misma medida.

**17** MNAN. pág 38

#### ■ Recomendación de la visita y la probabilidad de repetición



#### 4. Conclusión

Las exposiciones ofrecidas por l'ETNO durante el periodo del trabajo de campo han condicionado de forma notable los resultados del estudio. Como hemos indicado con anterioridad, la oferta de una exposición temporal muy singular (El Cabanyal) junto a unas muestras permanentes necesitadas de una renovación-remodelación nos impiden tener una valoración adecuada de las características de nuestros visitantes. Esto nos ha invitado a diferenciar los datos por exposiciones, lo que ha generado un nuevo interés de investigación: el tipo de exposición (el tema y su tratamiento museográfico) en relación con las características del público y su satisfacción.

Por todo ello, se hace necesario realizar una segunda oleada de encuestas que nos permita tener una visión general más acertada del público general y nos permita incluir estos nuevos elementos.

El peso de la exposición temporal en la encuesta caracteriza el tipo de visitantes. El público de l'ETNO tiene las mismas características que los otros museos analizados, aunque en nuestro caso ciertos factores se muestran de forma más acentuada:

- Los visitantes son personas que superan los 50 años, como los demás estudios, pero debido al peso de la muestra temporal en la encuesta, con cohortes de edad más avanzada, nuestros visitantes son sensiblemente más mayores. Si comparamos solo los datos de la muestra permanente (con gente menos mayor), el panorama es más parecido a los museos de nuestro ámbito. En cualquier caso, este dato debe cotejarse con una muestra mayor. Como todos los museos, l'ETNO debe potenciar actividades que susciten el interés entre gente joven, ya que el público es insignificante en estas edades.
- La edad tiene una relación directa con la ocupación. Como en los demás estudios, l'ETNO es visitado por personas ocupadas o jubiladas, con escasa presencia de estudiantes (y por tanto jóvenes).

- La formación responde al tipo habitual de visitantes de museos (y de actividades culturales en general): altos niveles de formación. Si bien la sala temporal muestra unos niveles menos elevados de formación que la sala permanente. Este dato, junto a la edad, abunda en la idea de analizar de forma más detallada la influencia de las exposiciones en el tipo de visitante, para comprobar si el diseño puede influir en la edad y en la formación.
- De forma mayoritaria, los visitantes son de la ciudad de Valencia, con muy poca presencia de turistas. Es obvio que la muestra temporal repercute en la procedencia de los visitantes que se han sentido atraídos por una exposición relativa a su barrio. Este dato puede empañar la falta de turistas en la muestra. No obstante, esta cuestión refuerza una situación de partida caracterizada por la falta de turistas en l'ETNO y en el Centre la Beneficencia.

Los visitantes vienen en su mayoría por primera vez, aunque muchos de ellos nos han visitado en el último año. Asimismo, no tienen impedimento para acceder al edificio lo que demuestra que el Centre la Beneficencia goza de cierta notoriedad. El público conoce el centro como espacio de ocio, ya que es un espacio de multiactividad, sobre todo los fines de semana. La situación es diferente respecto de l'ETNO, que sigue teniendo dificultades para mostrarse como un servicio diferenciado. Los datos nos indican (aspecto que comentaron los propios encuestadores) que el edificio se observa como un conjunto en el que no se distinguen bien los museos que lo habitan (Museo de Prehistoria de Valencia -MUPREVA- y l'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia).

Un dato que refuerza esta situación es con quién se realiza la visita. Como en otros museos, el público de las exposiciones llega solo o en pareja, y no muestra interés por recibir actividades para niños. Esto nos indica que el público familiar que disfruta de la zona de juegos y de las actividades para niños del edificio no entra en las salas. Por ello es necesario elaborar un programa que invite a las familias a entrar en las exposiciones y que estas ofrezcan propuestas atractivas para el público infantil.

Los visitantes vienen con la intención de aprender cosas, lo que resulta coherente para un museo de historia en donde prevalece la transmisión de conocimientos por encima de otros aspectos como lo emocional/sensorial o social. La motivación principal es la visita a la muestra temporal y la visita al edificio.

Los prescriptores utilizados para asistir al Museo no responden, como hemos mencionado, a sistemas más o menos estandarizados, ya que se usa de forma mayoritaria la recomendación personal.

De todo ello podemos concluir que: a) los visitantes tienen más presente el edificio que los museos que lo ocupan y relacionan exposición/actividad con edificio, sin detectar claramente qué servicio elabora cada exposición o actividad; b) el conocimiento del centro facilita el acceso al museo, y no al revés como sería coherente; c) la motivación de la visita surge de una actividad (exposición concreta o de la visita al centro la Beneficencia) no de la atracción del museo; d) la información del museo llega al visitante por recomendación y no del seguimiento de la comunicación del Museo.

Todo ello abunda en una situación que viene siendo analizada en los últimos años desde el museo y desde el Centre la Beneficencia: la notoriedad y relación del centro cultural con los servicios que lo habitan y lo que el centro cultural “empaña” la imagen de l’ETNO. En mi opinión, es difícil sustraerse de la notoriedad del Centre La Beneficencia. El uso generalizado de sus instalaciones por parte del público valenciano (+/- 130.000 visitantes en el 2018), la gran cantidad y tipología de actos potencian la imagen del edificio por encima de sus servicios. Para contrarrestar esta situación, existen diversas posibilidades de actuación que en todo caso pasan por aprovechar las sinergias que los dos ámbitos generan entre sí. El centro es conocido y eso contribuye a que el público visite el museo, con un número de visitas homologable a los museos de su tipología, por lo que minimizar su importancia puede reducir el número de visitas a nuestras exposiciones. Por el contrario, se hace necesario propiciar cambios para mejorar la identificación del museo y reducir el perceptible anonimato en términos de marca. Entre las soluciones, se pueden acentuar los elementos que permitan marcar la autoría de la oferta que presta cada servicio dentro del edificio, poner en marcha actuaciones muy singulares y significativas, y que estas se muestren a la ciudadanía con una autoría clara.

Respecto de los factores que mejoraría la visita, el más destacado es la mejora en la comunicación de las actividades del museo, aspecto que se produce también en los demás museos analizados. En principio podemos interpretar esta respuesta como obvia: si al visitante le resulta agradable aquello que ve ha visto, lo normal es que demande más información, sobre todo si el visitante no presenta necesidades muy concretas (precio, asistencia con niños) o no usa determinados servicios (bar-cafetería o tienda).

No obstante, muchas ocasiones esta respuesta tiene que ver con la marca y conocimiento del museo, y con el esfuerzo del visitante por obtener información respecto de sus servicios. L’ETNO no es un museo muy conocido en la ciudad de Valencia (como cualquier otro de su género) por lo que el público en general

(el de primera visita, mayoritario) viene atraído por un evento concreto que le han sugerido, no por un trabajo de búsqueda de información de sus programas (consultas en web, redes, seguimiento en medios, o suscripciones a newsletters). Por tanto, una vez realizada la visita, si es satisfactoria, el visitante muestra interés en recibir información sobre la oferta del museo ligándola a un posible incremento de visitas. Podemos argumentar que el ciclo recomendación-visita(satisfactoria)-demanda de información, se produce porque el museo no se conoce, y por tanto no se busca información previa sobre él. Solo cuando ya se conoce, el público se interesa sobre la comunicación de sus actividades. Nos permitimos aventurar que este ciclo no se produce con un museo conocido, ya que su marca de por sí genera atención e interés, lo que produce un mayor seguimiento de su comunicación. Para contrarrestar esta situación, l'ETNO debería generar una amplia campaña de medios que incrementaran su grado de conocimiento general (atraer interés), lo que provocaría un mayor seguimiento de sus canales de información.

El público del museo está satisfecho con los servicios prestados, por ello está dispuesto a recomendar y repetir la visita, aunque en diferente proporción. Al parecer es más probable que recomiende que repita. Entre las actuaciones que el museo podría generar al respecto esta en vincular las actividades que se visitan con las actividades futuras, de forma que el visitante puede obtener información para preparar una futura visita al museo.

Los resultados del estudio nos indican que el museo debe potenciar los aspectos relacionados con la imagen de marca y la notoriedad, estrategias que además de un aumento y mejora de los sistemas de comunicación, implican la realización de una oferta expositiva singular que permita identificar el museo en el panorama museológico de la ciudad.

El estudio también indica que es necesario realizar una segunda oleada de encuestas que nos permitan afinar mejor estos aspectos y nos permitan comprobar los impactos en los visitantes de los planteamientos museográficos de cada exposición. Este aspecto se podrá comprobar en un futuro próximo, momento en el que el museo dispondrá de una nueva exposición de referencia.

## 5. Bibliografía

- ARIÑO, A.; LLOPIS, R. (2017): *Prácticas culturales en la Comunidad Valenciana*. Valencia. Direcció General de Cultura i Patrimoni. Conselleria d'Educació, Investigació, Cultura i Esport.
- ARRIETA, I. (ed) (2015): *La sociedad ante los museos. Públicos, usuarios y comunidades locales*. Bilbao. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

- EIDELMAN, J.; ROUSTAN, M.; GOLDSTEIN, B. (eds.) (2014): *El museo y sus públicos. El visitante tiene la palabra*. Barcelona. Ariel.
- GESOP, Gabinet d'Estudis Socials i Opinió Pública, S. L. (2017): *Museus de Barcelona: explotació estadística de les dades de visitants de 2016. Informe de resultats*. Barcelona., Institut de Cultura de Barcelona. Ajuntament de Barcelona. Disponible en : <http://observatoripublics.icrpc.cat/cat/recursos/museus-de-barcelona-explotacio-estadistica-de-les-dades-de-visitants-de-2017.html>
- HOOPER-GREENHILL, E. (1999). *Los museos y sus visitantes*. Gijón: Trea.
- KOTLER, N; KOTLER, P. (2001): *Estrategias y Marketing de Museos*. Barcelona. Ed Ariel Patrimonio Histórico.
- LABORATORIO PERMANENTE DE PÚBLICOS DE MUSEOS (2010): *Conociendo a nuestros visitantes. Estudio de público en museos del Ministerio de Cultura. Resumen ejecutivo*. Madrid. Laboratorio Permanente de Públicos de museos. Secretaría General Técnica. Centro de Publicaciones. Ministerio de Cultura. Disponible en: <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/detalle.action?cod=14143C>
- LABORATORIO PERMANENTE DE PÚBLICOS DE MUSEOS (2011): *Conociendo a nuestros visitantes. Museo del Traje. CIPE*. Madrid. Laboratorio Permanente de Públicos de museos. Secretaría General Técnica. Centro de Publicaciones. Ministerio de Cultura. Disponible en: <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/detalle.action?cod=14180C>
- LABORATORIO PERMANENTE DE PÚBLICOS DE MUSEOS (2011): *Conociendo a nuestros visitantes. Museo Nacional de Antropología. MNAN*. Madrid. Laboratorio Permanente de Públicos de museos. Secretaría General Técnica. Centro de Publicaciones. Ministerio de Cultura. Disponible en: <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/detalle.action?cod=14175C>
- LAPORTE, A.; ULLED, X.: (2018): *Enquesta de participació cultural a Catalunya 2017. EPCC-2017 Resultats relatius a les pràctiques culturals dels catalans: museus i altres centres expositius*. Girona. Observatori dels Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya. Institut Català de Recerca del Patrimoni Cultural. Disponible en: <http://observatoripublics.icrpc.cat/cat/projectes/enquesta-de-participacio-cultural-a-catalunya-2017-museus-i-altres-centres-expositius.html>
- LAPORTE, A.; ULLED, X.(2016): *Model de recompte dels visitants dels museus i equipaments patrimonials a Catalunya*. Observatori dels Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya. Institut Català de Recerca del Patrimoni Cultural. Disponible en: <http://observatoripublics.icrpc.cat/files/model-i-glossari-recompte-de-visitants-oppcc.pdf>
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2015): *Encuesta de hábitos y practicas culturales en España (2014-2015)*. Subdirección General de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Septiembre 2015. Disponible en: <http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:ad12b73a-57c7-406c-9147-117f39a594a3/encuesta-de-habitos-y-practicas-culturales-2014-2015.pdf>. El trabajo de segregación de algunos datos se realizó por Econcult Área de Investigación en Economía de la Cultura y Turismo de la Universitat de Valencia.
- PEREZ, E (1998): *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón. Ed Trea.
- URGELL, F (2014): *Manual de estudios de públicos de museos*. Gijón. Ed Trea

### Webs

- Culturabase:<http://estadisticas.mecd.gob.es/CulturaDynPx/culturabase/index.htm?type=pcaxis&path=/t9/p9/a1a2014-2015/c02/&file=pcaxis.-> Consultado: 27/12/2018
- Encuesta de hábitos y prácticas culturales de España:  
<http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:ad12b73a-57c7-406c-9147-117f39a594a3/encuesta-de-habitos-y-practicas-culturales-2014-2015.pdf>. Consultado: 27/12/2018
- CANO, R, (2016): EXPECTATIVAS SOBRE LA VISITA AL MUSEO. [https://www.researchgate.net/publication/324436000\\_EXPECTATIVAS\\_SOBRE\\_LA\\_VISITA\\_AL\\_MUSEO](https://www.researchgate.net/publication/324436000_EXPECTATIVAS_SOBRE_LA_VISITA_AL_MUSEO). Consultado: 02/01/2019
- EveMuseografía. Innovación museos exposiciones: Museos y gestión: necesidades y motivaciones de los visitantes. <https://evemuseografia.com/2016/10/17/museos-y-gestion-necesidades-y-motivaciones-de-los-visitantes/>. Consultado: 02/01/2019

# HABITADO *VERSUS* DESHABITADO

---

**ESTHER DE FRUTOS**

*Museo del Prado*

## HABITADO VERSUS DESHABITADO.

Esther de Frutos González

Museo del Prado.

Repasando las distintas categorías de habitantes del museo, la autora plantea estrategias de mejora para la "habitabilidad" del museo. Igualmente, el artículo reflexiona sobre aspectos importantes de la visita al museo en particular referencia al Museo del Prado: la virtual (que no habita), la masificada, la que no se puede conseguir y que provoca la sensación de fracaso del museo (los deshabita).

Palabras clave: *habitantes museo, Museo del Prado, visitantes.*

## INHABITED VERSUS UNINHABITED.

Esther de Frutos González

Prado Museum.

Reviewing the different categories of museum inhabitants, the author proposes strategies for improving the "habitability" of the museum. The article also reflects on important aspects of the museum visit, with particular reference to the Prado Museum: the virtual (non-inhabited), the overcrowded, the unobtainable, and the one that provokes the sensation of failure of the museum (uninhabited).

Keywords: *museum inhabitants, Prado Museum, visitors.*

## HABITÉ/DÉSHABITÉ.

Esther de Frutos González

Musée du Prado.

En reconsidérant les différentes catégories d'habitants du musée, l'auteure propose des stratégies d'amélioration pour « l'habitabilité » du musée. L'article réfléchit également sur les points importants de la visite au musée, en faisant référence notamment au musée du Prado : la visite virtuelle (qui n'habite pas), la visite de masse, celle qui ne peut pas aboutir et provoque la sensation d'échec du musée (les désertant).

Mots-clés : *habitants musée, musée du Prado, visiteurs.*



# HABITADO *VERSUS* DESHABITADO

**ESTHER DE FRUTOS**

*Museo del Prado*

Cuando se nos presentó la posibilidad de participar en este encuentro, lo primero que llamó nuestra atención fue el sugerente título que nos hizo **reflexionar** sobre conceptos que todos tenemos en mente y que queremos poner sobre la mesa para **ser conscientes** de nuestra situación frente al presente y al futuro del Museo. Iniciaremos nuestro recorrido planteando la definición de lo que podemos entender por habitar y por museo, para continuar preguntándonos quiénes habitan el museo y si es habitable; por qué o para qué habitar el museo y, finalmente, cómo hacer habitable el museo, si es posible....

## Definición de habitar y de museo

### Definición de habitar

Debemos de partir de la importancia que el verbo habitar tiene para el ser humano, tanto que ha sido y sigue siendo objeto de estudio y reflexión por muchos autores. Toda esa línea filosófica arquitectónica, principalmente, no va a ser objeto de nuestros comentarios. Vamos a quedarnos con algunos aspectos fundamentales de este verbo que nos ayudan a plantearnos la función del museo. Tomando varias definiciones, las palabras comunes son:

- Vivir, morar, ocupar una persona una casa o un lugar;
- Vivir una persona en un lugar de forma habitual;
- Morar, vivir habitualmente en un lugar determinado.

Habitar proviene del latín. Se origina en el verbo *habito*, indica una acción que se repite, pero además puede señalar acción durativa o habitual que se prolonga más de lo común.

En ese sentido, se habla del lugar que tenemos; si estamos de paso o de visita, no lo habitamos; a diferencia de la morada donde estamos todo el tiempo, la cual habitamos, así pues, el término guarda interpretaciones de índole filosófica, las cuales ya han sido retomadas incluso por algunos arquitectos.

Nos encontramos con una definición que describe un verbo activo, implica un lugar físico y su acción es duradera en el tiempo.

### Definición de museo

Desde la creación del ICOM en 1946, la definición de museo del ICOM ha ido evolucionando para reflejar los profundos cambios en la sociedad y las realidades de la comunidad museística internacional.

Según los Estatutos del ICOM, aprobados por la 22ª Asamblea General en Viena (Austria) el 24 de agosto de 2007, *"un museo es una **institución** sin fines lucrativos, **permanente**, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, **abierto al público**, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo"*. Esta definición es un referente para la comunidad museística internacional.

Tras la Conferencia General del ICOM de 2016 en Milán, se organizó un nuevo Comité Permanente para estudiar y perfeccionar dicha definición. Este Comité sobre la Definición de Museo, Perspectivas y Posibilidades (MDPP, 2017-2019), tiene como objetivo ofrecer una perspectiva crítica sobre la definición actual dentro de un marco internacional común. Propiciando un amplio diálogo entre los miembros del ICOM y el trabajo de expertos provenientes de todo el mundo, el Comité aborda las tendencias ambiguas, y a veces contradictorias, en la sociedad, así como las nuevas circunstancias, obligaciones y oportunidades para los museos actuales.

El Comité realizará una definición revisada de museo a los órganos de gobierno del ICOM durante la **Conferencia General de 2019 en Kioto**. Esta nueva definición dará lugar a plantearse el museo desde diversas perspectivas.

De hecho, en estas mismas Jornadas se trata este tema intentando tratar el concepto de Museo desde otros ámbitos ajenos al museo, como la Universidad, los Centros Culturales, las Galerías de Artes, etc. Entendemos que es muy importante valorar y tener en cuenta lo que los demás opinan de los museos, pero no debemos olvidar que la definición de lo que es un Museo debería de partir de los especialistas museólogos y conservadores de los propios Museos. Es una labor de reflexión, que se lleva haciendo desde el origen de la propia institución. Definir lo que es un Museo, sus funciones y sus objetivos, es algo que está en la hoja de ruta de cualquiera de los profesionales que se dedican a este campo, y está en nuestro propio ADN el conservar las colecciones en las mejores condiciones posibles, investigarlas y darlas a conocer a la sociedad, que es para la que trabajamos.

El museo se define como una institución, permanente en el tiempo, abierta al público, con un espacio expositivo y con una colección de muy diversa naturaleza.

### ¿Quién habita el museo?

Cuando los profesionales de museos nos planteamos responder esta pregunta pensamos en primer lugar en las **colecciones**, pero, como hemos visto, al no estar vivas no podemos considerarlas habitantes del museo.

Por otra parte, si no hay colecciones no hay museo, y la labor de las personas que habitan o pueden habitar el museo está centrada en el cuidado, conservación, conocimiento, exposición, difusión y disfrute de estas colecciones.

Planteamos que los habitantes fundamentales del museo, si los hubiera, serían las colecciones que en gran medida influyen en el resto de las acciones de la institución, sin tener en cuenta su naturaleza, etc. Estas colecciones pueden estar formadas por objetos materiales o inmateriales, pueden formar parte de la colección permanente del museo o estar temporalmente en él. También las colecciones pueden tener objetos reales o virtuales según la naturaleza de las propias colecciones.

¿Y las personas que habitan el museo? si en la definición se habla de permanencia, de una acción reiterada...es fácil entonces concluir que los habitantes del

museo son las personas que trabajan en el Museo, desde el director hasta los conservadores, vigilantes, limpiadores, electricistas, etc... porque estas personas pasan un tiempo importante de sus vidas en el Museo ¿Pero lo habitan?

Pasamos a plantearnos el papel de los visitantes, que permanecen en el museo un tiempo determinado, con unos objetivos específicos, personales en cada caso. Parece claro que no habitan el Museo ¿o sí?

Ambos grupos realizan una estancia presencial **real** en el museo, ocupan un espacio físico... ¿Y los visitantes e investigadores que acceden a las colecciones y por tanto al museo a través de las Nuevas Tecnologías?... ¿Son habitantes del museo?... desde una postura purista, no.

Partiendo de estas dudas, nos preguntamos: ¿Qué es entonces habitar un Museo? ¿Se puede habitar un Museo? ¿Para qué habitar un Museo?

### **¿Por qué o para qué habitar el museo?**

Para poder responder a estas preguntas contamos con un **marco legal** que avala nuestro interés por hacer habitable el Museo. Por una parte tenemos el amplio marco legal de la Constitución de 1978 en su artículo 46; el conocido Preámbulo de la Ley 16/1985 del Patrimonio Histórico Español y su articulado, junto con su Real Decreto 620/1987 de desarrollo.

### **Constitución Española de 1978**

Artículo 46

“Los poderes públicos garantizarán la conservación y promoverán el enriquecimiento del patrimonio histórico, cultural y artístico de los pueblos de España y de los bienes que lo integran, cualquiera que sea su régimen jurídico y su titularidad. La ley penal sancionará los atentados contra este patrimonio”.

### **Preámbulo de la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español.**

En consecuencia, y como **objetivo último, la Ley no busca sino el acceso a los bienes que constituyen nuestro Patrimonio Histórico**. Todas las medidas de protección y fomento que la Ley establece sólo cobran sentido si, al final, conducen a que un número cada vez mayor de ciudadanos pueda contemplar y disfrutar las obras que son herencia de la capacidad colectiva de un pueblo. Porque en un Estado democrático estos bienes deben estar adecuadamente

puestos al servicio de la colectividad en el convencimiento de que con su disfrute se facilita el acceso a la cultura, y que ésta, en definitiva, es camino seguro hacia la libertad de los pueblos.

## TITULO VII

### **Del Patrimonio Documental y Bibliográfico y de los Archivos, Bibliotecas y Museos**

#### CAPITULO II

#### **De los Archivos, Bibliotecas y Museos**

##### **Artículo 59**

**“3.** Son Museos las instituciones de carácter permanente que adquieren, conservan, investigan, comunican y exhiben para fines de estudio, educación y contemplación conjuntos y colecciones de valor histórico, artístico, científico y técnico o de cualquier otra naturaleza cultural.”

#### **Real Decreto 620/1987, de 10 de abril, por el que se aprueba el Reglamento de Museos de Titularidad Estatal y del Sistema Español de Museos.**

##### **Artículo 1. Definición de Museos.**

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 59.3, de la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español, son Museos “las Instituciones de carácter permanente que adquieren, conservan, investigan, comunican y exhiben, para fines de estudio, educación y contemplación, conjuntos y colecciones de valor histórico, artístico, científico y técnico o de cualquier otra naturaleza cultural”.

##### **Artículo 2. Funciones.**

Son funciones de los Museos:

- a) La conservación, catalogación, restauración y exhibición ordenada de las colecciones.
- b) La investigación en el ámbito de sus colecciones o de su especialidad.
- c) La organización periódica de exposiciones científicas y divulgativas acordes con la naturaleza del Museo.
- d) La elaboración y publicación de catálogos y monografías de sus fondos.
- e) El desarrollo de una actividad didáctica respecto a sus contenidos.

f) Cualquier otra función que en sus normas estatutarias o por disposición legal o reglamentaria se les encomiende.

**El Museo es una institución**, que puede ser un lugar físico o no, que contiene colecciones que pueden ser materiales o inmateriales que pertenecen a unas personas que tienen algo en común con ellas.

Esta es la clave que hace que los museos sean habitables: participar de lo que conservan, cuidan y exhiben. Lo que el museo muestra es de TODOS, es parte de nosotros desde muy diferentes puntos de vista y perspectivas. Los objetos permanecen y las personas no son siempre las mismas. A veces, los objetos cuentan cosas diferentes según la sociedad, la época, la filosofía etc., pero las personas las hacen suyas, las viven. Se transmiten sentimientos, sensaciones, dudas, alguna certeza. **La colección contenida en un museo es un lugar físico pero su proyección actual permite disfrutar de ella sin fronteras físicas.**

Los objetos están hechos y pertenecen a otras personas, muchas veces representan cosas muy alejadas de nuestra realidad, pero las hacemos nuestras, pasan a formar parte de nuestra memoria colectiva, de lo que somos, de lo que nos define, de las cosas que nos gustaría tener a nuestro alrededor en algún momento.

### **¿Cómo hacer habitable el museo?**

Seguramente los profesionales de los museos tenemos infinidad de ideas y de proyectos para intentar hacer habitable el museo y promover que todas las personas lo hagan suyo.

Haremos una reflexión sobre las cosas que podrían facilitar el disfrute y el conocimiento de un museo. Vamos a proponerles un listado de cosas, siendo consciente que ustedes tendrán muchas más propuestas y mejores, pero volvemos a plantearnos el Museo desde dentro, desde la institución; hay que abrirse a esos habitantes que no conocen el Museo y que queremos que lo habiten, conocerlos, saber lo que buscan, lo que quieren, hacerles partícipes activos para habitar el museo. Es importante aceptar las propuestas de todos y es un camino iniciado que iremos continuando.

Las tareas que se hacen abarcan campos muy diferentes dentro de las funciones del Museo: Intentamos, ya desde fuera del Museo, atraer la atención del público con carteles e información, facilitamos los accesos con una arquitectura accesible, siempre y cuando nuestros edificios patrimoniales nos lo permitan.

Muchos de nuestros Museos, sobre todo los de nueva creación y los que han vivido rehabilitaciones o ampliaciones, cuentan con espacios de acogida de público y de grupos.

También se ofrecen dentro y fuera del Museo espacios de descanso, para evitar la famosa fatiga del visitante de museos.

Hacemos planos, folletos, Audioguías, Audiodescripciones, que faciliten al público la visita individual. Algunos también ofrecen itinerarios guiados o visitas teatralizadas.

Últimamente casi todos los museos cuentan con servicios de cafetería y de tienda, que hacen más agradable la visita y permite llevarte un recuerdo.

No podemos olvidar los espacios dedicados a la realización de actividades destinados a muy diferentes tipos de público, desde los escolares, entre semana, a los familiares, de los fines de semana, adultos, jóvenes, mayores de 65 años, con talleres, performance, dinámicas, encuentros, lecturas, cursos, etc.

Muchos de los Museos también tienen un auditorio que permite ofrecer al público una variada oferta cultural relacionada con sus colecciones o sus exposiciones temporales y a veces son el foro donde otras instituciones o colectivos pueden desarrollar sus actividades. En los auditorios se puede disfrutar de conferencias, conciertos, teatro, cine, danza, etc.

Sin olvidar la labor de difusión que se realiza a través del sistema que más nos define que es la exposición de los objetos o en su caso de las ideas o conceptos. Estas exposiciones pueden ser permanentes, contando con la propia colección del Museo, o temporales con un desarrollo limitado en el tiempo y pudiendo contar con piezas ajenas a la propia colección.

Y se hace una especial labor desde los diferentes Departamentos, Áreas, Gabinetes, Servicios de Educación que dedican todos sus esfuerzos en facilitar el acceso cognitivo y físico al visitante a través de una oferta amplia que intenta abarcar todo tipo de público, con propuestas atractivas que no se quedan en la propia materia del Museo sino que dan visiones transversales y enriquecedoras de las colecciones incluyendo diversas perspectivas.

Utilizando variadas metodologías y actividades intentan llegar a público escolar y docente, público general, infantil, familiar y jóvenes, público universitario y especializado o público con capacidades diversas, sin olvidar, en los últimos años, atender a las demandas del público virtual que quiere conocer y participar de actividades a través de la Web.

Todos estos visitantes habitan el museo por un tiempo determinado físicamente. Lo que nos gustaría es que esa visita se tradujera en más visitas, en **fidelizar al visitante**. En que no sólo viniera a ver las obras, sino que participara de la vida del museo realizando actividades, asistiendo a conferencias y conciertos, y dando un paso más colaborando en la propia programación del museo en muchos casos.

A veces se nos olvida que las personas que trabajamos en museo también formamos parte de estos visitantes, de la sociedad a la que pertenecemos, que no estamos por encima de ellos mostrándoles la verdad, el conocimiento o el camino a seguir.

El visitante debe ser un ser autónomo e independiente con su propia formación, vivencias y expectativas. Las obras por sí mismas pueden entrar en comunicación con el individuo y pasar a tener un significado para él, pero otras veces hay que buscar herramientas para conseguir esta comunicación (exposiciones, artículos, catálogos, actividades, etc).

Todos en algún momento tenemos necesidad de que nos expliquen las cosas para entenderlas mejor o de otras maneras después se procesarán y pasarán a formar parte de nuestra historia, de nuestras vivencias.

Debemos apuntar que, por deformación, la **educación** nos parece una de las herramientas más útiles para hacer esta labor de mostrar, informar, compartir, disfrutar, conocer, etc.

Por todo ello queremos un visitante libre, autónomo, descubridor, sensible, participativo, curioso, inquieto, etc.

Vamos a dar algunas cifras, que corresponden a los visitantes reales del Museo Nacional del Prado en los últimos años, según datos del Área de Atención al Visitante:

<b>Visitantes 2016</b>	<b>3.033.754</b>
<b>Visitantes 2017</b>	<b>2.824.404</b>
<b>Visitantes 2018 (septiembre)</b>	<b>2.170.059</b>

Cabría preguntarse si todos estos visitantes reales se han sentido habitantes del Museo.

### Y los que no habitan el museo

Y qué pasa con los visitantes virtuales, los visitantes online, los que conocen la colección a través de exposiciones itinerantes ¿habitan el museo?

Tomando como referencia las actividades y los datos del Museo del Prado comentamos los siguientes casos.

-Exposiciones didácticas fuera del Museo, como el proyecto *El Prado en las calles*:

2011	Santo Domingo (República Dominicana)
2015	Tegucigalpa (Honduras), Guatemala (Guatemala), San Salvador (El Salvador)
2016	La Habana (Cuba), Managua (Nicaragua), Panamá (Panamá), San José (Costa Rica), La Paz (Bolivia), Lima (Perú), Malabo y Bata (Guinea Ecuatorial)
2017	Asunción (Paraguay), Manila (Filipinas)
2018	Bogotá, Medellín (Colombia)

-Exposiciones didácticas por toda España: *El Prado en Vegadeo; Los objetos hablan; Arte y Mito, El Prado en las calles de España, De Gira*, entre otras.

Físicamente no son habitantes de Museo pero todos ellos son potenciales visitantes, y hay que tenerles en cuenta.

Otros datos de interés para valorar la importancia de este fenómeno nos lo dan las cifras de las visitas a la **Web** del Museo del Prado que ascienden de enero a octubre de 2018 a más de 5 millones.

En el ámbito de las Redes sociales, en Facebook a octubre de 2018 se tenían 959.676 seguidores, en Twitter a octubre de 2018, 1.228.288.

Sobre los contenidos online del Museo en otras plataformas, como Instagram (en octubre de 2018 tiene 340.282 suscritos), o YouTube (canal que se abrió en marzo de 2007), han habido 5.493.135 visualizaciones hasta la fecha citada.

Según nuestros datos, los usuarios de la web del museo persiguen dos objetivos fundamentalmente:

1.- Información sobre la institución, sobre todo con el objetivo de preparar la visita, conocer accesos, precios de entradas, horarios u obras maestras.

Podemos suponer que estos visitantes de la web son visitantes potenciales que algún día habitarán el museo, pues revelan un interés por él.

2.- El segundo grupo de internautas son aquellos que están lejos del museo, o les es imposible acceder a él, y navegan por la colección, realizan actividades, como cursos, o escuchan conferencias, participan en juegos, se inscriben en los boletines, dan su opinión en las redes sociales, etc.

Si nos planteamos que en una actividad presencial y puntual, como puede ser una conferencia en el Auditorio, se puede contar con una asistencia media de 350 personas y que esa misma actividad subida a la red social en solo una semana asciende a 1500 visualizaciones, y que este contenido queda para el aprovechamiento de la ciudadanía casi eternamente, nos deberíamos preguntar o al menos replantearnos dónde hay que centrar nuestros esfuerzos y nuestros recursos, tanto personales como materiales.

Se abre ante nosotros un campo de posibilidades que en estos momentos puede darnos vértigo, pero antes o después tendremos que afrontarlo como irrenunciable y útil.

Así pues, volvemos a plantearnos, si todos estos usuarios de las llamadas *Nuevas tecnologías* ¿habitan el Museo?, ¿participan de él? ¿lo consideran suyo y parte de su vida?

## **Conclusiones**

Esperamos haber aportado más preguntas que respuestas, quizá cada uno deberá buscar las suyas. Pero hay cosas que nos preocupan si queremos seguir trabajando en este campo.

Recientemente, los directores de algunos de los grandes museos se reunieron con el objetivo de poner en común sus experiencias. Entre los problemas que afloraron destacó la masificación, que en el caso del Museo Nacional del Prado nos afecta.

Hay que reconocer que venimos de un museo donde este tema es muy importante, pero si nos paramos a pensar la mayoría de los museos tienen el problema de llenar el museo, de que el museo forme parte de la sociedad a la que pertenece. En cualquier caso, tanto la masificación como la falta de visitantes

ponen en riesgo las colecciones de los museos desde el punto de vista de su conservación y el de su interés. Aspectos ambos de gran importancia:

La **conservación** es fundamental para el museo, pero el **interés de la sociedad**, del ciudadano, por el museo, es vital ¿puede existir un museo deshabitado? Sí, todos conocemos tristes casos de museos cerrados que hacen una labor impecable en conservación e investigación, pero le falta completar sus funciones de difundir y dar a conocer la colección a la sociedad.

Otros aspectos que nos preocupan son el análisis del fenómeno del turismo de masas, a veces turismo cultural, para saber cuál debería ser el papel del Museo, o fomentar la participación de la sociedad, no sólo cómo visitante, sino como elemento activo del museo en campos como el patrocinio o el voluntariado.

El papel de la educación como base en el desarrollo de la conciencia de *ciudadano*, en el amplio sentido de la palabra, así como su compromiso con la Cultura y el Patrimonio es fundamental para poder seguir progresando en este camino.

¿Existe el museo deshabitado?

Cómo profesional de museos nuestra apreciación es que el museo puede existir deshabitado, puede estar deshabitado por problemas económicos, sociales, políticos, pero no podemos olvidar los nuevos museos virtuales, lo que nos llevará a replantear grandes cuestiones.

**En conclusión, si el museo no es habitado, si no forma parte de la sociedad, si no participa de ella, en una doble dirección no cumple todas sus funciones, no es plenamente un MUSEO**

EN BUSCA DEL BARRIO PERDIDO.  
REACTIVANDO LAZOS CON LAS  
ENTIDADES LOCALES DESDE EL  
MUSEU DE PREHISTÒRIA DE VALÈNCIA

---

**TONO VIZCAÍNO ESTEVAN**

*Museu de Prehistòria de València*

## EN BUSCA DEL BARRIO PERDIDO. REACTIVANDO LAZOS CON LAS ENTIDADES LOCALES DESDE EL MUSEU DE PREHISTÒRIA DE VALÈNCIA.

Tono Vizcaino Estevan

Museu de Prehistòria de València.

Inspirándose en los cambios de paradigma y enfoque impulsados por movimientos como la Museología o corrientes como la Arqueología Pública, el Museu de Prehistòria de València ha puesto en marcha un proyecto de investigación-acción con el objetivo de identificar el posicionamiento del museo con respecto a la red de relaciones de las entidades del barrio en el que se localiza, para, a partir de esos datos, poner en marcha una serie de actividades para mejorar esa posición.

Palabras clave: *Museu de Prehistòria de València, barrio, red de relaciones.*

## IN SEARCH OF THE LOST NEIGHBOURHOOD. REACTIVATING LINKS WITH LOCAL ENTITIES FROM THE MUSEU DE PREHISTÒRIA DE VALÈNCIA.

Tono Vizcaino Estevan

Museu de Prehistòria de València [Museum of Prehistory of Valencia].

Inspired by the changes in paradigm and approach promoted by movements such as Museology or currents such as Public Archaeology, the Museu de Prehistòria de València has launched an action-research project with the aim of identifying the positioning of the museum with respect to the network of relations of the entities of the neighbourhood in which it is located, in order to, based on these data, implement a series of activities to improve that position.

Keywords: *Museu de Prehistòria de València, neighbourhood, network of relations.*

## À LA RECHERCHE DU QUARTIER PERDU. RÉACTIVATION DES LIENS AVEC LES COLLECTIVITÉS LOCALES PAR LE BIAIS DU MUSEU DE PREHISTÒRIA DE VALÈNCIA.

Tono Vizcaino Estevan

Museu de Prehistòria de Valencia [Musée de Préhistoire de Valence].

En s'inspirant des changements de paradigme et d'approche encouragés par des mouvements comme la muséologie ou des courants comme l'Archéologie publique, le musée de Préhistoire de Valence a lancé un projet de recherche-action afin d'identifier la place du musée dans le réseau de relations des acteurs du quartier où il se trouve, afin d'entreprendre, à partir de ces données, une série d'activités visant à améliorer cette position.

Mots-clés : *Museu de Prehistòria de València, quartier, réseau de relations.*



# EN BUSCA DEL BARRIO PERDIDO. REACTIVANDO LAZOS CON LAS ENTIDADES LOCALES DESDE EL MUSEU DE PREHISTÒRIA DE VALÈNCIA

**TONO VIZCAÍNO ESTEVAN**

*Museu de Prehistòria de València*

## Introducción

El Museu de Prehistòria es una institució dependiente de la Diputació de València que se dedica a la conservació, estudio y difusión del patrimonio arqueológico de la provincia de València. Su origen está vinculado a la creación en 1927 del Servicio de Investigación Prehistórica (SIP) de la misma diputación, que desde sus inicios fue una entidad pionera en la investigación arqueológica española por la modernidad de sus planteamientos científicos (Bonet *et al.* 2006).

El hecho de que la andadura de este organismo investigador fuese complementada con un pequeño museo, pone de manifiesto la voluntad de hacer partícipe a la sociedad valenciana –o al menos a una parte de esta– de los descubrimientos y nuevos conocimientos sobre el pasado regional. Esa voluntad ha sido una constante a lo largo de sus más de 90 años de vida, y hoy en día puede afirmarse que es una prioridad llevada a buen puerto gracias a la colaboración y reciprocidad entre el área de investigación y la de difusión del museo.

En este sentido, el museo tiene una programación regular de actividades dirigidas a público infantil, joven y adulto, complementada con acciones puntuales que tienen lugar tanto dentro como fuera del museo. Su proyección territorial, por tanto, se da a una doble escala: por un lado provincial, pues impulsa proyectos de investigación y difusión en una serie de yacimientos y museos locales de la

provincia de València; y por otro lado local, pues es en la capital donde tiene su sede y donde, en consecuencia, ofrece mayores posibilidades de acceso.

Es sobre esta realidad inmediata sobre la que hemos decidido poner en marcha un proyecto<sup>1</sup> con el propósito de conocer y mejorar el nivel de imbricación social del museo. En concreto, hemos querido trabajar a nivel de barrio, buscando detectar la relación que existe entre el museo y las entidades locales, pues partimos de la consideración de que es en el entorno inmediato donde la presencia de un museo puede generar un mayor impacto -en términos positivos, pero tampoco deben obviarse los efectos secundarios- y, por tanto, donde la institución debe mostrar una mayor sensibilidad.

### Una convicción como punto de partida

Entender por qué un museo de arqueología decide poner en marcha un proyecto de implicación con el barrio requiere, en primer lugar, de un ejercicio de reflexión teórica. En efecto, el proyecto parte de la convicción de que los museos deben ser centros comprometidos con el entorno en el que se insertan y actuar en consecuencia, esto es, como espacios de transformación social. Esta manera de concebir los museos se sustenta en una serie de posicionamientos sobre la teoría y la praxis de distintos ámbitos profesionales vinculados a la actividad museística, en especial la propia museología, pero también la antropología, la arqueología y las nuevas tendencias de la administración pública.

Desde el punto de vista museístico, el proyecto bebe directamente de la Nueva Museología, una corriente que en los años 70 desestructuró la concepción clásica del museo y apostó por un cambio de paradigma en el que eran los visitantes y no los objetos los verdaderos protagonistas (Arrieta 2008). Este cambio de perspectiva abrió las puertas a conceptos fundamentales como la democracia cultural, el sentido de comunidad e implicación con el territorio y la necesidad de construir espacios para el diálogo con los agentes implicados.

La Antropología, por su parte, es crucial para abordar el patrimonio desde una perspectiva dinámica. En particular, los estudios críticos del patrimonio han

<sup>1</sup> El proyecto se ha gestado en el marco de una beca del Área de Cultura de la Diputación de València desarrollada en el Museu de Prehistòria durante 2017 y 2018. Desde aquí quiero mostrar mi agradecimiento a todo el personal del museo y, en particular, a los compañeros y compañeras de la Unitat de Difusió Didàctica i Exposicions por el apoyo y la implicación mostradas desde el primer momento.

puesto en entredicho la noción tradicional de patrimonio como algo heredado, neutral y revestido de una pátina edulcorada, para defender la idea del patrimonio como proceso, no exento de paradojas, a través del cual se dota de valores y significados del presente a elementos materiales e inmateriales del pasado (Prats 1997). Una de las consecuencias de esta desacralización patrimonial ha sido la sustitución del discurso autorizado (Smith 2006) por la pluralidad de miradas, y la defensa de la sociedad civil como un agente activo en los procesos de patrimonialización.

Asimismo, tratándose de un museo arqueológico no puede dejarse de lado la influencia de una corriente como la Arqueología Pública (Merriman 2004), que desde los años 90 está defendiendo la necesidad de analizar la compleja red de relaciones que se teje entre la sociedad del presente y la materialidad del pasado (Hamilakis 2009). Esto supone resituar el foco de atención hacia las implicaciones sociopolíticas que el patrimonio arqueológico y los discursos que se construyen a su alrededor tienen tanto sobre el presente como sobre la imagen construida del pasado.

Finalmente, en el ámbito de la administración pública se ha apostado en los últimos años por nuevas formas de gobernanza menos jerárquicas, que pretenden sustituir el tradicional modelo “top-down” por otro de tipo “bottom-up”, mediante fórmulas de participación y colaboración ciudadana. Abordar la administración pública desde presupuestos más abiertos y plurales debería hacerse extensible al conjunto de instituciones vinculadas, incluyendo las de carácter cultural (Rius-Ulldemolins y Rubio 2016). No obstante, el escaso recorrido de estos planteamientos en el caso español limita el impacto real de las propuestas.

En cualquier caso, y más allá de las trayectorias desiguales, las corrientes señaladas evidencian una tendencia global hacia un mayor compromiso con el entorno inmediato, especialmente desde lo público. Es en esta inercia en la que se encuadra nuestro proyecto.

### **El planteamiento del proyecto**

El proyecto se propone un objetivo principal: identificar el lugar que ocupa el Museu de Prehistòria en la red de relaciones de las entidades del barrio y, a partir de ahí, promover una serie de iniciativas para mejorar esa posición. Es decir, es



Fig. 1. Área delimitada para el estudio, con indicación de los barrios que abarca y situación del Museu de Prehistòria (Fuente: elaboración propia).

un proyecto de investigación-acción que consta de una fase de diagnóstico y otra de carácter propositivo.

La propuesta se aplica a un área de estudio específica, el barrio. Utilizamos aquí el concepto de barrio como genérico, pero lo cierto es que delimitamos una zona más o menos amplia que engloba distintos barrios o partes de los barrios que colindan con el museo (Fig. 1). Así, además del Carme, que constituye *stricto sensu* el barrio del museo, hemos considerado oportuno incluir parte del Botànic, Campanar, Tendetes, Marxalenes i Morvedre, tomando al museo como epicentro.

Todos estos barrios comparten la proximidad al museo, pero tienen una serie de particularidades que conviene señalar de manera sucinta para entender, de partida, las mayores o menores posibilidades de conexión con la institución. Aquí entran en juego distintas variables. En primer lugar la territorial, pues el área delimitada está surcada por el antiguo cauce del río Tàrrida, que puede funcionar

como frontera física y simbólica y, por tanto, constituir un obstáculo importante para integrar al museo en el mapa mental de los barrios del norte. En segundo lugar están las variables sociodemográficas, ya que hablamos de barrios con diferentes niveles de densidad demográfica, con pirámides poblaciones variables, con porcentajes de población inmigrante desiguales y con niveles de estudios también diferentes<sup>2</sup>. Considerando que el perfil más habitual de visitante de espacios patrimoniales y museos arqueológicos en el Estado español es el de adulto con estudios superiores (Azuar 2013), las posibilidades de atraer a los vecinos y vecinas de cada uno de estos barrios varían de manera significativa, ajustándose más al perfil del Carme y Botànic.

En tercer y último lugar, está la variable de los equipamientos municipales. Una revisión de la información proporcionada por el Ajuntament de València pone de manifiesto cómo en materia de cultura, juventud y servicios sociales existen grandes desigualdades entre los barrios, con casos bien dotados (Carme) frente a otros con servicios mínimos (Botànic, Tendetes). Todavía más, si consideramos la dispersión de los museos en la zona, independientemente de su titularidad y temática, contrasta el "exceso" de oferta del Carme-Ciutat Vella, motivado por su condición de casco histórico, frente a las carencias de los barrios ubicados en el margen norte del río.

A estas diferencias entre barrios habría que añadir las propias diferencias entre las entidades que constituyen el objeto de estudio, que pueden pertenecer al ámbito público, al privado o a la sociedad civil. Esto supone contemplar una cierta diversidad de entidades (asociaciones, instituciones, fundaciones, federaciones, sociedades, gremios, etc.), así como de ámbitos de actuación (cultura, educación, deportes, servicios sociales, etc.).

### La metodología de trabajo

Partiendo de los objetivos marcados y de la escasa información previa con la que contábamos para el caso concreto del Museu de Prehistòria, nos propusimos, en primer lugar, realizar un mapeo de las entidades del barrio utilizando como herramienta básica el servicio cartográfico en línea de Google (Fig. 2). Para ello

<sup>2</sup> Información estadística disponible en <https://www.valencia.es/ayuntamiento/estadistica.nsf> (última consulta 12/11/2018).

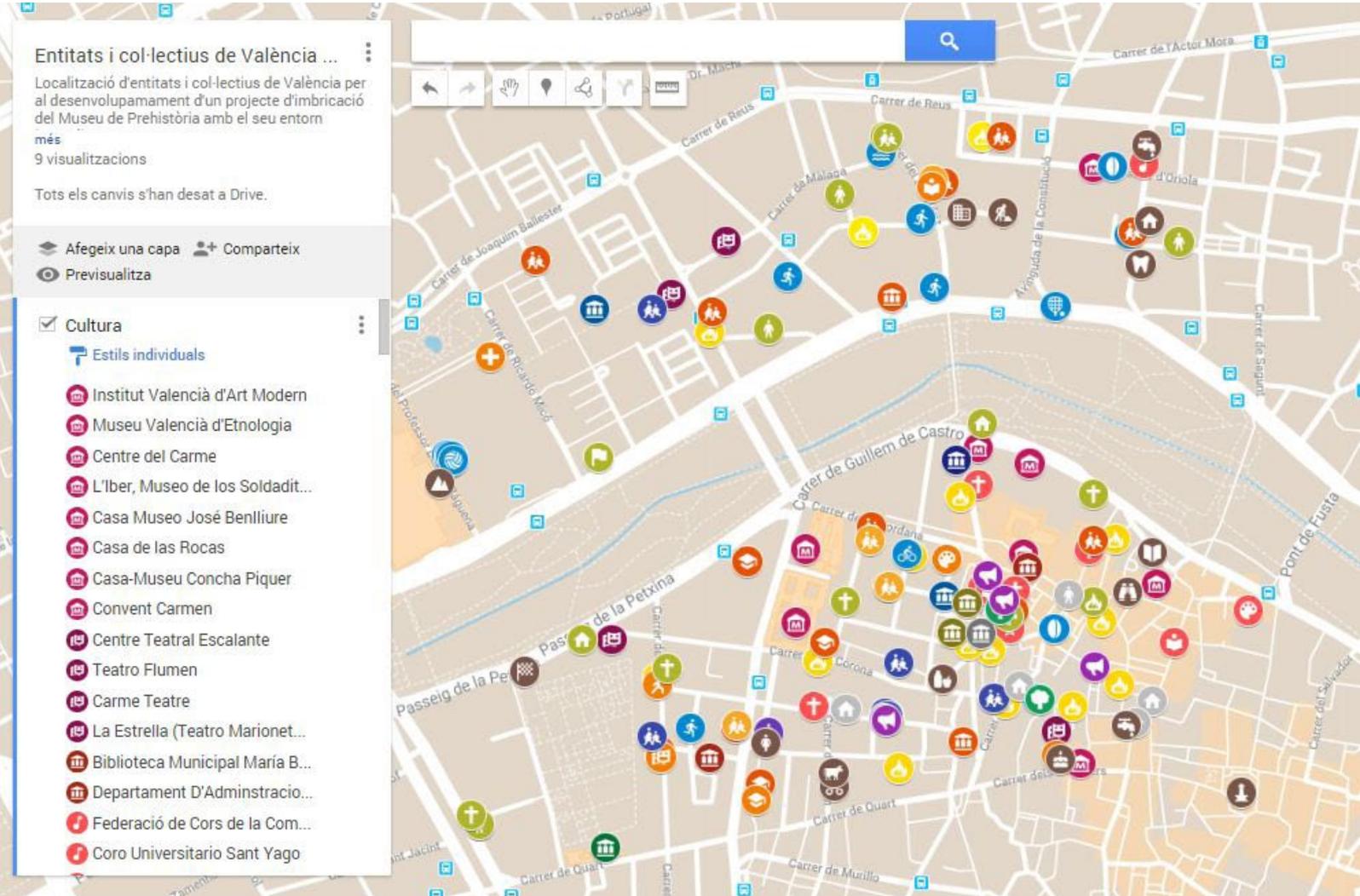


Fig. 2. Captura del mapa con la distribución y clasificación de las entidades del barrio (Fuente: elaboración propia).

recorrimos al servicio de Infocitad del Ajuntament de València, en el que se ofrece un directorio detallado de las instituciones y colectivos de la ciudad. Dado que no toda la información disponible está actualizada, recurrimos a fuentes complementarias, como motores de búsqueda online, observación directa del espacio urbano y referencias de otras personas y entidades que, a través del método de la "bola de nieve", nos permitieron hacer crecer la muestra hasta identificar, con fecha de enero de 2018, un total de 143 entidades, excluyendo aquellas instituciones culturales con las que el Museu de Prehistòria ya mantiene una relación oficial. Del total, la mayoría de entidades están vinculadas al ámbito cultural (25%), al educativo (19%) y a los servicios sociales (16%), seguidas en número por las de carácter deportivo (13%) y profesional (11%) y, en menor medida, por entidades de mayores (5%), juveniles (5%), vecinales (3%), medio ambiente (2%) y de mujeres (1%).

A partir de esta radiografía, establecimos un primer contacto por correo electrónico en el que exponíamos el proyecto y sus objetivos, y adjuntábamos

un cuestionario online a rellenar por los responsables de las distintas entidades. Este cuestionario nos iba a permitir conocer la percepción que estas tenían de su grado de relación con el museo y con el entorno.

El cuestionario consta de tres partes: una primera destinada a calibrar la intensidad de la relación con el museo (de más a menos: conocimiento, recepción de información, asistencia a actividades y realización de proyectos conjuntos); una segunda dirigida a los futuros posibles, es decir, si más allá de la existencia o no de relaciones previas hay una voluntad de colaboración futura; y una tercera dedicada a recabar datos más específicos sobre cada entidad para completar la base de datos, herramienta fundamental para el desarrollo del proyecto.

Después de un margen de dos meses, durante los cuales establecimos contacto telefónico con buena parte de las entidades de la muestra, en marzo de 2018 habíamos recopilado un total de 50 cuestionarios, un poco más de una tercera parte del total. Una muestra representativa no solo en términos absolutos, sino también desde el punto de vista de la distribución territorial y temática.

El procesamiento de los datos derivados de la encuesta y su posterior análisis mediante software específico (Excel para la base de datos y UCINET para el análisis reticular), nos ha permitido generar un primer diagnóstico de las redes locales y la posición del museo en ellas.

### **El diagnóstico**

El análisis se ha planteado a dos niveles: de un lado un análisis global para conocer las preexistencias, esto es, las redes que ya existen entre las entidades del barrio que contestan el cuestionario; y de otro lado un análisis egocentrado, tomando como referencia el Museu de Prehistòria.

En cuanto al primero (Fig. 3), resulta interesante recalcar que las entidades con un entramado de relaciones más consolidado son las asociaciones falleras, pues mantienen un vínculo estable entre ellas y con otros colectivos e instituciones del barrio. También algunos centros educativos destacan por su carácter activo. En el ámbito museístico, los datos obtenidos señalan al IVAM y al Centre del Carme como instituciones con una mayor implicación local. En el lugar opuesto encontraríamos a las asociaciones deportivas, las cuales, a juzgar



ámbitos estarían dispuestas a realizar alguna acción conjunta. Ahora bien, conviene señalar que una cuarta parte (24%) de la muestra no saben de qué manera podría materializarse esa colaboración. Este punto es importante, pues evidencia las dificultades que se perciben desde fuera a la hora de interactuar con un museo –y en particular con un museo arqueológico- más allá de lo establecido, y explicaría, por ejemplo, la práctica unanimidad de las asociaciones deportivas en su negativa a trabajar con un museo cuya temática, *a priori*, puede resultar diametralmente opuesta a su campo de interés.

De manera global, los resultados del análisis inciden en la posición periférica que ocupa el Museu de Prehistòria en el entramado de relaciones del barrio. Su presencia es sobre todo referencial, pues la mayoría saben de su existencia, pero más allá del conocimiento y de la asistencia puntual a alguna actividad, sus interacciones con lo inmediato parecen ser de baja intensidad.

### Las primeras acciones

Con toda esta información sobre la mesa, en la primavera de 2018 decidimos arrancar algunas iniciativas que a día de hoy están en proceso de desarrollo. La primera de ellas fue con Fet de Vidre, un centro especial de empleo que trabaja por la inserción laboral de personas con diversidad funcional a través de la artesanía del vidrio. Aquí se generó una dinámica sencilla pero muy interesante a raíz de una primera visita a la sede del centro, durante la cual una de las trabajadoras manifestó su interés por los íberos. De hecho, en el centro habían iniciado una línea específica de piezas inspiradas en la iconografía de esta cultura antigua. Esa motivación sirvió como gancho para que viniesen al museo a descubrir la colección de materiales ibéricos, acompañados de una especialista en la materia. Además, les ofrecimos material y asesoramiento para enriquecer esa producción específica. Poco tiempo después fuimos nosotros, el equipo de la Unitat de Difusió, Didàctica i Exposicions, quienes nos desplazamos al taller de Fet de Vidre con el propósito de conocer su trabajo y hablar de futuras colaboraciones.

Con una dinámica distinta, otra de las iniciativas tuvo como lugar de referencia al Centre Municipal de Joventut "Portal Nou" (CMJ) de Ciutat Vella. En este caso, nuestra propuesta de colaboración coincidió en el tiempo con el arranque de una nueva política del centro municipal de abrirse más hacia el barrio, por lo que ya

de partida había una convergencia de intereses. El CMJ organizó varias reuniones con distintas entidades del barrio –museos y asociaciones principalmente- en las que tuvimos ocasión de participar. De ellas surgió un equipo de trabajo para pensar fórmulas de colaboración con miras a revitalizar el entramado de entidades del Carme. Asimismo, se organizó un fructífero grupo de discusión sobre los retos que, desde la perspectiva de cada institución, percibimos a la hora de conectar con los públicos más jóvenes, cuyos resultados servirían de información para el Plan de Juventud 2019-2022 desarrollado por el Ajuntament de València.

También organizamos una jornada formativa con la Associació Professional de Guies Turístics (Aproguia). La aplicación de estudios de públicos en algunas actividades del museo ha evidenciado el creciente peso de los visitantes extranjeros, que en 2017 y en temporada alta llegaron a representar, en una de nuestras exposiciones temporales, un 20% del total. Además de los recursos que el museo ya pone a disposición de este tipo de visitantes, como hojas de sala y otras informaciones en distintos idiomas, nos pareció interesante generar un punto de encuentro con los profesionales que se dedican a dar a conocer la ciudad y, en particular, el centro histórico en el que el museo se integra. Por este motivo decidimos invitar a los miembros de Aproguia, para dar a conocer las instalaciones del museo y nuestra programación, pensando en su compatibilización con la oferta cultural que ofrecen los profesionales del sector.

El último ejemplo de iniciativa que vamos a citar tuvo lugar con motivo del Día Internacional de los Museos 2018. El lema del ICOM para esta edición era “Museos hiperconectados: enfoques nuevos, públicos nuevos”, lo cual permitía una doble lectura: la hiperconexión entendida como impulso de la presencia del museo en la red y la conformación de públicos virtuales, pero también el estrechamiento de los lazos con el entorno inmediato a través de nuevas lecturas y lenguajes. En este caso, y sin dejar de lado la presencia en redes, quisimos invitar al museo a colectivos que no solamente no están hiperconectados al museo, sino que ni siquiera son visitantes habituales: Romi-Asociación de Mujeres Gitanas, la Federación Autonómica de Asociaciones Gitanas de la Comunitat Valenciana (FAGA) y el Centro de Apoyo a la Inmigración (CAI). Seleccionamos intencionadamente estas entidades partiendo de la consideración de que los



Fig. 4. Visita realizada el Día de los Museos 2018 con los colectivos Romi y FAGA (Fuente: Museu de Prehistòria de València).

museos en general –y los de historia y arqueología en particular- suelen construir discursos poco atentos a la diversidad. Por ello decidimos generar, para estos colectivos, un discurso alternativo por las salas del museo, aprovechando el contenido que estábamos elaborando a través de un proyecto llamado “Relecturas: itinerarios en clave de género”, en el que participan la Universitat de València y museos de la ciudad y el área metropolitana. De este modo, hacíamos confluír dos proyectos con planteamientos similares: de la misma manera que invitábamos a venir a colectivos habitualmente segregados de los museos, la visita giraría en torno a la visibilización de los grupos tradicionalmente excluidos del discurso arqueológico, en especial las mujeres, pero también los grupos subalternos. Además, aprovechando que la mayoría de las participantes eran mujeres, buscamos entablar un diálogo pasado-presente en el que fueran ellas quienes, mediante su experiencia cotidiana, buscaran puntos en común y diferencias con los roles de las mujeres en la antigüedad (Fig. 4). Aunque fuera por un día, estas mujeres se miraron cara a cara con las mujeres de otras épocas y culturas.

### Valoración: dificultades, retos y perspectivas de futuro

Es evidente que el trabajo presentado tiene sus limitaciones, pues es un proyecto en ciernes que, en el momento de escribir estas palabras, apenas ha cumplido un año de vida. A esto hay que añadir un hecho ineludible, y es que el trabajo con los agentes locales requiere de unos tiempos y unas dinámicas que desde luego no están marcadas por el museo; sin olvidar, además, que en nuestro caso tratamos con barrios de distinta composición sociocultural y con entidades que trabajan en ámbitos y con objetivos muy diversos. No obstante, y a pesar de su corta vida, consideramos necesario realizar este primer balance y señalar las dificultades con las que nos hemos topado y los retos que nos planteamos de cara al futuro.

Habría que comenzar mencionando las dificultades que son inherentes a los museos, en particular el problema de la autoridad, y es que estos siguen siendo percibidos como centros elitistas poco permeables. Al menos eso se desprende de las reuniones que hemos mantenido con algunas entidades. Esta percepción no solo lastra una mayor fluidez de las relaciones con el entorno –la errónea consideración de que las propuestas de los colectivos no están a la altura de un museo-, sino que convierte en remota la posibilidad de que los visitantes pongan en cuestión el discurso oficial, al considerarlo el más autorizado, dificultando así que se abra la veda a nuevas lecturas “desde abajo”.

También hay dificultades que derivan de la propia naturaleza de los museos arqueológicos y que afectan directamente a la cuestión de la identificación. Al tratarse de restos materiales por lo general muy alejados en el tiempo y vinculados a culturas con las que no siempre hay evidencias de continuidad, es más complejo que los visitantes se identifiquen con lo que ven (más allá de los esencialismos). Se trata, sin embargo, de un problema de percepción, pues a través del patrimonio arqueológico se pueden tratar temas tan diversos como las migraciones, la multiculturalidad, el conflicto, el género o la diversidad sexual.

Y, por supuesto, están las dificultades particulares del Museu de Prehistòria, que en realidad pueden hacerse extensibles a otras muchas instituciones, pues nos referimos a las limitaciones de recursos que impiden desplegar un proyecto de barrio con mayores garantías.

De todo esto surge una necesaria reflexión acerca de los retos a los que debe hacer frente el proyecto, y que a nuestro modo de ver pasan por:

- Trabajar el museo como lugar común del barrio, yendo más allá de la oferta de actividades preexistente y promoviendo la creación de espacios de encuentro e identificación con los colectivos.
- Fomentar la iniciativa de las entidades en el museo. La mayoría de entidades son activas en sus respectivos campos, pero lo que pretendemos es que el museo sea visto como espacio de oportunidad y pueda quedar asociado a vivencias significativas y significadas.
- Identificar las problemáticas del barrio –por ejemplo la gentrificación en el caso del Carme- y reflexionar sobre las maneras en que el museo puede contribuir a dar respuesta desde su propio ámbito de actuación.
- Generar foros para intercambiar experiencias y metodologías de trabajo con otros museos y centros que desarrollan proyectos similares en el entorno más próximo.

Y, por encima de todo, es crucial que estos planteamientos impregnen de manera transversal la política del museo. Es decir, que el proyecto no quede como una iniciativa específica que nace en un momento concreto, sino que se convierta en una manera de entender la propia razón de ser de la institución.

#### **Bibliografía**

- ARRIETA, Iñaki (2008) *Participación ciudadana, patrimonio cultural y museos: entre la teoría y la praxis*, Bilbao: UPV.
- AZUAR, Rafael (2013) *Museos, arqueología, democracia y crisis*, Gijón: Trea.
- BONET, Helena; DE PEDRO, M<sup>a</sup> Jesús; FERRER, Carles; SÁNCHEZ, Ángel (coords.) (2006) *Arqueologia en blanc i negre: la labor del SIP 1927-1950*, València: Diputació de València.
- HAMILAKIS, Yannis (2009) "What is archaeological ethnography?", *Public Archaeology: archaeological ethnographies*, 8(2-3), 65-87.
- MERRIMAN, Nick (2004) *Public Archaeology*, Londres y Nueva York: Routledge.
- PRATS, Llorenç (1997) *Antropología y patrimonio*, Barcelona: Ariel.
- RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim; RUBIO, Juan Arturo (eds.) (2016) *Treinta años de políticas culturales en España. Participación cultural, gobernanza territorial e industrias culturales*, València: Universitat de València.
- SMITH, Laurajane (2006) *Uses of Heritage*, Londres y Nueva York: Routledge.

EL GRUPO DE MUSEOS  
Y ACCESIBILIDAD,  
UNA BUENA PRÁCTICA  
DE TRABAJO EN RED  
DE PROFESIONALES PARA LA  
MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD

---

**TERESA SOLDEVILA GARCÍA**

*Museu Marítim de Barcelona*

## **EL GRUPO DE MUSEOS Y ACCESIBILIDAD.**

### **UNA BUENA PRÁCTICA DE TRABAJO EN RED DE PROFESIONALES PARA LA MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD.**

**Teresa Soldevila García**

Museu Marítim de Barcelona.

El Grupo de Museos y accesibilidad es un grupo de trabajo formado por profesionales de museos del ámbito catalán y cuyo objetivo fundamental es propiciar la mejora de la accesibilidad en los museos e instituciones culturales. El texto desgrena la composición, los objetivos y los retos del grupo.

Palabras clave: *Accesibilidad y museos, Cataluña.*

## **THE MUSEUMS AND ACCESSIBILITY GROUP.**

### **A GOOD NETWORKING PRACTICE OF PROFESSIONALS TO IMPROVE ACCESSIBILITY.**

**Teresa Soldevila García**

Museu Marítim de Barcelona [Maritime Museum of Barcelona].

The Museums and Accessibility Group is a working group made up of museum professionals from Catalonia whose main objective is to promote the improvement of accessibility in museums and cultural institutions. The text describes the composition, objectives and challenges of the group.

Keywords: *Accessibility and museums, Catalonia.*

## **LE GROUPE MUSÉES ET ACCESSIBILITÉ.**

### **UNE BONNE PRATIQUE DE TRAVAIL D'UN RÉSEAU DE PROFESSIONNELS POUR L'AMÉLIORATION DE L'ACCESSIBILITÉ.**

**Teresa Soldevila García**

Museu Marítim de Barcelona [musée maritime de Barcelone].

Le groupe Musées et accessibilité est un groupe de travail formé par des professionnels de musées catalans visant essentiellement à améliorer l'accessibilité dans les musées et les institutions culturelles. Le texte analyse la composition, les objectifs et les défis du groupe.

Mots-clés : *accessibilité et musées, Catalogne.*



# EL GRUPO DE MUSEOS Y ACCESIBILIDAD, UNA BUENA PRÁCTICA DE TRABAJO EN RED DE PROFESIONALES PARA LA MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD

**TERESA SOLDEVILA GARCÍA**

*Museu Marítim de Barcelona*

## **Introducción**

El grupo de Museos y Accesibilidad, es un grupo de trabajo formado por profesionales de museos que nos une la voluntad de mejorar la accesibilidad de los museos e instituciones en las que trabajamos.

Surgió en mayo del 2013, de una manera casual después de constatar que en encuentros informales, acabábamos siempre hablando de lo mismo: las dificultades que nos encontrábamos para que los responsables de los museos se tomaran en serio la accesibilidad y compartiendo algunos primeros pasos que estábamos dando.

Conscientes de que nuestras inquietudes eran compartidas y de la importancia de apoyarnos y aprender de unos y otros, decidimos organizarnos como grupo de trabajo, abierto a todos los profesionales y técnicos sensibles a la accesibilidad cultural, y que se reuniese de una manera periódica.

De 6 profesionales que empezamos en mayo del 2013, hemos ido creciendo en nombre de profesionales e instituciones, y en estos momentos participamos más de 20 instituciones.

¿Quiénes somos?

- Agència Catalana del Patrimoni Cultural. Departament de Cultura. Generalitat de Catalunya.

- Apropa Cultura.
- Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB).
- Direcció de Memòria, Història i Patrimoni de l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB). Ajuntament de Barcelona.
- Filmoteca de Catalunya
- Fundació Antoni Tàpies.
- Fundació Joan Miró.
- Institut Municipal de Persones amb Discapacitat (IMPD).
- Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA).
- Museu de Ciències Naturals de Barcelona.
- Museu del Ferrocarril de Catalunya. Vilanova i la Geltrú.
- Museu Marítim de Barcelona.
- Museu de la Música de Barcelona.
- Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC).
- Museu Picasso de Barcelona.
- Museus de Sant Cugat.
- Oficina de Patrimoni Cultural de la Diputació de Barcelona.
- Palau Güell.
- Reial Monestir de Santa Maria de Pedralbes.

Cabe destacar la heterogeneidad de los participantes, entre los que nos encontramos más de una docena de museos y centros patrimoniales -de Barcelona y otras localidades-; instituciones públicas como el Institut de Cultura de Barcelona-ICUB o el Institut Municipal de Persones amb Discapacitat- IMPD, del Ajuntament de Barcelona; la Oficina de Patrimoni Cultural de la Diputació de Barcelona; la Agència Catalana de Patrimoni Cultural de la Generalitat de Catalunya; instituciones culturales, como la Filmoteca de Catalunya, y programas como Apropa Cultura.

Esta diversidad enriquece los objetivos y el funcionamiento del grupo.

### **Objetivos**

El grupo de trabajo de museos y accesibilidad tiene como objetivo compartir experiencias, conocimientos, recursos, plantear dudas, impulsar estrategias comunes, sensibilizar, aprender y trabajar en red sobre temas de accesibilidad,



para ampliar nuestros conocimientos, ayudarnos mutuamente y poder mejorar la accesibilidad de los museos e instituciones dónde trabajamos.

### **Funcionamiento del grupo de museos y accesibilidad**

Nos reunimos cada primer martes de mes en el Museu Marítim de Barcelona, durante una hora y media. Si al principio eran reuniones informales, en que planteábamos los temas a comentar sobre la marcha, para una mejor eficiencia hemos terminado consensuando los temas a debatir. Las actas de cada reunión y las memorias valorativas anuales dejan constancia del trabajo hecho.

Es importante remarcar que se trata de un grupo informal, no reconocido oficialmente y que no tenemos fronteras orgánicas. Este hecho, junto a que siempre actuamos a partir de un acuerdo consensuado entre profesionales sobre el tema de interés, los objetivos y la manera de trabajar, ha sido fundamental. Después de cinco años, no tan sólo hemos crecido, sino que seguimos manteniendo la ilusión por formar parte de un grupo, las ganas de apoyarnos y ayudarnos mutuamente y de seguir compartiendo información.

Nuestros principales retos son:

- **Compartir información:** sobre jornadas, conferencias o congresos relacionados con la accesibilidad cultural y si alguien asiste reporta lo más importante; nos recomendamos bibliografía y artículos; hablamos sobre exposiciones y experiencias que valen la pena conocer; nos recomendamos proveedores de recursos sensoriales; diseñadores que tienen en cuenta el diseño universal o que no.



- **Formación:** para estar al día invitamos a profesionales y expertos para que nos expliquen sus experiencias y proyectos, también hemos reunido a representantes de colectivos de personas con discapacidad para conocer sus necesidades, qué necesitan para que sus visitas a los museos estén adaptadas, las deficiencias que tenemos y las soluciones.
- **Debatir** sobre aquellos temas que más nos preocupan, como pueden ser la conveniencia o no de cobrar la entrada o actividades a las personas con discapacidad; sobre estrategias para comunicar nuestras actividades a los colectivos con discapacidad, indicadores y cómo evaluar, la lectura fácil, situación de precariedad de los educadores, entre otros temas destacados.
- **Visitas técnicas y presentación de proyectos innovadores:** organizamos visitas técnicas de exposiciones de la mano de sus responsables,

invitamos a profesionales de nuevas tecnologías para estar al día de todas las novedades, e invitamos a responsables de proyectos para que nos lo expliquen y podamos establecer un debate al respecto.

Desde sus inicios impulsamos el **blog de Museos y Accesibilidad** desde el que compartimos y difundimos proyectos y experiencias accesibles que llevamos a cabo, pero que también está abierto a profesionales e instituciones que quieran compartir sus experiencias: <http://museusiaccessibilitat.blogspot.com.es>

### **Relevancia del Grupo**

Creemos que formar parte del grupo favorece el **desarrollo personal y profesional** en temas de **accesibilidad**. El **intercambio de conocimientos y experiencias** mejora nuestra labor diaria y facilita la **concienciación** de las instituciones que representamos respecto de la importancia de avanzar hacia la accesibilidad universal al patrimonio y la cultura.

Mediante el **aprendizaje colaborativo** y el **trabajo en red**, se tiene un impacto real en los museos y podemos generar un cambio de base hacia arriba. El modelo de **organización horizontal** nos permite trabajar de manera fluida y al mismo tiempo coordinada. Algunas personas del grupo cumplen un papel específico, como la coordinación general y redacción de documentación o la ingesta de contenidos en el blog.

A lo largo de estos últimos años, nuestra experiencia ha despertado interés, de ahí que se nos haya pedido compartir esta experiencia en diferentes **jornadas y encuentros de profesionales**. Asimismo, nos alegra la relevancia que toma el grupo de museos y accesibilidad cuando, por ejemplo, se nos invita a participar en la mesa de trabajo sobre la dimensión social del museo, para la elaboración del Plan de Museos 2030 de la Generalitat de Catalunya, o bien cuando profesionales o estudiantes acuden a nosotros para contar con nuestra opinión o pedir consejo.

# MESA REDONDA: LOS HABITANTES DEL MUSEO

---

**MARGARITA BELINCHÓN**

Museo Ciencias Naturales de Valencia

**M<sup>a</sup> JESÚS DE PEDRO**

Museu de Prehistòria de València

**JOSÉ LUIS PÉREZ PONT**

Centre del Carme de Cultura Contemporànea

**FRANCESC TAMARIT**

Museu Valencià d'Etnologia

Modera:

**JAVIER MARTÍ**

Museu d'Història de València

## **Un atrevido resumen de la mesa redonda “Los habitantes del museo”**

Javier Martí. Museu d’Història de València

El II Encuentro de Museología, organizado por el Comité Español de ICOM y celebrado en octubre de 2018 en el entonces Museu València d’Etnologia —hoy reconvertido en L’Etno—, programó una mesa redonda bajo el lema que daba nombre a la reunión: “Los habitantes del museo”, invitando a la misma a afamados directores y directoras de algunos de los centros museísticos de mayor renombre de la ciudad, y encargando al arriba firmante la comprometida tarea de moderar el debate.

Los invitados a la mesa eran José Luis Pérez Pont, director del Consorci de Museus - Centre del Carme de Cultura Contemporànea, María Jesús de Pedro, Directora del Museo de Prehistoria, Francesc Tamarit, director de L’ETNO. Museu Valencià d’Etnologia y Margarita Belinchón, Directora del Museo de Ciencias Naturales de València.

Se les planteó el quite de analizar sus museos como una comunidad en la que conviven residentes de todo origen, desde aquellos de arraigo acrisolado a los recién llegados. Un pueblo con sus vecinos de toda la vida, que se conocen desde pequeños y conocen las historias de sus familias, que se han visto crecer y envejecer, y que se tratan a diario. Y junto a ellos, algunos recién llegados, quizá con ánimo de integrarse o de pasar solo un tiempo: los profesores de la escuela o instituto, el personal médico del ambulatorio, los policías, etc. Las piezas y obras de arte son obviamente los habitantes del pueblo. Nosotros mismos, los trabajadores/as de los museos, somos los forasteros, los inquilinos que estamos de paso —unos más, otros menos—, y que tenemos a nuestro cargo la salud, el buen orden, la educación y la difusión de aquellos. De nuestro trabajo y de las bondades del pueblo dependerá que acudan a visitarnos gentes de fuera, que consigamos esa ansiada proyección social y hasta incluso turística.

La analogía les fue expuesta semanas antes de la reunión, así que los ponentes acudieron a ella con el verbo presto, y expusieron sus experiencias con brío al ritmo que se desgranaban los temas:

- ¿Cómo son las colecciones de nuestros museos?
- ¿Cuál es su estado de salud y las condiciones donde habitan?
- ¿Cómo los presentamos en sociedad?
- ¿Qué equipo de trabajo necesitamos para alcanzar el objetivo de la excelencia?
- ¿Qué política expositiva, para qué, para quién?

El sistema de grabación de la sala falló y no recogió lo hablado en la mesa. Por tanto, las palabras que siguen son el resultado de las notas tomadas en la sesión y, especialmente, de los extractos que han tenido a bien remitirme sus participantes, que he tratado de hilvanar con mayor o menor maña, pero en todo caso con mi mejor voluntad. Si en algo no responden a la verdad, el único culpable soy yo.

### **¿Cómo son las colecciones de nuestros museos? Las colecciones son un proceso vivo**

La respuesta aquí difería notablemente entre el Centro del Carmen y el resto de museos.

El primero no conserva una colección de fondos como tal, aunque la permanente actividad de convocatoria de premios y becas ha ido generando un grupúsculo de colección, que sin duda será importante en el museo y constituirá una buena representación de la creación artística contemporánea.

Por lo que se refiere al Museo de Prehistoria de València la política de adquisiciones ha ido encaminada al incremento de los fondos, procedentes mayoritariamente de las excavaciones programadas por el Servicio de Investigación Prehistórica desde el inicio de la institución. Se trata de colecciones muy diversas, pero siempre dentro del ámbito de la arqueología y la prehistoria. La excavación ha sido, pues, la fuente principal de ingreso, pero no la única, pues también ha habido compra de algunas colecciones, en particular de materiales ausentes en las colecciones de prehistoria valenciana, como los procedentes de Ibiza, Ampurias o la Colección Motos de materiales argáricos, entre otros. Actualmente la compra es específicamente de moneda valenciana y de moneda ibérica. También ingresan algunos fondos por donación.

Recientemente, además, están ingresando fondos como resultado de incautaciones, cada vez más numerosas, y que generan no pocos problemas de espacio, de gestión, de peritaje, valoración y conservación preventiva, por lo que acaban absorbiendo buena parte de los recursos humanos y económicos de la institución.

Por su parte, l'Étno, conocido anteriormente como Museu Valencià d'Etnologia (o por sus siglas: MUVAET), conserva las colecciones de cultura popular y tradicional más importantes del País Valenciano. Más de 70.000 piezas entre objetos, indumentaria, fotografía, testimonios y efímera, constituyen los fondos de su colección. Las piezas residen en los almacenes de Bétera, una localidad próxima a la ciudad de Valencia, en un espacio de aproximadamente 3.000 m<sup>2</sup>, y a su cuidado permanente se dedican dos restauradoras y tres conservadores.

En las colecciones siempre hay ausencias, carencias que el museo quisiera tener mejor cubiertas. La ciudad, las huertas y los marjales, el secano y la montaña, y la mar son los cuatro ámbitos temáticos sobre los que el museo ha desplegado su

actividad, representativos de la variada geografía valenciana, y de los que custodia nutridas colecciones. El mundo de la mar es, sin duda, el menos representado en número de objetos, un hueco importante que se pretende cubrir en la medida de las posibilidades. También se está ampliando la colección sobre los procesos de mecanización del campo valenciano; ámbito de investigación que, en un futuro cercano, será la base de una exposición que explique las profundas transformaciones sociales y económicas producidas en el campo valenciano a causa de los procesos de tecnificación y mecanización de los trabajos agrícolas.

Además, un ámbito singular de las colecciones de L'ETNO, en el que el museo fue pionero, es la memoria oral, a través de los testimonios recabados en el proyecto «Arxiu de la Memòria Oral Valenciana». Un proyecto que nació en 1999 y que en la actualidad tiene más de 400 entrevistas digitalizadas y grabadas en formato audiovisual. Los entrevistados son en su mayoría personas nacidas antes de la Guerra Civil, testimonios privilegiados de los procesos de cambios económicos y socioculturales acontecidos en el territorio valenciano en la segunda mitad del s. XX.

El Museo de Ciencias Naturales es el heredero del histórico Museo Paleontológico, cuyo origen se remonta a la donación hecha a la ciudad de València por el ingeniero José Rodrigo Botet, en 1889, de la más importante colección conocida hasta entonces de fósiles de mamíferos del Pleistoceno sudamericano. En 1925 se incorporó a los fondos una amplia colección de conchas de moluscos actuales, donada por Eduardo Rosselló. Desde 1990 se han añadido importantes colecciones paleontológicas procedentes de yacimientos valencianos. Entre otros, destacan los procedentes del yacimiento de mamíferos de Buñol, de unos 18 millones de años de antigüedad, el de Crevillente, con ejemplares de hace 8 millones de años, el de Venta del Moro, o el ejemplar de sirenio de Pilar de la Horadada.

Sin embargo, las colecciones del museo no paran de incrementarse de continuo. Recientemente se ha incorporado un vecino de grandes proporciones: un esqueleto de rorcual común (*Balaenoptera physalis*) procedente de un ejemplar varado en la playa de El Perellonet y recuperado en 1998 por Joaquín Sendra y depositado inicialmente en la UPV. En el momento de escribir estas líneas se acaba de incorporar una nueva valiosa colección conquiológica, donada por la familia de Gutiérrez Pellico.

### **¿Cuál es el estado de salud y las condiciones donde habitan?**

La respuesta a esta pregunta es común en todos los museos: regular. El estado de salud de las colecciones es regular y cabe admitir que no están todo lo sanas que las personas a su cargo quisieran.

El Museo de Prehistoria y el de Ciencias Naturales custodian los fondos adquiridos más tempranamente, pues sus colecciones originales ingresaron a finales del siglo XIX y en las primeras décadas del XX. Ni los procesos de extracción, ni los criterios de reintegración o conservación propios de aquellos tiempos, eran los más adecuados para garantizar su salvaguarda futura. El Museo de Ciencias Naturales está acometiendo un complicado y costoso proceso de retirada de las agujas de hierro introducidas en el interior de los huesos fósiles durante su reintegración inicial, ya que, debido a los procesos naturales de oxidación está en peligro la integridad de las piezas. Esta práctica era también habitual en la restauración de materiales arqueológicos.

La figura del restaurador ha sido habitual en los museos arqueológicos desde sus orígenes, y el Museo de Prehistoria no fue una excepción. Pero las personas que se dedicaban a ello, generalmente carecían de formación específica, aunque sin duda tenían una enorme pericia. Por lo general, su trabajo iba más encaminado a la reintegración de objetos con que nutrir las vitrinas que a la conservación preventiva.

El ETNO empezó a recopilar sus colecciones el mismo año de su creación, en 1982, pero no fue hasta 2007 cuando se crea la Unidad de Fondos, Colecciones y Restauración.

Los dos museos de la Diputación (el de Prehistoria y L'ETNO) comienzas en ese momento, en la primera década del 2000, a establecer criterios claros de colección para la captación de fondos, su investigación y restauración. Es entonces cuando se dota a las colecciones de un equipo estable de profesionales al frente de la conservación y restauración.

Si bien en el tema de restauración no se contó con profesionales formados en el ámbito universitario hasta ese momento (años 2000), en el tema de investigación, catalogación y conservación de fondos sí que se llevaba ya unas décadas de trabajo. Por ejemplo, la introducción de los sistemas de inventario y catalogación en el Museo de Prehistoria son anteriores (década de los 80), en sintonía con el Marq de Alicante. Y los restauradores, a pesar de no contar con título, trabajaban siguiendo unas pautas concretas marcadas por los conservadores y por la dirección del Museo. A mitad de la década de los 80 se empezó a trabajar en esa línea de ordenación de las colecciones, inventarios y catálogos.

El Museo de Ciencias Naturales carece de restaurador en plantilla, por lo que debe contratar profesionales para abordar cada proyecto concreto de intervención.

¿Cómo tienen la casa nuestros habitantes? Todos coinciden: «bastante bien, pero con goteras». No cabe duda que los centros han mejorado sustancialmente las instalaciones, pero no es suficiente. Además, periódicamente hay sustos, pues como

dijo sabiamente Ramón Pelegrero *Raimon*, «al meu país la pluja no sap ploure» («en mi país la lluvia no sabe llover») y cada episodio de DANA nos pone el corazón en vilo.

La población de nuestros museos es cada vez mayor y necesitamos más espacio, y mejor acondicionado, para poder hospedarlos a todos dignamente. Llegados a esta situación de “superpoblación” se plantea el dilema de qué patrimonio debemos y podemos conservar. La respuesta siempre la misma: aquel que nuestras infraestructuras y nuestros recursos económicos y humanos nos permitan. Una respuesta que deja mal sabor de boca, pues eres consciente que con ello se condena a una parte del patrimonio. Un equilibrio siempre inestable entre lo que tenemos y lo que necesitamos.

### **¿Cómo los presentamos en sociedad?**

Todos coinciden: un museo se construye a partir de sus colecciones. Pero todos opinan también que lo que realmente importa no son las colecciones, sino lo que se cuenta a través de ellas. Importa, y mucho, el relato que se comunica en las exposiciones y cuyo soporte principal lo constituyen los fondos de la colección. Y sin unas buenas colecciones el discurso corre el riesgo de debilitarse.

¿Cómo las presentamos en sociedad? Los cuatro centros tienen propuestas innovadoras y cambiantes. Probablemente la más mutable sea la del Centro del Carmen por la propia naturaleza de la institución. Pero todos se esfuerzan y consiguen dar un aspecto renovado y moderno a sus puestas en escena, tanto en la forma como en el fondo.

Quizá el que ha apostado por un enfoque más transgresor en su exposición permanente sea L'ETNO, coherente con la concepción que tiene el museo de la cultura tradicional, alejada de la visión romántica, nostálgica e idealizada de la misma, tan habitual. La mirada de L'ETNO se centra, por una parte, en observar qué elementos pueden ser útiles para reconocer nuestras identidades y, por otra, en analizar qué sistemas de valores, ecosaberes, prácticas sociales, creencias, etc., propias de la llamada «cultura sólida» que abandonamos precipitadamente, sin ningún tipo de reflexión, nos pueden ser útiles en el presente. Es necesaria una reflexión sobre el papel que juega la cultura tradicional en la sociedad contemporánea, el papel de los protagonistas de esta cultura y los receptores de la misma y la forma en que debe ser comunicada y conservada para futuras generaciones. La tradición, la cultura popular, leída en clave de contemporaneidad. Coherente con esta visión, las museografías ponen el discurso de esa cultura en un contenedor contemporáneo. Sin temor a que la «instalación» (técnica propia del arte contemporáneo) sea parte importante de la propuesta museográfica. No rehúyen, sino antes al contrario, usar

materiales como los metacrilatos, aceros bruñidos o luces de neón, para enmarcar un carro, un comercio tradicional o un telar del siglo XIX.

Lo explica vivamente Tamarit: «Estoy convencido de que los museos de etnología, en la medida en que somos depositarios de esa cultura tradicional, tenemos la responsabilidad social de asumir el reto que supone dialogar con los ciudadanos sobre aquellos aspectos que pueden contribuir a generar conciencia en pro de una sociedad más sostenible, justa y solidaria.» Y prosigue con una afirmación que es asumida por todos: «El diálogo entre tradición y modernidad está presente en la forma que presentamos al público nuestros discursos y los objetos que lo acompañan.»

### **¿Qué equipo de trabajo necesitamos para alcanzar el objetivo de excelencia?**

Aquí hay que hacer una distinción clara entre los museos de la Diputación y los otros dos, que seguramente es extrapolable en gran medida al panorama museístico del Estado.

En líneas generales, tanto el Museo de Prehistoria como L'ETNO cuentan con plantillas nutridas de conservadores, técnicos y personal administrativo y de oficios. Sin duda, se podría mejorar con personal técnico para reforzar las áreas de restauración, conservación de fondos fotográficos, producción de exposiciones y comunicación. En muchos casos se trata más de un problema de gestión de las plantillas, de regularización del personal interino y de aprovechar las jubilaciones para ir construyendo el equipo de trabajo que se requiere. Por cierto, que esto pone sobre la mesa un debate muy interesante y que afecta a todos los museos: el envejecimiento de las plantillas y la optimización de los sistemas de transmisión de conocimientos.

En el caso del Centro del Carme y en el del Museo de Ciencias, tanto José Luís Pérez Pont como Margarita Belinchón manifiestan y han manifestado reiteradamente la necesidad de incrementar las plantillas para poder abordar la dinámica que desarrollan ambos centros. Particularmente grave es el caso del Museo de Ciencias, cuya directora dirigió en solitario el proceso de creación del museo a través del doloroso peregrinar desde el antiguo Almodín, a la Sala Municipal de Exposiciones y a la actual sede de los Jardines de Viveros. Y ha seguido sola al frente de la institución desde 1999, compaginando la conservación con la investigación, las numerosísimas exposiciones temporales, la divulgación, la promoción de donaciones o la organización de actividades, en un ejercicio de ubicuidad que ha sido posible gracias a su enorme capacidad para cerrar acuerdos con instituciones que respaldan sus proyectos, y su vocación de implicar a los estudiantes en prácticas en los mismos.

### **¿Qué política expositiva, para qué, para quién?**

Como refleja su propia página web, el Consorci de Museus de la Comunitat Valencianase encarga de vertebrar la oferta expositiva en la Comunitat Valenciana, coordinando y dirigiendo actividades que cubren una parte importante de la programación de las salas y museos de las tres provincias: en Valencia, en el Museo de Bellas Artes, el Centre del Carme, las Atarazanas, el Museo de la Ciudad o el Almudín; en Castellón el Museu de Belles Arts y l’Espai d’Art Contemporani; y en Alicante el Museo de Bellas Artes Gravina, la Lonja del Pescado, el Centro Cultural Las Cigarreras o el Museo de Arte Contemporáneo de Alicante (MACA).

El Consorci de Museus ha desarrollado diversas líneas de trabajo siguiendo sus principios fundacionales. Sin dejar de lado la revisión histórica del arte valenciano, y teniendo en cuenta la necesidad de apoyar al arte y a los artistas actuales, la entidad se encuentra en un proceso de transformación hacia un nuevo modelo de gestión basado en la igualdad y en la profesionalización del sector artístico valenciano.

Por lo que respecta al Museo de Prehistoria y a L’ETNO, ambos se esfuerzan por producir sus propias exposiciones. En el caso del primero, el objetivo es presentar en sociedad los avances en el conocimiento de la arqueología, singularmente valenciana, pero no solo. En el caso de L’ETNO, sobre la cultura valenciana. Ambos generan y difunden conocimientos investigados por sus equipos de conservadores. Son ellos y ellas quienes comisariarían las exposiciones, que en gran medida se apoyan en las propias colecciones. Sólo cuando abordan materias en las que no se disponen de especialistas se busca el apoyo externo en forma de comisariados.

El Museo de Ciencias Naturales combina exposiciones de producción propia, desarrolladas por la dirección con apoyo de investigadores contratados mediante asistencias técnicas, con otras cedidas por instituciones externas. El museo se centra preferentemente en la alta divulgación científica, pero no renuncia a servir de foro de presentación de exposiciones que promuevan el debate social, siempre que exista un nexo con la naturaleza o las ciencias. Fruto de este planteamiento han sido muestras tan valientes como «Mastectoart. La bellessa del cossos diferents»(2016) o «Sin azul no hay verde» (2019).

Porque, a la postre, ¿Para qué y para quién se hace la política expositiva? Todos coinciden que para la sociedad en su conjunto. El museo debe ser capaz de generar debate, de producir nuevas formas de ocio, de acercarse a todos los colectivos sociales, de reinventarse día a día. Las audiencias, la machacona demanda del número de visitantes, que preocupa tanto a la clase política, no puede ser una medida de nada y no debe ser enarbolado como bandera de éxito. La satisfacción de los visitantes, muchos o pocos, es lo que verdaderamente cuenta.

# ROUND TABLE : THE MUSEUM INHABITANTS

---

## **MARGARITA BELINCHÓN**

Director of the Museo de Ciencias Naturales de València  
[Natural Science Museum of Valencia]

## **M<sup>a</sup> JESÚS DE PEDRO**

Director of the Museo de Prehistoria  
[Museum of Prehistory]

## **JOSÉ LUIS PÉREZ PONT**

Director of Consorci de Museus - Centre del Carme de Cultura Contemporànea  
[Museum Consortium – Carme Contemporary Culture Centre]

## **FRANCESC TAMARIT**

Director of L'ETNO - Museu Valencià d'Etnologia  
[Valencian Museum of Ethnology]

Modera:

## **JAVIER MARTÍ**

Museu d'Història de València  
[History Museum of Valencia]

### **A daring summary of the round table “The Museum Inhabitants”**

Javier Martí. Museu d’Història de València [History Museum of Valencia]

The II Museology Meeting, organised by the Spanish ICOM Committee and held in October 2018 at the then Museu València d’Etnologia [Museum of Ethnology of Valencia] -now reconverted into L’Etno-, programmed a round table under the slogan that gave its name to the meeting: “The Inhabitants of the Museum”, inviting famous directors from some of the most renowned museum centres in the city, and entrusting the undersigned with the complicated task of moderating the debate.

The guests at the table were José Luis Pérez Pont, Director of Consorci de Museus - Centre del Carme de Cultura Contemporànea [Museum Consortium – Carme Contemporary Culture Centre], María Jesús de Pedro, Director of the Museo de Prehistoria [Museum of Prehistory], Francesc Tamarit, Director of L’ETNO - Museu Valencià d’Etnologia [Valencian Museum of Ethnology], and Margarita Belinchón, Director of the Museo de Ciencias Naturales de València [Natural Science Museum of Valencia].

They were asked to analyse their museums as a community in which residents of all origins coexist, from those with deep roots to the newcomers. A village with its lifelong residents, who have known each other since childhood and know the stories of their families, who have seen each other grow up and grow old, and who deal with each other on a daily basis. And alongside them, some newcomers, perhaps with the intention of staying or just spending a brief period of time: the teachers from the primary school or high school, the medical staff from the outpatient clinic, the policemen... The art pieces and works are obviously the inhabitants of the village. We, the museum workers, are the outsiders, the tenants who are just passing through - some more, some less - and who are responsible for the health, orderliness, education and dissemination of the inhabitants. Our work and the virtues of the town will be essential for people from away who come and visit us, and for us to achieve that longed-for social and even tourist outreach.

The analogy was presented to them weeks before the meeting, so the speakers came to the meeting with prepared speeches, and they presented their experiences with verve as the topics were being discussed:

- What are our museum collections like?
- What is their state of health and the conditions in which they live?
- How do we present them in society?
- What staff do we need to achieve the goal of excellence?
- What exhibition policy, for what, for whom?

The recording system in the room failed and did not record what was said at the table. Therefore, the words that follow are the result of the notes taken at the session and, especially, of the extracts that the participants have kindly sent me, which I have tried to string together with greater or lesser skill, but in any case with the best of my ability. If in any way they do not correspond to the truth, I am the only one to blame.

### **What are our museum collections like? Collections are a living process**

The response here differed considerably between the Carme Centre and the other museums.

The former does not have a collection as such, although the permanent activity of awarding prizes and grants has been generating a small collection that will undoubtedly be important in the museum, and will constitute a good representation of contemporary artistic creation.

As far as the Museum of Prehistory of Valencia is concerned, the aim of the acquisitions policy has been to increase the collections, mainly from excavations programmed by the Prehistoric Research Service since the creation of the institution. The collections are very diverse, but always within the field of archaeology and prehistory. Excavation has therefore been the main source of income, but not the only one, as there have also been purchases of some collections, particularly of materials absent from Valencian prehistoric collections, such as those from Ibiza, Ampurias or the Motos Collection of Argaric materials, among others. At present, purchases are specifically of Valencian and Iberian coins. They also receive some funds by donation.

Recently, moreover, funds have also been coming in as a result of seizures, which are becoming more and more numerous, and which generate quite a few problems of space, management, expertise, valuation and preventive conservation, so they end up absorbing a large part of the institution's human and economic resources.

For its part, l'Etno, formerly known as the Museu Valencià d'Etnologia [Valencian Museum of Ethnology] or by its initials: MUVAET, conserves the most important collections of popular and traditional culture in the Valencian Land. More than 70,000 pieces, including objects, clothing, photography, testimonies and temporary exhibitions, make up its collection. The pieces reside in the warehouses in Bétera, a town near the city of Valencia, in a space of approximately 3,000 m<sup>2</sup>, where two restorers and three curators work full time looking after them.

There are always shortcomings in the collections, shortcomings that the museum would like to cover better. The city, the market gardens and marshes, the rainfed land

and the mountains, and the sea are the four thematic areas on which the museum has focused its activity, representative of the varied Valencian geography, and of which it holds a large number of collections. The world of the sea is undoubtedly the least represented in terms of number of objects, an important void that the museum intends to fill insofar as possible. The collection on the mechanisation processes in the Valencian countryside is also being expanded; an area of research which, in the near future, will form the basis for an exhibition explaining the profound social and economic transformations produced in the Valencian countryside as a result of the technification and mechanisation processes of agricultural work.

In addition, a unique area of L'ETNO's collections, in which the museum was a pioneer, is oral memory, through the testimonies compiled in the project "Arxiu de la Memòria Oral Valenciana" [Archive of Valencian Oral Memory]. This project began in 1999 and currently has more than 400 interviews that have been digitised and recorded in audiovisual format. The interviewees are mostly people born before the Civil War, privileged testimonies of the processes of economic and socio-cultural changes that took place in the Valencian territory in the second half of the 20th century.

The Museum of Natural Sciences is the heir to the historic Palaeontological Museum, whose origins date back to the donation, made to the city of Valencia by the engineer José Rodrigo Botet in 1889, of the most important collection of fossils of South American Pleistocene mammals known at that time. In 1925 a large collection of shells of present-day molluscs was added to the collection, donated by Eduardo Rosselló. Since 1990, important palaeontological collections from Valencian sites have been added. Among others, noteworthy are those from the Buñol mammal site, some 18 million years old, the Crevillente site, with specimens from 8 million years ago, the Venta del Moro site, or the sirenian specimen from Pilar de la Horadada.

However, the museum's collections are constantly growing. Recently, a large resident has been added: a skeleton of a fin whale (*Balaenoptera physalis*) from a specimen stranded on the beach of El Perellonet and recovered in 1998 by Joaquín Sendra, and initially deposited at the Polytechnic University of Valencia. At the time of writing these lines, a new and valuable collection of specimens, donated by the Gutiérrez Pellico family, has just been added to the collection.

### **What are their health status and living conditions?**

The answer to this question is common to all museums: fair. The state of health of the collections is average and admittedly not as healthy as the people in charge of them would like.

The Museum of Prehistory and the Museum of Natural Sciences hold the earliest acquired collections, as their original collections were acquired at the end of the 19th century and in the first decades of the 20th century. Neither the extraction processes, nor the reintegration or conservation criteria of those times, were the most appropriate to guarantee their future safeguarding. The Museum of Natural Sciences is undertaking a complicated and costly process of removing the iron pins inserted into the fossil bones during their initial reintegration, since, due to the natural processes of oxidation, the integrity of the pieces is in danger. This practice was also common in the restoration of archaeological materials.

The figure of the restorer has been common in archaeological museums since their origins, and the Museum of Prehistory was no exception. But the people who did this work generally lacked specific training, although they were undoubtedly highly skilled. In general, their work was more concerned with the reintegration of objects for the display cases than with preventive conservation.

L'ETNO began to compile its collections the same year it was created, in 1982, but it was not until 2007 that the Collections and Restoration Unit was created.

The two Provincial Council museums (the Museum of Prehistory and L'ETNO) began at that time, in the first decade of the 2000s, to establish clear collection criteria for the repository, research and restoration. It was then that the collections were provided with a stable team of professionals in charge of conservation and restoration.

Although there were no university-trained professionals in the field of restoration until then (the 2000s), there had already been several decades of work in the field of research, cataloguing and the conservation of collections. For example, the introduction of inventory and cataloguing systems in the Museum of Prehistory dates back to the 1980s, in line with the Marq in Alicante. And the work of the restorers, despite not having a degree, followed specific guidelines set by the curators and the Museum management. In the mid-1980s, work began on the organisation of the collections, inventories and catalogues.

The Museum of Natural Sciences does not have a restorer on staff, so it has to hire professionals to deal with each specific intervention project.

What about the state of our inhabitants' house? They all agree: "pretty good, but leaking". There is no doubt that the centres have substantially improved the facilities, but it is not enough. Moreover, there are periodic scares, for as Ramón Pelegero Raimon wisely said, "al meu país la pluja no sap ploure" ("in my country the rain doesn't know how to rain") and each DANA episode puts us on tenterhooks.

The population of our museums is growing and we need more and better-conditioned space to be able to house everything with dignity. In this situation of "overcrowding", the dilemma arises as to what heritage we should and can conserve. The answer is always the same: whatever our infrastructures and our economic and human resources allow. An answer that leaves you with a bad taste in your mouth, as you are aware that this condemns part of the heritage. An always unstable balance between what we have and what we need.

### **How do we present them in society?**

Everyone agrees: a museum is built on its collections. But everyone also believes that what really matters is not the collections, but what is told through them. It is the story that is communicated in the exhibitions and whose main support is the collection material that matters a great deal. And without good collections, the discourse runs the risk of being weakened.

How do we present them in society? The four centres have innovative and changing proposals. Probably the most changeable is that of the Carme Centre due to the very nature of the institution. But they all make an effort and manage to give a renewed and modern aspect to their stagings, both in form and substance.

Perhaps the one that has opted for a more transgressive approach in its permanent exhibition is L'ETNO, coherent with the museum's conception of traditional culture, far removed from the romantic, nostalgic and idealised vision that is so common. L'ETNO focuses, on the one hand, on observing which elements can be useful for recognising our identities and, on the other hand, on analysing which value systems, eco-knowledge, social practices, beliefs..., typical of the so-called "solid culture" that we hastily abandoned, without any kind of thought, can be useful to us in the present. We need to reflect on the role played by traditional culture in contemporary society, the role of the protagonists of this culture and the recipients of it, and the way in which it should be communicated and preserved for future generations. Tradition, popular culture, interpreted in contemporary terms. Consistent with this vision, the museographies place the discourse of this culture in a contemporary container. Without fear of the "installation" (a typical contemporary art technique) being an important part of the museographic proposal. On the contrary, they do not shy away from using materials such as methacrylate, burnished steel or neon lights to frame a cart, a traditional shop or a 19th century loom.

Tamarit explains it vividly: "I am convinced that ethnology museums, insofar as we are the depositories of this traditional culture, have the social responsibility to take on the challenge of dialogue with citizens on those aspects that can contribute

to raising awareness in favour of a more sustainable, fairer and more caring society". And he continues with a statement that is accepted by all: "The dialogue between tradition and modernity is present in the way we present our discourses to the public, and the objects that accompany them".

### **What staff do we need to achieve the goal of excellence?**

A clear distinction must be made here between the Regional Council's museums and the other two, which can probably be extrapolated to a large extent throughout Spain.

In general terms, both the Museum of Prehistory and L'ETNO have a large workforce of curators, technicians, administrative staff and professionals. Undoubtedly, there is room for improvement with technical staff to reinforce the areas of restoration, conservation of photographic collections, exhibition production and communication. In many cases, it is more a problem of staff management, regularisation of interim staff and taking advantage of retirements to build up the necessary team. Incidentally, this brings to the table a very interesting debate which affects all museums: the ageing of staff and the optimisation of knowledge transfer systems.

In the case of the Carme Centre and the Science Museum, both José Luís Pérez Pont and Margarita Belinchón state, and have repeatedly stated, the need to increase staff numbers in order to be able to deal with the dynamics of both centres. Particularly serious is the case of the Science Museum, whose director single-handedly led the process of creating the museum through the painful pilgrimage from the old Almodín, to the Municipal Exhibition Hall and to the current headquarters in the Jardines de Viveros. And she has continued alone at the head of the institution since 1999, combining conservation with research, numerous temporary exhibitions, dissemination, promotion of donations and the organisation of activities, in an exercise of ubiquity that has been possible thanks to her enormous capacity to reach agreements with institutions that support her projects, and her vocation to involve students in internships in these projects.

### **What exhibition policy, for what, for whom?**

As reflected on its own website, the Consorci de Museus de la Comunitat Valenciana [Museum Consortium of the Valencian Community] is in charge of structuring the exhibition offer in the Comunitat Valenciana, coordinating and directing activities that cover an important part of the programming of the galleries and museums of the three provinces: In Valencia, the Fine Arts Museum, the Carme Centre, the

Atarazanas, the Museo de la Ciudad [City Museum] and the Almudín; in Castellón, the Museu de Belles Arts [Fine Arts Museum] and l'Espai d'Art Contemporani [Contemporary Art Space]; and in Alicante, the Gravina Fine Arts Museum, the Lonja del Pescado [old Fish Market], the Las Cigarreras Cultural Centre and the Contemporary Art Museum of Alicante (MACA).

The Consorci de Museus has developed various lines of work following its founding principles. Without neglecting the historical review of Valencian art, and taking into account the need to support art and today's artists, the organisation is in the process of transforming itself towards a new management model based on equality and the professionalisation of the Valencian art sector.

As far as the Museum of Prehistory and L'ETNO are concerned, both are working to produce their own exhibitions. In the case of the former, the aim is to present to society the advances in the knowledge of archaeology, especially, but not limited to, Valencian archaeology. In the case of L'ETNO, on Valencian culture. Both generate and disseminate knowledge researched by their teams of curators. It is they who curate the exhibitions, which are largely based on the actual collections. Only when they deal with subjects in which they do not have specialists do they seek external support in the form of curators.

The Museum of Natural Sciences combines exhibitions of its own production, developed by the management with the support of researchers recruited through technical assistance, with others on loan from external institutions. The museum focuses mainly on the dissemination of science, but does not renounce its role as a forum for the presentation of exhibitions that promote social debate, as long as there is a link with nature or science. The result of this approach has been such brave exhibitions as "Mastectoart. La bellessa del cossos diferents" [Mastectoart. The beauty of different bodies] (2016) or "Sin azul no hay verde" [Without blue there is no green] (2019).

Because, at the end of the day, for what and for whom is the exhibition policy made? Everyone agrees that it is for society as a whole. The museum must be capable of generating debate, of producing new forms of leisure, of approaching all social groups, of reinventing itself on a daily basis. Audiences, the tiresome demand for visitor numbers, which worries the political class so much, cannot be a measure of anything, and should not be raised as a banner of success. The visitors' satisfaction, whether there are many or few, is what really counts.

# TABLE RONDE : LES HABITANTS DU MUSÉE

---

**MARGARITA BELINCHÓN**

Directrice du musée des Sciences Naturelles de Valence

**M<sup>a</sup> JESÚS DE PEDRO**

Directrice du musée de Préhistoire

**JOSÉ LUIS PÉREZ PONT**

Directeur du Consorci de Museus  
Centre del Carme de Cultura Contemporànea

**FRANCESC TAMARIT**

Directeur de L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia

Moderà:

**JAVIER MARTÍ**

Museu d'Història de València

## **Un audacieux résumé de la table ronde « Les habitants du musée »**

Javier Martí. Museu d'Història de València

La IIe Rencontre de muséologie qui a été organisée par le Comité espagnol de l'ICOM et qui s'est tenue en octobre 2018 dans ce qui était le Museu València d'Etnologia —devenu aujourd'hui L'Etno—, a programmé une table ronde sous le titre éponyme de la réunion : « Les habitants du musée ». Différents directeurs et directrices de renom à la tête d'importants musées de la ville étaient invités et l'auteur du présent résumé a été chargé de la délicate tâche de modérer le débat.

La table a réuni José Luis Pérez Pont, directeur du Consorci de Museus - Centre del Carme de Cultura Contemporànea, María Jesús de Pedro, directrice du musée de Préhistoire, Francesc Tamarit, directeur de L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia et Margarita Belinchón, directrice du musée des Sciences Naturelles de Valence.

Il leur a été proposé d'analyser leurs musées en tant que communauté où cohabitent des résidents de diverses origines, allant de ceux qui sont y profondément enracinés à ceux qui viennent d'arriver. Une ville avec ses habitants de longue date, qui se connaissent depuis toujours et connaissent l'histoire de leurs familles, qui ont grandi et vieilli ensemble et se côtoient tous les jours. Et à leur côté, d'autres habitants qui viennent d'arriver, dans l'intention peut-être de s'y intégrer ou de n'y rester qu'un temps : les professeurs d'école ou de lycée, le personnel médical, les agents de police... Les pièces et les œuvres d'art sont bien entendu les habitants de la ville. Quant à nous, les employé(e)s des musées, nous sommes les étrangers, les locataires de passage, dans une plus ou moins grande mesure, et nous devons nous charger de leur santé, leur aménagement, leur éducation et leur diffusion. Notre travail et la bienveillance du village vont influencer l'arrivée de visites extérieures et nous permettront d'obtenir cette projection sociale voire touristique tant attendue.

Une telle analogie a été soumise aux intervenants quelques semaines avant la réunion ; ils n'ont donc pas été pris au dépourvu et ils ont brillamment exposé leurs expériences au fil des différentes questions :

- Comment définiriez-vous les collections de nos musées ?
- Quel est leur état de santé et les conditions de leur habitat ?
- Comment les présentons-nous en société ?
- Quelle équipe de travail est nécessaire pour atteindre l'excellence ?
- Quelle politique d'exposition, dans quel but, pour qui ?

Un problème technique n'a pas permis d'enregistrer le débat de la table ronde. Les propos qui suivent proviennent donc des notes prises lors de la séance et notamment des résumés que les participants ont bien voulu me remettre. J'ai tenté de les organiser avec plus ou moins de doigté et avec la meilleure volonté du monde. S'ils s'avèrent parfois inexacts, c'est moi le seul fautif.

### **Comment définiriez-vous les collections de nos musées ? Les collections sont un processus vivant**

Le Centro del Carmen et les autres musées ont répondu différemment à cette question.

Le premier n'a pas de collection de fonds comme telle même si l'activité permanente d'appels à bourses et prix a permis de créer une petite collection qui prendra une certaine importance dans le musée et permettra de refléter la création artistique contemporaine.

Pour ce qui est du musée de Préhistoire de Valence, sa politique d'acquisitions a toujours consisté à enrichir les collections qui proviennent en grande partie des fouilles programmées par le Service de recherche préhistorique depuis les débuts de l'institution. Ces collections très variées appartiennent toujours au domaine de l'archéologie et de la préhistoire. Les fouilles ont donc été la principale source d'acquisition mais pas la seule puisque certaines collections ont été achetées afin d'acquérir des pièces inexistantes dans les collections de préhistoire de Valence, comme celles d'Ibiza, d'Ampurias ou la collection Motos de vestiges d'Argar entre autres. Actuellement, les acquisitions concernent essentiellement des pièces de monnaie de Valence et ibériques. Certaines entrées dans le fonds du musée proviennent également de dons.

D'autre part, le musée a dernièrement reçu des pièces provenant de saisies qui sont de plus en plus fréquentes et engendrent de multiples problèmes d'espace, de gestion, d'expertise, d'évaluation et de conservation préventive, ce qui mobilise finalement une bonne partie des ressources humaines et financières de l'institution.

L'Etno, connu auparavant sous le nom de Museu Valencià d'Etnologia (ou son sigle : MUVAET), abrite quant à lui les principales collections de la culture populaire et traditionnelle du Pays Valencien. Plus de 70.000 pièces dont des objets, vêtements, photographies, témoignages et matériel de la collection éphémère constituent les fonds de sa collection. Les pièces sont entreposées à Bétera, une ville à proximité de Valence, dans un espace de près de 3.000 m<sup>2</sup>. Deux restauratrices et trois conservateurs se chargent de leur entretien permanent.

Les collections ont toujours des pièces manquantes, des carences que le musée aimerait pouvoir couvrir. La ville, les jardins et les marais, les zones sèches et la

montagne, et la mer sont les quatre axes thématiques autour desquels le musée a développé son activité afin de représenter la géographie variée de Valence à travers de riches collections. Le monde de la mer est incontestablement le moins représenté en nombre d'objets et ils seront complétés dans la mesure du possible afin de couvrir ce manque important. La collection concernant les processus de mécanisation de l'agriculture locale est également en cours d'agrandissement ; c'est un domaine de recherche qui servira prochainement à une exposition sur les profondes transformations sociales et économiques qui se sont produites dans la campagne de Valence en raison des processus de technification et de mécanisation des travaux agricoles.

Un domaine singulier des collections de L'ETNO qui a été pionnier en la matière est la mémoire orale et les témoignages recueillis par le projet «Arxiu de la Memòria Oral Valenciana». Ce projet qui a vu le jour en 1999 réunit actuellement 400 entretiens numérisés et enregistrés au format audiovisuel. Les personnes interrogées sont nées pour la plupart avant la Guerre civile et offrent de précieux témoignages sur les processus de changements économiques et socioculturels survenus dans la région de Valence lors de la deuxième moitié du XXe siècle.

Le musée des Sciences Naturelles est l'héritier du musée paléontologique historique dont l'origine remonte à la donation faite à la ville de Valence en 1889 par l'ingénieur José Rodrigo Botet qui a légué une des plus importantes collections de fossiles de mammifères du pléistocène sud-américain connues jusqu'alors. En 1925, une grande collection de coquillages de mollusques actuels provenant d'un don d'Eduardo Rosselló rejoint les fonds du musée. Depuis 1990, d'importantes collections paléontologiques provenant de gisements de Valence se sont également ajoutées, notamment celles du gisement de mammifères de Buñol, datant de 18 millions d'années, de Crevillente, avec des exemplaires de 8 millions d'années, de la Venta del Moro ou encore l'exemplaire de sirénien de Pilar de la Horadada.

Les collections du musée s'agrandissent en permanence. Dernièrement, un habitant de grande taille a fait son entrée : un squelette de rorqual commun (*Balaenoptera physalis*) provenant d'un exemplaire échoué sur la plage d'El Perellonet, récupéré en 1998 par Joaquín Sendra et déposé initialement à l'UPV. À l'heure où ses lignes sont écrites, une nouvelle collection de coquillages de très grande valeur donnée par la famille Gutiérrez Pellico vient d'entrer au musée.

### **Quel est leur état de santé et les conditions de leur habitat ?**

Tous les musées répondent de la même manière : moyen. L'état de santé des collections est moyen et il convient d'admettre que leur état n'est pas aussi bon que les personnes qui en ont la charge le souhaiteraient.

Le musée de Préhistoire et celui des Sciences Naturelles abritent des fonds acquis plus tôt car leurs collections d'origine remontent à la fin du XIXe siècle et aux premières décennies du XXe siècle. Ni les processus d'extraction ni les critères de reconstitution ou de conservation propres à cette époque n'étaient adaptés pour garantir leur préservation future. Le musée des Sciences Naturelles a entrepris un processus compliqué et coûteux pour retirer les aiguilles en fer introduites à l'intérieur des os fossilisés lors de leur reconstitution d'origine car le phénomène naturel d'oxydation constitue une menace pour les pièces. Une telle pratique était également habituelle lors de la restauration du matériel archéologique.

La figure du restaurateur est habituelle dans les musées archéologiques dès leurs origines et le musée de Préhistoire n'a pas dérogé à la règle. Cependant les personnes qui occupaient cette fonction ne possédaient pas en général de formation particulière même si elles étaient évidemment très compétentes. Elles se consacraient plus à la reconstitution d'objets pour enrichir les vitrines qu'à la conservation préventive.

L'ETNO a commencé à organiser ses collections l'année même de sa création, en 1982 mais ce n'est qu'en 2007 que l'Unité de fonds, collections et restauration a été créée.

Lors de la première décennie de 2000, les deux musées de la Diputación (musée de Préhistoire et L'ETNO) commencent à définir des critères clairs de collection pour l'acquisition de fonds, leur étude et leur restauration. Une équipe permanente de professionnels est alors chargée de la conservation et de la restauration des collections.

Même si la restauration n'a pas bénéficié de professionnels formés au niveau universitaire jusqu'à cette période (années 2000), un travail de recherche, de catalogage et de conservation des fonds avait déjà été entrepris depuis une décennie. Par exemple, l'introduction des systèmes d'inventaire et le catalogage au musée de Préhistoire sont antérieurs (années 80), comme le Marq d'Alicante. Quant aux restaurateurs, bien que non diplômés, ils travaillaient en suivant les directives précises des conservateurs et de la direction du musée. Au milieu de la décennie des années 80, tout est mis en œuvre dans cette idée d'organisation des collections, des inventaires et des catalogues.

Le musée des Sciences Naturelles n'a pas de restaurateur propre. Il doit donc faire appel à des professionnels pour aborder chaque projet d'intervention.

Dans quel état est la maison de nos habitants ? Ils ont tous la même opinion : « plutôt bien, mais avec des gouttières. » Les centres ont certes bien amélioré leurs installations mais ce n'est pas suffisant. De plus, les frayeurs sont fréquentes car comme Ramón Pelegero Raimon l'affirme judicieusement : « al meu país la pluja no

sap ploure» («dans mon pays, la pluie ne sait pas pleuvoir») et nous tremblons à chaque épisode de DANA.

La population de nos musées vieillit de plus en plus et nous avons besoin de plus d'espace et mieux aménagé pour pouvoir loger tout le monde dignement. Face à cette situation de « surpopulation », un dilemme se pose : quel patrimoine devons-nous et pouvons-nous conserver ? Et toujours, une seule et même réponse : celui que nos infrastructures et nos ressources économiques et humaines nous permettront de conserver. Un constat amer puisqu'une partie du patrimoine sera à coup sûr condamnée. Un équilibre fragile entre ce que nous possédons et ce dont nous avons besoin.

### **Comment les présentons-nous en société ?**

Ils sont tous d'accord sur cette question : un musée se construit à partir de ses collections. Mais tous affirment également que ce qui compte réellement, ce ne sont pas les collections mais ce qu'elles racontent. L'histoire qui est transmise dans les expositions est très importante et repose principalement sur les fonds de la collection. Et sans de bonnes collections, le discours risque de s'affaiblir.

Comment les présentons-nous en société ? Les quatre centres font des propositions innovantes et changeantes. La plus variable est probablement celle du Centro del Carmen compte tenu de la propre nature de l'institution. Mais ils mettent tout en œuvre pour donner une image rénovée et moderne à leur mise en scène, aussi bien dans la forme que dans le fond.

L'ETNO est peut-être celui qui a misé sur une approche plus transgressive de son exposition permanente, en cohérence avec sa conception de la culture traditionnelle qui s'éloigne de l'habituelle vision romantique, nostalgique et idéalisée de celle-ci. Le regard de L'ETNO s'attache d'une part à définir quels éléments peuvent être utiles pour reconnaître nos identités et d'autre part à analyser quels systèmes de valeurs, éco-savoirs, pratiques sociales, croyances, etc. propres à ce que l'on appelle la « culture solide » que nous avons précipitamment abandonnée, sans aucune réflexion, peuvent nous être utiles dans le présent. Il faut réfléchir sur le rôle de la culture traditionnelle dans la société contemporaine, sur le rôle des acteurs de cette culture et ses récepteurs et la manière dont elle doit être communiquée et conservée pour les générations futures. La tradition, la culture populaire, lues à travers le prisme de la contemporanéité. En accord avec cette vision, les muséographies mettent le discours de cette culture dans un contenant contemporain, sans crainte de « l'installation » (technique propre à l'art contemporain) qui peut être une partie importante de la proposition muséographique. Elles ne s'opposent pas, bien au contraire, à l'utilisation

de matériaux comme le méthacrylate, les aciers polis ou les lumières au néon pour encadrer un chariot, un commerce traditionnel ou un métier à tisser du XIXe siècle.

Tamarit explique cela vivement : « Une chose est sûre : nous, les musées d'ethnologie, dans la mesure où nous sommes dépositaires de cette culture traditionnelle, nous avons la responsabilité sociale de relever le défi de dialogue avec les citoyens pour aborder les questions qui peuvent contribuer à générer une conscience pour une société plus durable, plus juste et plus solidaire. ». Puis il continue par une affirmation qui fait l'unanimité : « Le dialogue entre la tradition et la modernité se trouve dans la manière dont nous présentons nos discours et les objets qui les accompagnent au public.»

### **Quelle équipe de travail est nécessaire pour atteindre l'excellence ?**

Il convient de faire ici une nette distinction entre les musées de la Diputación et les deux autres, ce qui pourra certainement être extrapolé en grande mesure à l'ensemble des musées nationaux.

De manière générale, le musée de Préhistoire et L'ETNO possèdent un effectif complet de conservateurs, techniciens, personnel administratif et de métier. Il est évident que des améliorations seraient nécessaires en ce qui concerne le personnel technique pour consolider les domaines de la restauration, conservation, fonds photographiques, production d'expositions et communication. Dans de nombreux cas, il s'agit plus d'un problème de gestion de personnel et de modifications de contrats et de profiter des départs à la retraite pour construire l'équipe de travail nécessaire. Ce point lance d'ailleurs un débat très intéressant qui concerne tous les musées : le vieillissement du personnel et l'optimisation des systèmes de transmission des connaissances.

Dans le cas du Centro del Carme et celui du musée des Sciences, José Luís Pérez Pont et Margarita Belinchón soulignent et ont souligné à plusieurs reprises le besoin d'augmenter les effectifs afin de pouvoir aborder la dynamique développée par les deux centres. Le cas du musée des Sciences est particulièrement grave car la directrice a dirigé en solitaire le processus de création du musée et ses douloureuses pérégrinations pour passer de l'ancien Almudín à la Sala Municipal de Exposiciones et à l'actuel siège des Jardines de Viveros. Elle continue seule à la tête de l'institution depuis 1999, en conciliant la conservation et la recherche, les multiples expositions temporaires, la divulgation, la gestion des donations et l'organisation d'activités, avec un don d'omniprésence rendu possible grâce à son immense capacité pour négocier avec les institutions qui soutiennent ses projets et à sa disposition pour attirer des étudiants stagiaires.

### **Quelle politique d'exposition, dans quel but, pour qui ?**

Comme le reflète son propre site, le Consorci de Museus de la Comunitat Valenciana se charge d'articuler l'offre d'expositions dans la Comunitat Valenciana, en coordonnant et en dirigeant les activités qui couvrent une grande partie de la programmation des salles et des musées des trois provinces : à Valencia, le musée des Beaux-Arts, le Centre del Carme, las Atarazanas, le musée de la Ville ou l'Almudín ; à Castellón, le Museu de Belles Arts et l'Espai d'Art Contemporani ; et à Alicante, le musée des Beaux-Arts Gravina, la Lonja del Pescado, le centre culturel Las Cigarreras ou le musée d'art contemporain d'Alicante (MACA).

Le Consorci de Museus a mené différentes lignes d'action selon ses principes de base. Sans perdre de vue la révision historique de l'art de Valence et soucieux de soutenir l'art et les artistes actuels, le consortium est actuellement en cours de transformation vers un nouveau modèle de gestion basé sur l'égalité et la professionnalisation du secteur artistique de Valence.

En ce qui concerne le musée de Préhistoire et L'ETNO, les deux mettent tout en œuvre pour produire leurs propres expositions. Le premier cherche à présenter au public les progrès des connaissances en archéologie de la région de Valence en particulier mais pas seulement. L'ETNO, quant à lui, est centré sur la culture de Valence. Les deux produisent et diffusent des connaissances issues des recherches de leur équipe de conservateurs. Ils et elles sont les commissaires des expositions basées en grande mesure sur les propres collections. Ce n'est que lorsque ces dernières abordent des matières dans lesquelles il n'y a pas de spécialistes disponibles qu'ils font appel à des commissaires externes.

Le musée des Sciences Naturelles combine des expositions propres organisées par la direction avec le soutien de chercheurs missionnés au moyen d'assistances techniques et d'autres cédées par des institutions externes. Le musée privilégie la haute vulgarisation scientifique sans renoncer toutefois à servir d'espace de présentation d'expositions propices au débat social à condition qu'il y ait un lien avec la nature ou les sciences. Cette idée est à l'origine de deux expositions audacieuses comme «Mastectoart. La bellessa del cossos diferents» (2016) et «Sin azul no hay verde» (2019).

Car en fin de compte, dans quel but et à qui est destinée la politique d'exposition ? Tous sont d'accord pour affirmer qu'elle s'adresse à la société dans son ensemble. Le musée doit être capable de susciter un débat, de créer de nouvelles formes de loisirs, de se rapprocher de tous les collectifs sociaux, de se réinventer au quotidien. Les publics, la demande insistante du nombre de visiteurs qui inquiète tant la classe politique ne peuvent pas servir de mesure et ne doivent pas être brandis comme le drapeau de la victoire. La satisfaction des visiteurs qu'ils soient nombreux ou pas, doit passer avant tout.

# MESA REDONDA: DEFINICIÓN DE MUSEO EN EL SIGLO XXI

---

## **RAFAEL COMPANYY**

Director de MUVUM. Museu Valencià de la Il·lustració i la Modernitat

## **NÚRIA ENGUITA**

Directora de Bombas Gens Centre d'Art

## **IÑAKI ARRIETA**

Universidad del País Vasco

## **CRISTINA AGUIRRE**

Directora de la empresa Kó Gestión Cultural

Modera:

## **TERESA REYES**

Vicepresidente ICOM-España

La mesa redonda se celebra en el marco del Encuentro de Museología que el Comité español de ICOM realiza cada tres años abordando una temática concreta. En esta ocasión el Encuentro se celebra en el Museu Valencià de Etnologia de la ciudad de València. Bajo el lema "Los habitantes del museo", durante el primer día se planteará como están configuradas las colecciones de los museos y cómo se difunden. La segunda jornada versará sobre quiénes son los visitantes de los museos. Al final del segundo día y a raíz de la propuesta del Comité de ICOFOM que está trabajando en la redefinición de museo en el siglo XXI, se celebra la mesa redonda sobre la definición de museo.

Incluir esta mesa redonda dentro del evento principal del Comité Español de ICOM facilita el acceso a la misma a un amplio número de profesionales. Los 170 museólogos participantes son representativos de una amplia variedad de orígenes geográficos, así como de una diversidad de equipamientos, constituyendo una muestra representativa de la realidad de los museos españoles.

Los cuatro ponentes de la mesa redonda ofrecen una visión amplia y diversa de los perfiles profesionales que podemos hallar en nuestros equipamientos museológicos. Así, contamos con un director de un museo público - Rafael Company, MUVIM. Museu Valencià de la Il·lustració i la Modernitat -, una directora de un museo privado - Núria Enguita, Bombas Gens Centre d'Art de València -, un profesor de museología de la universidad - Iñaki Arrieta, Universidad del País Vasco de Donostia - y la directora de una empresa privada que gestiona museos de titularidad pública - Cristina Aguirre, K6 Gestión Cultural de Donostia -. Al final de su exposición el público de la sala pudo expresar sus dudas y opiniones relativas a cuanto se había expuesto en la mesa redonda, propiciándose un interesante debate.

En primer lugar, se explicitaron y desarrollaron las respuestas a las cuatro preguntas planteadas por ICOFOM, que fueron facilitadas con anterioridad a los componentes de la Mesa:

**¿Cuáles cree usted que son las contribuciones más relevantes e importantes que los museos pueden aportar a la sociedad en la década por venir?**

Los museos, en tanto que custodios y difusores del patrimonio, así como de la memoria colectiva, pueden y deben hacer una aportación significativa al bienestar e inquietudes del ciudadano. Deben ser centros de desarrollo y creatividad, a la vez que dispositivos de mediación, que contribuyan a la conservación y difusión del patrimonio y propicien un desarrollo cultural sostenible. Estos equipamientos se proclaman valedores del derecho inalienable a la cultura por parte de la ciudadanía, al tiempo que aspiran a devenir espacios de encuentro y ágoras para el diálogo y el pensamiento crítico.

Se impone la búsqueda de un equilibrio entre su clásico deber básico, el cuidado y

gestión de las colecciones, y el papel que poco a poco van adquiriendo en tanto que dinamizadores culturales. Enraizarse en el lugar donde están ubicados, trabajando, relacionándose y vinculándose con su entorno es también fundamental en el papel que los museos están llamados a desarrollar.

A su vez, deben ser creativos y buscar la relación del objeto y las colecciones con las personas, buscar herramientas para conectar el patrimonio cultural con la actualidad. Los nuevos perfiles de comunicación basados en las nuevas tecnologías pueden ayudar a ello y contribuir al debate y transformación de la situación en la que nos encontramos.

**¿Cuáles cree usted que son las tendencias más fuertes y los retos más serios que su país enfrenta en la próxima década?**

El envejecimiento de la población y por tanto las políticas de salud y bienestar. La gestión sostenible de los recursos y el desarrollo de una sociedad más justa, inclusiva y reflexiva. El mantenimiento del espíritu “sin ánimo de lucro”, y por tanto del derecho al acceso universal a la cultura y los bienes comunes.

La desigualdad –en todas sus formas- representa un reto importante. Conseguir progreso, más allá del meramente económico. La mejora de las deterioradas condiciones socioeconómicas de la población golpeada por la implementación de políticas y prácticas neoliberales, la gestión democrática de las tensiones identitarias y nacionalistas, así como el deterioro de las libertades ciudadanas.

**¿Cuáles cree usted que son las tendencias más fuertes y los retos más serios que enfrentan los museos de su país en la próxima década?**

La eficiencia, a la vez que la autocrítica. La interacción con la comunidad y la generación de experiencias significativas. Ayudar a convertir la cultura y el arte en mecanismos emancipadores, que contribuyan a contener las tendencias retrógradas, así como las situaciones de marginalidad, exclusión, desigualdad, etc. La relación con el conjunto de la sociedad, más allá de los grupos de público ya consolidados. Aumentar la capacidad de influir en el bienestar de la comunidad a través de la difusión del patrimonio. La dinamización de la cultura en un contexto de aumento del control y supervisión por parte del poder económico y político para, de esta forma, favorecer la capacidad de reflexión y diálogo de los ciudadanos y ciudadanas mediante el conocimiento y aprovechamiento intelectual del patrimonio cultural.

Ser capaces de entender y favorecer la interrelación entre patrimonio material e inmaterial y, sobre todo, entre patrimonio cultural y natural. Hacer que los responsables políticos y la comunidad que los ampara sean conscientes de las posibilidades que brinda un equipamiento museístico en su comunidad.

**¿Cómo cree que los museos deben cambiar y adaptar principios, valores y métodos de trabajo durante la próxima década para hacer frente a estos retos y enriquecer nuestras contribuciones?**

Reequilibrar los parámetros de gestión, relativizando la importancia que se otorga a los objetivos de público potencial. Establecer verdaderos canales de vertebración entre museos y, actuar como dispositivos abiertos al visitante.

Ser instituciones más próximas a la comunidad local. El museo tradicional debe abrirse a su territorio de influencia. Es necesario entender que todos los museos lo son de la contemporaneidad, ya que desde cualquier disciplina, época o colección podemos y debemos conectar con la actualidad.

Convencer a los representantes políticos de que deben comprometerse económica y políticamente con la viabilidad de los equipamientos museísticos, para que estos logren desarrollar correctamente la misión que tienen encomendada y sus potencialidades. E igualmente transmitir que su valía y calidad de servicio no se puede medir solo por el número de personas que lo visitan o los ingresos que generan, debiendo tener en cuenta el uso que hacen, que les transmiten, como contribuyen a su experiencia, aprendizaje, bienestar, etc.

En cuanto a la propia definición actual de Museo, se abordaron algunos de los términos que la configuran. Así pues, se debatió el término "sin fines de lucro", acordando que, el objetivo de alcanzar la rentabilidad económica debe pasar a un segundo plano frente al derecho al acceso y a la participación en la cultura.

Así mismo se planteó la relación entre "sin ánimo de lucro" y el "servicio a la sociedad" y, si este último concepto debería ser más explícito, ya que el museo ha de aspirar a ser un reflejo y un apoyo a la población local. El museo no ha de tener entre sus objetivos el lucro. Como mucho una legítima aspiración a generar recursos de todo tipo que le ayuden a cumplir sus cometidos, siendo todos ellos, servicios a la sociedad que los dota de sentido. Un correcto "servicio a la sociedad" exige que el museo la explique, interprete y haga por su transformación en algo más justo, equilibrado e integrador. Si ello se logra también generando recursos, estos no son un fin en sí mismos, aunque pueden ayudar a su sustento.

Igualmente se constató que el término "investiga" es inherente, sin ningún género de dudas, a la actividad del museo, por lo que debe continuar formando parte de la definición del mismo. En cuanto al concepto de "educación", se planteó que quizás se debería añadir el de "mediación", ya que ambos definirían mejor el papel que en este campo, ejercen los museos en nuestros días.

# ROUND TABLE: DEFINITION OF MUSEUM IN THE 21<sup>ST</sup> CENTURY

---

**RAFAEL COMPANY**

Director de MUVUM. Museu Valencià de la Il·lustració i la Modernitat

**NÚRIA ENGUITA**

Directora de Bombas Gens Centre d'Art

**IÑAKI ARRIETA**

Universidad del País Vasco

**CRISTINA AGUIRRE**

Directora de la empresa Kó Gestión Cultural

Modera:

**TERESA REYES**

Vicepresidenta ICOM-España

The round table is held within the framework of the Museology Meeting that the Spanish ICOM Committee organises every three years, dealing with a specific theme. On this occasion, the meeting will be held at the Museu Valencià de Etnologia [Valencian Museum of Ethnology], in the city of Valencia. Under the slogan "The museum inhabitants", the first day will focus on how museum collections are configured and how they are disseminated. The second day will focus on who museum visitors are. At the end of the second day and following the proposal of the ICOFOM Committee, which is working on the redefinition of museums in the 21<sup>st</sup> century, a round table will be held on the definition of museum.

The inclusion of this round table within the main event of the Spanish ICOM Committee makes it easier for a large number of professionals to access it. The 170 participating museologists are representative of a wide variety of geographical origins, as well as a diversity of facilities, constituting a representative sample of the reality of Spanish museums.

The four speakers at the round table offer a broad and diverse vision of the professional profiles that can be found in our museum facilities. Thus, we have a director of a public museum - Rafael Company, MUVIM - Museu Valencià de la Il·lustració i la Modernitat [Valencian Museum of Illustration and Modernity] -; a director of a private museum - Núria Enguita, Bombas Gens Art Centre in Valencia -; a university museology professor - Iñaki Arrieta, University of the Basque Country in San Sebastian -; and the director of a private company that manages public museums - Cristina Aguirre, K6 Gestión Cultural, S.L., San Sebastian -. At the end of their presentations, the audience in the hall were able to express their doubts and opinions on what had been presented at the round table, leading to an interesting debate.

First of all, the answers to the four questions posed by ICOFOM, which were previously provided to the members of the round table, were explained and developed:

**Which do you think are the most relevant and important contributions that museums can make to society in the decade to come?**

Museums, as custodians and disseminators of heritage and collective memory, can and should make a significant contribution to the well-being and concerns of citizens. They must be centres of development and creativity, as well as mediation devices, which contribute to the conservation and dissemination of heritage, and promote sustainable cultural development. These facilities proclaim themselves to be the defenders of citizens' inalienable right to culture, while aspiring to become meeting places and agoras for dialogue and critical thinking.

A balance must be struck between their basic classical duty, the care and management of collections, and the role they are gradually acquiring as cultural facilitators. Being rooted in the place where they are located, working, relating and linking with their surroundings is also fundamental to the role that museums are called upon to develop.

At the same time, they must be creative and seek the relationship between the object, and the collections and people, looking for tools to connect cultural heritage with the present day. New communication profiles based on new technologies can help this and contribute to the debate and transformation of the situation in which we find ourselves.

**What do you see as the strongest trends and the most serious challenges your country faces in the next decade?**

Population ageing, and therefore health and welfare policies. Sustainable resource management and the development of a fairer, more inclusive and reflective society. Maintaining the “not-for-profit” spirit, and thus the right to universal access to culture and common assets.

Inequality - in all its forms - represents a major challenge. Achieving progress, beyond the merely economic aspect. Improving the deteriorating socio-economic conditions of the population hit by the implementation of neoliberal policies and practices, the democratic management of identity and nationalist tensions, as well as the deterioration of citizens’ freedoms.

**What do you think are the strongest trends and the most serious challenges facing museums in your country in the next decade?**

Efficiency, as well as self-criticism. Interaction with the community and the generation of meaningful experiences. Helping to turn culture and art into emancipatory mechanisms, which will contribute to containing retrograde tendencies, as well as situations of marginality, exclusion, inequality, etc. The relationship with society as a whole, beyond the already consolidated groups of audiences. Increasing the capacity to influence the well-being of the community through the dissemination of heritage. The revitalisation of culture in a context of increased control and supervision by economic and political power, thus favouring the capacity for reflection and dialogue of citizens through the knowledge and intellectual use of cultural heritage.

To be able to understand and promote the interrelation between tangible and intangible heritage and, above all, between cultural and natural heritage. To make decision-makers and the community that supports them aware of the possibilities offered by a museum facility in their community.

**How do you think museums need to change and adapt principles, values and working methods over the next decade to meet these challenges and enrich our contributions?**

Rebalance management parameters, relativising the importance given to potential audience targets. Establish real supportive channels between museums, and act as mechanisms open to visitors.

Bring the institutions closer to the local community. The traditional museum must open up to its territory of influence. It is necessary to understand that all museums are contemporary museums, since from any discipline, period or collection, we can and must connect with the present day.

To convince political representatives that they must commit themselves economically and politically to the viability of museum facilities, so that they can correctly develop the mission entrusted to them and their potential. And likewise, they must convey that their service value and quality cannot be measured only by the number of people who visit them or the income they generate, but they must also take into account the use they make of them, what they transmit to them, how they contribute to their experience, learning, well-being, etc.

With regard to the current definition of a museum, some of the terms that configure it were discussed. Thus, the term "non-profit" was debated, and it was agreed that the objective of achieving economic profitability should take second place to the right to access and participate in culture.

The relationship between "non-profit" and "service to society" was also raised, and whether the latter concept should be more explicit, as the museum should aim to be a reflection of and support for the local population. Profit should not be one of the museum's objectives. At most, a legitimate aspiration to generate different kinds of resources that help it to fulfil its tasks, all of which must be services to the society that gives them meaning. A correct "service to society" requires that the museum explains it, interprets it and works for it to be transformed into something fairer, more balanced and inclusive. If this is also achieved by generating resources, these are not an end in themselves, although they can help to sustain them.

It was also noted that the term "research" is clearly inherent to the activity of the museum, and should continue to be part of the definition of the museum. With regard to the concept of "education", it was suggested that "mediation" should perhaps be added, as both would better define the role of museums in this field today.

# TABLE RONDE: DÉFINITION DE MUSÉE AU XXI<sup>e</sup> SIÈCLE

---

## **RAFAEL COMPANY**

Director de MUVUM. Museu Valencià de la Il·lustració i la Modernitat

## **NÚRIA ENGUITA**

Directora de Bombas Gens Centre d'Art

## **IÑAKI ARRIETA**

Universidad del País Vasco

## **CRISTINA AGUIRRE**

Directora de la empresa Kó Gestión Cultural

Modera:

## **TERESA REYES**

Vicepresidenta ICOM-España

La table ronde est organisée dans le cadre de la Rencontre de muséologie que le Comité espagnol de l'ICOM réalise tous les trois ans autour d'un thème choisi. À cette occasion, la rencontre a lieu au Museu Valencià de Etnologia de la ville de València. Sous le titre « Les habitants du musée », la première journée aborde la manière dont les collections des musées sont configurées et diffusées. La deuxième journée examine la figure du visiteur de musées. Une table ronde sur la définition du musée est prévue à la fin de la deuxième journée suite à la proposition du comité de l'ICOFOM qui travaille sur la révision de la définition du musée au XXI<sup>e</sup> siècle.

Cette table ronde organisée à l'occasion de l'événement marquant du Comité espagnol de l'ICOM permet de réunir de nombreux professionnels. Les 170 muséologues qui y participent se caractérisent par une grande variété d'origines géographiques et d'équipements, constituant un échantillon représentatif de la réalité des musées espagnols.

Les quatre participants à la table ronde offrent une vision large et variée des profils professionnels habituels de nos musées. Elle réunit ainsi un directeur de musée public, - Rafael Company, MUVIM. Museu Valencià de la Il·lustració i la Modernitat -, une directrice de musée privé - Núria Enguita, Bombas Gens Centre d'Art de València-, un professeur de muséologie de l'université - Iñaki Arrieta, Universidad del País Vasco de Donostia - et la directrice d'une entreprise privée qui gère des musées publics - Cristina Aguirre, K6 Gestión Cultural de Donostia -. À la fin du colloque, le public a été invité à poser des questions et à donner son avis sur les sujets traités, ce qui a donné lieu à un débat très intéressant.

Les participants à la table ronde se sont tout d'abord exprimés sur les quatre questions soumises par l'ICOFOM et qui leur avaient été communiquées auparavant :

**Selon vous, quelles sont les principales contributions des musées envers la société dans la décennie à venir ?**

Les musées, en tant que gardiens et diffuseurs du patrimoine et de la mémoire collective peuvent et doivent contribuer de manière significative au bien-être et aux inquiétudes du citoyen. Ils doivent être des centres de développement et de créativité mais aussi des dispositifs de médiation qui participent à la conservation et à la diffusion du patrimoine et favorisent un développement culturel durable. Ces équipements sont déclarés intendants du droit inaliénable à la culture par les citoyens et aspirent à devenir des espaces de rencontre et des lieux propices au dialogue et à la pensée critique.

Il convient de trouver un équilibre entre leur devoir essentiel classique, l'entretien et la gestion des collections et le rôle qu'ils acquièrent peu à peu en tant que

levier de dynamisation culturelle. S'enraciner à l'endroit où ils se trouvent, en travaillant, en créant des rapports et des liens avec leur environnement est également essentiel dans le rôle que les musées sont appelés à jouer.

Ils doivent être à leur tour créatifs et mettre en rapport l'objet, les collections et les personnes, trouver des outils pour relier le patrimoine culturel et l'actualité. Les nouveaux modes de communication basés sur les nouvelles technologies peuvent aider à y parvenir et contribuer au débat et à l'évolution de la situation actuelle.

**Selon vous, quelles sont les grandes tendances et les principaux défis que votre pays devra affronter lors de la prochaine décennie ?**

Le vieillissement de la population et par conséquent les politiques en matière de santé et de bien-être. La gestion durable des ressources et le développement d'une société plus juste, plus inclusive et plus portée sur la réflexion. Le maintien de l'esprit « à but non lucratif » et par conséquent le respect du droit à l'accès universel à la culture et aux biens communs.

L'inégalité - sous toutes ses formes - constitue un défi important. Progresser, au-delà de l'aspect purement économique. L'amélioration des conditions socioéconomiques détériorées de la population frappée par la mise en place de politiques et de pratiques néolibérales, la gestion démocratique des tensions identitaires et nationalistes ainsi que la dégradation des libertés des citoyens.

**Selon vous, quelles sont les grandes tendances et les principaux défis que votre pays devra affronter lors de la prochaine décennie ?**

L'efficacité ainsi que l'autocritique. L'interaction avec la communauté et la création d'expériences significatives. Parvenir à ce que la culture et l'art deviennent des mécanismes d'émancipation qui contribuent à contenir les tendances rétrogrades ainsi que les situations de marginalité, d'exclusion, d'inégalité, etc. Le rapport avec l'ensemble de la société, au-delà des groupes de public consolidés. Augmenter la capacité d'influence sur le bien-être de la communauté au moyen de la diffusion du patrimoine. La dynamisation de la culture dans un contexte de contrôle et de surveillance accrus de la part du pouvoir économique et politique dans le but de favoriser la capacité de réflexion et de dialogue des citoyens et des citoyennes par la connaissance et l'utilisation intellectuelle du patrimoine culturel.

Être capables de comprendre et de favoriser l'interdépendance entre le patrimoine matériel et immatériel et notamment entre le patrimoine culturel et naturel. Faire prendre conscience aux responsables politiques et à la communauté qui les protègent des possibilités offertes par les musées dans leur communauté.

**À votre avis, de quelle manière les musées doivent-ils évoluer et adapter leurs principes, leurs valeurs, leurs méthodes de travail dans la décennie à venir pour relever de tels défis et augmenter leurs contributions ?**

Rééquilibrer les paramètres de gestion en relativisant l'importance qui est accordée aux objectifs de public potentiel. Établir de vrais canaux d'articulation entre les musées et agir comme dispositifs ouverts au visiteur.

Être des institutions plus proches de la communauté locale. Le musée traditionnel doit s'ouvrir sur son territoire d'influence. Il est nécessaire de comprendre que tous les musées appartiennent à la contemporanéité car nous pouvons et nous devons nous connecter à l'actualité à partir de n'importe quelle discipline, époque ou collection.

Convaincre les représentants politiques de s'engager financièrement et politiquement pour la viabilité des musées afin que ces derniers parviennent à remplir la mission dont ils sont chargés et à développer tout leur potentiel. Leur valeur et leur qualité de service ne doivent pas être mesurées seulement par le nombre de personnes qui les fréquentent ou les revenus générés mais aussi par l'utilisation qui en est faite, ce qui leur transmettent, la manière dont ils contribuent à leur expérience, leur apprentissage, leur bien-être, etc.

Pour ce qui est de la définition actuelle du musée, plusieurs termes qui en font partie ont été abordés. Un débat a donc eu lieu autour de l'expression « à but non lucratif », convenant que l'objectif de la rentabilité économique doit être relégué au second plan par rapport au droit à l'accès et à la participation à la culture.

Le rapport entre « à but non lucratif » et « service à la société » a été également étudié, cette dernière notion devant être plus explicite étant donné que le musée doit représenter et soutenir la population locale. L'enrichissement ne doit pas figurer dans les objectifs du musée et il doit y avoir tout au plus une aspiration légitime de générer différentes ressources qui l'aident à remplir sa mission, à savoir, des services pour la société qui les dotent de sens. Un bon « service à la société » exige que le musée l'explique, l'interprète et mette tout en œuvre pour en faire quelque chose de plus juste, de plus équilibré et de plus inclusif. Si ceci passe aussi par la génération de ressources, celles-ci ne seront pas une fin en soi même si elles permettent de subvenir à ses besoins.

D'autre part, il a été constaté que le terme « recherche » est de toute évidence inhérent à l'activité du musée ; il doit donc figurer dans sa définition. Pour ce qui est de la notion « d'éducation », le terme « médiation » devrait être éventuellement ajouté car ils définiraient parfaitement à eux deux le rôle que les musées jouent actuellement dans ce domaine.

LOS MUSEOS  
COMO MAPAS DE HUMANIDAD.  
LA EXPERIENCIA DE LA RED  
MUSEÍSTICA PROVINCIAL  
DE LUGO (RMPL)  
RED INTERNACIONAL MUSAPALABRA

---

ENCARNA LAGO GONZÁLEZ

LEONARDO CASADO LAZO

PATRICIA TORRES AGUIAR UGARTE

ANA MARÍA FERRO FERNÁNDEZ

ÁNGELES MIGUÉLEZ MARTINEZ

JUAN IGNACIO MÁRQUEZ

ANA COVADONGA LÓPEZ BOADO

RAQUEL GUERRERO PRIETO

FRANCISCA ABUÍN VILLAR

**LOS MUSEOS COMO MAPAS DE HUMANIDAD. LA EXPERIENCIA DE LA RED MUSEÍSTICA PROVINCIAL DE LUGO (RMPL). RED INTERNACIONAL MUSAPALABRA.**

Encarna Lago González, Leonardo Casado Lazo, Patricia Torres Aguiar Ugarte, Ana María Ferro Fernández, Ángeles Miguélez Martínez, Juan Ignacio Márquez, Ana Covadonga López Boado, Raquel Guerrero Prieto, Francisca Abuín Villar

El texto plantea el enfoque que desde la Red Museística Provincial de Lugo (Galicia) se está desarrollando para activar, reforzar o desarrollar proyectos entre los museos de la red y sus comunidades de referencia (mapas de humanidad). Diálogo, gestión social, compromiso, bienestar común, son algunos de los vectores que dirigen las acciones que se plantean.

Palabras clave: *Museos en red, comunidades, Lugo.*

**MUSEUMS AS MAPS OF HUMANITY. THE EXPERIENCE OF THE PROVINCIAL MUSEUM NETWORK OF LUGO (RMPL). MUSAPALABRA INTERNATIONAL NETWORK.**

Encarna Lago González, Leonardo Casado Lazo, Patricia Torres Aguiar Ugarte, Ana María Ferro Fernández, Ángeles Miguélez Martínez, Juan Ignacio Márquez, Ana Covadonga López Boado, Raquel Guerrero Prieto, Francisca Abuín Villar

The text sets out the approach that the Provincial Museum Network of Lugo (Galicia) is developing to activate, reinforce or develop projects between the network museums and their communities of reference (maps of humanity). Dialogue, social management, commitment, common welfare, are some of the vectors that drive the proposed actions.

Keywords: *Networking museums, communities, Lugo.*

**LES MUSÉES EN TANT QUE CARTES HUMAINES. L'EXPÉRIENCE DU RÉSEAU RÉGIONAL DE MUSÉES DE LUGO (RMPL). RÉSEAU INTERNATIONAL MUSAPALABRA.**

Encarna Lago González, Leonardo Casado Lazo, Patricia Torres Aguiar Ugarte, Ana María Ferro Fernández, Ángeles Miguélez Martínez, Juan Ignacio Márquez, Ana Covadonga López Boado, Raquel Guerrero Prieto, Francisca Abuín Villar

Le texte présente l'approche qui est développée par le Réseau régional de musées de Lugo (Galice) afin de fonder, renforcer ou mener à bien des projets entre les musées du réseau et ses communautés de référence (cartes humaines). Le dialogue, la gestion sociale, l'engagement, le bien-être commun sont autant de vecteurs qui dirigent les actions envisagées.

Mots-clés : *musées en réseau, communautés, Lugo.*



# LOS MUSEOS COMO MAPAS DE HUMANIDAD LA EXPERIENCIA DE LA RED MUSEÍSTICA PROVINCIAL DE LUGO (RMPL) RED INTERNACIONAL MUSAPALABRA

ENCARNA LAGO GONZÁLEZ, LEONARDO CASADO LAZO, PATRICIA TORRES  
AGUIAR UGARTE, ANA MARÍA FERRO FERNÁNDEZ, ÁNGELES MIGUÉLEZ  
MARTINEZ, JUAN IGNACIO MÁRQUEZ, ANA COVADONGA LÓPEZ BOADO,  
RAQUEL GUERRERO PRIETO, FRANCISCA ABUÍN VILLAR.

**Los museos, su razón de ser y posibilidades.** El museo como bien común opera como custodio de un patrimonio para diversas comunidades de personas. Éstas pueden sentirse con un grado de identificación mayor o menor con él, dado a partir de los intercambios que puedan establecer desde el conocimiento, la sensibilización emotiva, identitaria y de una memoria que puede ser compartida. La forma de vinculación entre museos y comunidades se construye -y deconstruye- entonces a partir de diálogos que sin perder la frescura de los encuentros ocasionales, deben sostenerse con una planificación estratégica sostenible que potencie la sinergia entre dichos actores.

Este proceso implica poner en valor la importancia de la gestión, que como gesto y como gesta, debe saber gerenciar, guiar y coordinar el plan museológico que desde los diversos programas del museo, concebidos como un sistema funcional y estable, vele por el equilibrio de funciones desde una permanente retroalimentación entre esta tarea a partir de una fluida interacción con su entorno. La capacidad de la gestión debe servir para que las necesidades de las comunidades parte pueden cumplirse a partir de derribar aquellas barreras (reales o imaginarias) que faciliten la convivencia de un lugar real para el encuentro humano.

**El diálogo como modo de comunicación.** Reconocemos que existen problemas con la comunicación que el museo establece con sus comunidades visitantes dentro y fuera de él. Este fenómeno no ocurre solamente durante la experiencia de visita en la comunicación que pueden establecer con los objetos expuestos y ayudarles con otros formatos comunicativos en sala a nivel museográfico o la comunicación dada mediante la difusión de actividades para la divulgación del patrimonio y su deseo de impacto a un mayor número de personas a través de una conexión e inclusión (virtual como física).

Existen hoy nuevos códigos, nuevos lenguajes, nuevas formas de comunicarnos que generan nuevas formas de producir, circular y consumir cultura que llevan a replantear el modo en que el museo se vincula con lxs otrxs. Así entendido, dejar viejos paradigmas del mono diálogo para dar apertura a un diálogo correspondido y consensuado se torne vital para generar entonces otro museo, uno que propicie el intercambio de escala humana, cara a cara, aprehensible y compartido con los distintos modos de habla, con los distintos niveles y capacidades de quienes participen de la interlocución.

**Adentro-Afuera-Adentro. Los niveles de actuación.** Los procesos que el museo emprende van dirigidos a otros, tienen una intencionalidad y siempre generan un proceso de regreso (como un bumerang), hay una respuesta, repercute en alguien, genera una respuesta que ha de ser capitalizada por el museo. La apertura debe ser amplia, en la construcción de saberes conjuntos, en el desarrollo de exposiciones cuyas temáticas digan algo a los otros, que vayan más allá del intelecto, toquen lo humano de cada persona, en todos los niveles, somos personas dialogando con otras personas a partir de nuestros elementos materiales e inmateriales comunes y diversos. Los niveles de actuación del mapa humano que la Red Museística tiene, son dinámicos y parten de un punto inicial en la cartografía, que destaca las acciones al interior de los equipos de trabajo, acordes con su misión y visión de cada museo, en donde la participación, la inclusión, el diálogo está presente en todos los ámbitos del quehacer museal.

Así, se dan pasos claros, donde las acciones son consensuadas, en diálogo constante con sus pares, colaboradores, artistas y colectivos diversos. Cada una de las personas con las que tiene contacto y forma comunidad es valiosa,

es espejo de saberes y memoria humana en colectivos de personas con un interés común: lo humano como generador de cultura, patrimonio, territorio común.

**Un museo común, la comunidad como centro.** Si bien es cierto que en las últimas décadas, las comunidades están en el meollo del interés museológico y esta preocupación no es un tema nuevo en agenda, sino el fruto de un paradigma crucial en el campo del patrimonio. Este fenómeno, iniciado en tiempos de la posguerra -a fines de los años '60 e inicios de los '70-, dio origen a la llamada Nueva Museología, gestora del mayor cambio del siglo XX en museos al virar postulados del decimonónico museo=edificio/colección/visitante por el de museo=territorio/patrimonio/comunidad(es). Esta perspectiva teórica, con su correlato práctico en los ecomuseos, museos comunitarios y hoy en la denominada museología centran su reflexión y acción en los sujetos, en las personas que forman colectivos de distinta índole, portadores de memoria en un cuerpo personal y social. Esta postura, conlleva a un modelo innovador de gestión organizacional para el museo ya que auspicia una participación activa de diferentes actores de la comunidad, que excluidos de simbólica y materialmente de la institución, comienzan a ser tenidos en cuenta como sujetos de derecho pleno, por ende culturales.

Las comunidades son entonces portadoras de una voz válida, con capacidad de irrumpir en las narrativas del museo, de formar parte de acciones, programas y proyectos que incluyan sus historias, anhelos, deudas y proyectos como partícipes de un devenir común por resignificar. El museo, como cartografía humana y de saberes, debe abrir el juego, descontracturar esquemas rígidos de gestión, consensuar y dialogar con la comunidad constituida como nuevo miembro del equipo de trabajo. La habitabilidad de este nuevo territorio co-construido se torna un ejercicio clave para comprender la dimensión humana que implica pensar en museos que sirvan para la vida entendiendo a ésta como una relación propia de ecosistema sociocultural.

La Red Museística Provincial en este marco realiza una profunda tarea en colaboración con asociaciones de migrantes, niñez, juventud y tercera edad, de personas con discapacidad y de diversidad sexual que le permiten abordar el territorio y su diversidad, recorrer el mapa local con otras voces, realidades

y miradas que a partir del patrimonio compartido, entendido como don y no como herencia vacía de sentido, manifiesta positivamente el impacto de las políticas públicas cuando se gestionan en conjunto, redibujando los límites de la cartografía social impuesta por una consensuada sociedad. Este rediseño del mapa reconoce las paradojas de lo público, que si bien es de todxs, para muchxs es lo único. Allí, el museo debe entonces asumir con plena conciencia su valor como garante para la justicia social en esa construcción simbólica de un museo por/para/con toda la comunidad.

**La gestión social del museo, un compromiso sostenible.** Se debe tener clara que la gestión museológica se desarrolla en tres diferentes niveles de actuación: en el interior, el exterior y en el entorno. La experiencia de Lugo nos demuestra cual es el valor de la red para la gestión: las personas. El equipo de trabajo es parte de la sociedad lucense, y en cotidiano laboral conforma una comunidad de práctica que pauta metodologías de trabajo, construye una cultura organizacional atravesada por valores comunes, guiada por su pensamiento situado en el contexto donde están insertos. Su misión, desde los proyectos encarados en lo museográfico, conservación y educación -entre otras- se establece a partir de las colaboraciones que establecen con artistas o curadores externos, que son partes de sus comunidades, de ese exterior que a través de una mirada humana configura nuevos modos de trabajo que repercuten en el entorno.

La Red Museística Provincial entonces entiende que el único camino para la innovación en la gestión pasa por la interactividad, por desarrollar la capacidad de una hibridación de actores, de capacidades y proyectos comunes que ponderen no solamente un desarrollo sostenible, atento a las demandas y necesidades sociales, culturales y ambientales donde tiene ingerencia su política como estamento público. La gestión social del museo se concibe entonces como norte, como brújula permanente al momento de habitar el espacio socialmente construido.

**Transformar, esa es la cuestión.** Los postulados de la Nueva Museología a través de los distintos encuentros internacionales desde 1972 han tomado entidad en un acotado número de museos, pero no por ello menos importante. La Red

Museística Provincial de Lugo se encuentra entre las instituciones internacionales que adhiriéndose a dichos principios, ha logrado sostener desde hace casi dos décadas un modelo de gestión museológica apoyada en prácticas reflexivas -intra y extra organización- que han transformado la gestión, la educación, la mediación, la práctica curatorial, desde la Museología Social, participativa e inclusiva, que demuestran su accionar como actor para la transformación social. Este papel no solamente es mérito de una decisión política, sino de la concordancia dada a partir del encuentro humano con aquellos colectivos que excluidos históricamente pueden formar parte del sistema cultural al ser reconocidos como sujetos de derecho.

**El diseño, planificación y gestión de programas públicos.** Los elementos fundamentales de este proceso son: la humanidad, el individuo y la comunidad. ¿Cómo contactar con la parte humana en un mundo de ideas, estereotipos, predisposiciones y máscaras? Implicó centrarse en los propios procesos, como ya dijimos, que a la vez son compartidos con otros, que permiten, construir la cartografía humana, a partir de planteamientos antropológicos (necesidades comunes y formas diferentes de resolver en función del entorno en el que se encuentran), por ello se ha dado a la tarea de abrir sus puertas más grandes que nunca y salir de su espacio para crear estos mapas humanos que se tejen y entretejen permanentemente.

Un punto fundamental del trabajo tenía que ver con la respuesta a ¿Cómo conocemos a nuestros públicos? Acercarnos a ellos de una manera más cercana, más humana; si bien, los museos en general teníamos un punto de acercamiento con las comunidades de visitantes, éste era más analítico, reflexivo, numérico y cuantitativo. Las estadísticas arrojaban datos sobre ellos, hasta que se fueron integrando sistemas más cualitativos que también daban cuenta de las experiencias de ellos en el museo o las expectativas que tienen sobre el museo y lo que les gustaría experimentar en él. A través del Censo de Comunidades (niños, personas mayores censo/relevamiento del tercer sector) y de medición de universidad alemana se obtienen insumos informativos que más que numérico, son un proceso humano, que sin centrarse en las cifras pone de manifiesto la eficacia que tiene la Red museística como vínculo de pertenencia, identitario, emocional, de acceso e inclusión con la comunidad, por lo que no los vemos

como clientes sino como usuarios y nos preocupamos por ellos, su bienestar dentro y fuera del museo.

Los Estudios de visitantes, vistos como el ADN del diseño, la planificación y la gestión que contemple las múltiples miradas, en donde nada es separado, se buscan las coincidencias, los territorios comunes, las interáreas, y la complicidad comunitaria para conservar mucho mejor el patrimonio que es propio y compartido, es sostenible, que contemple entonces las múltiples miradas para hacer efectiva la complicidad comunitaria, la co-creación, que sea co-participe y co-produce. Partir de las necesidades, el diálogo, los intereses, las edades, procedencias o el nivel de desarrollo emocional o cognitivo, son solo algunos de los temas que se consideran a la hora de plantear proyectos curatoriales, didácticos, museográficos y expositivos.

### **Los mapas como recorrido, punto de encuentro y ubicación espacio temporal.**

No es cuestión de cifras de visitantes es ir *+allá*. El objetivo no es llegar a más gente sino llegar a construir vínculos con las personas. Invitar a nuestras comunidades a empoderar sus opiniones, discursos y darles lugar en la narrativa es reconocer su rol como sujetos activos que construyen conocimiento al accionar con nuevas fuerzas de la organización en el que tiene lugar de acción. Así, favorecen al enriquecimiento del museo al retroalimentar un moebius colaborativo en la preservación, investigación, comunicación, reactivación, diagnóstico que permite, a partir de un censo y registro de la comunidad, organizar proyectos culturales capaces de transformarla. En este territorio de posibilidades, los caminos delinean los recorridos posibles que al paisaje existente le imprimen movimiento a los seres vivos que lo habitan. La Red Museística Provincial sirve de terreno fértil para una serie de proyectos acordes a esta mirada:

- **Fotografía a Ciegas.** Se inserta dentro del “Programa de formación de adaptación de puesto de trabajo de educadora de museo”, en donde Ángeles Miguélez, actualmente educadora ciega del Museo Do Mar, estableció contacto con la red, con artistas ciegos y educadores de museos y otros colaboradores, conformando una experiencia de gestión sensorial que implicó establecer un mapa humano nuevo para mirar el mundo con otros sentidos, sensibilizando, empatizando con

otros, donde la mirada se posiciona desde una perspectiva más amplia, creando nuevas rutas para ver y experimentar el museo, su entorno y al otro.

- **Artability.** Cuyo modelo de educación invertida, busca mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad, que pueden ser formadores y formadoras a través de las artes plásticas, desarrollando durante el proceso nuevos mapas para explorar sensaciones, emociones, sus propias habilidades expresivas y creativas en la interacción con otros y construir juntos una red compartida de mapas comunes que podían tejer nuevas rutas hacia otros seres humanos.
- **NOSOTRXS EN RED. Proyecto de hibridación compartida** denominado *Nos + otras*, que nace en y con el Museo Thyssen Bornemisza de Madrid, sumándose posteriormente la Rede Museística Provincial de Lugo, cuyo objetivo era construir un espacio de creación y reflexión permanente en torno a nuestras colecciones, donde las artistas, los colectivos y asociaciones de mujeres y los educadores del Museo son los agentes activos y participantes del proyecto.
- **Yo, tú, ellas, nosotras, nosotrxs en red**<sup>1</sup> nos plantea por un lado, la posibilidad de realizar trabajos interdisciplinarios entre personas de diversas formaciones que establecen un lenguaje común y a la vez multidimensional en el cual pueden expresarse y gestionar sus ideas, anhelos, saberes y experiencias. Un mapa creativo, emotivo, humano, compartido que crea redes entre los participantes y aquellos que entraron en contacto con sus obras.
- **El oficio del palabrerx**<sup>2</sup> demuestra cómo el trabajo asociativo de la Red se constituye en una actitud institucional al concebir y sostener planes, programas y proyectos en los cuales se integran multiplicidad de actores y saberes para recrear el universo simbólico y material con que trabajan los museos en pos de co-crear junto a las comunidades nuevos modos de habitar la gestión cultural, abierta y dialogal, con una

<sup>1</sup> <http://mujeresmirandomujeres.com/encarna-lago-yo-tu-ellas-nosotras-nosotrxs-en-rede/>

<sup>2</sup> Proyecto ganador de la convocatoria 2018 "Conversaciones: Museos y Comunidades" realizada por IBERMUSEOS. Recopilado en línea de <http://www.ibermuseum.org/es/noticias/publicamos-os-resultados-da-convocatoria-conversaciones-museos-e-comunidades/>.

perspectiva humana que pone en el centro a los sujetos como objeto del pensar y hacer institucional.

**La red y los mapas de y entre culturas.** La red y las empatías que se proponen con el intercambio interpersonal, con las obras u objetos, con la arquitectura y con el entorno son signos cartográficos claves en el camino por desandar a partir de diálogos, de lenguajes escritos, verbales, visuales, corporales, de ideas y cosmogonías sostenidas desde una construcción social de la memoria. Este tránsito sólo es posible junto a otrxs porque la energía aunada de la comunidad organizada es la manera de alcanzar un bienestar común. Para ello, es necesario tener claras las medidas para la creación, formación y desarrollo de una comunidad diversa pero con fuerte cohesión social inclusive en los disensos a partir de dispositivos de gestión que a partir de la escucha y el diálogo compartido permitan diseñar, planificar y llevar a cabo programas públicos co-creados que tengan consecuencia directa en la apropiación e identificación de los mismos al saberse parte de la problematización y de las soluciones por administrar.

Ejemplos.

- **Proyectos comunitarios:** Sostenidos desde los ejes de la coproducción/ co-creación / apropiación / participación abordando lenguajes y narrativas diversas, que incluyan a distintos colectivos de la comunidad (niñez, juventud, personas mayores, personas con discapacidad, migrantes, diversidad sexual/géneros) a partir de diseños sentidos y con pensamiento situado en la provincia de Lugo en pos de dotar de nuevos significados a la vida compartida, al patrimonio e historia común que cada uno comparte a vistas de producir mejoras en la calidad de vida como sociedad.
- **Proyecto MUR+alla:** Un proyecto que partiendo del imaginario lucense, materializada en la muralla romana, auspicio a una gestión museística apoyada en Museos Unidos en Red por el +allá (futuro). La intención es abordar la realidad presente de Lugo, superando los límites del pasado y trabajando junto en torno al futuro común de lxs habitantes de la ciudad, entendiendo la urgente necesidad de favorecer la cohesión social, el crecimiento sostenible y el desarrollo humano/ambiental

como política pública que transforme vidas a partir de la reflexión del patrimonio compartido (territorio, cultura, saber) que opera en esta geografía.

• **Musapalabra- Museos mediadores. Oficio de palabrerxs en libertad.**

El presente proyecto es una alianza estratégica de partes: personas, instituciones, organizaciones, territorios y realidades con un único fin a lograr desde los museos que es el de estibar en su capacidad para revelar la humanidad de los individuos (Orhan Pamuk, 2012). Posibilitan el trabajo conjunto desde y con la Red Museística de Lugo en la gerencia de Encarna Lago González, en colaboración con Leonardo Casado de la Asociación de Trabajadores de Museos (Argentina) y Patricia Torres de Nodo Cultura (México), una potencialidad sinérgica que partiendo desde el concepto de **Culturas en diálogo**<sup>3</sup>, donde el mediador-palabrerx, vehículo para la cohesión social, innovación-creatividad y sostenibilidad desde los valores, sirva de plataforma que posibilite el contacto entre personas de diversas latitudes geográficas, ideas, lenguajes, expresiones corporales, lúdicas y creativas. Lo humano trasciende fronteras.

**Bibliografía consultada**

- AA.VV (1972). Declaración de la Mesa Redonda de Santiago, Chile. Disponible en: [http://www.ibermuseum.org/wp-content/uploads/2014/07/copy\\_of\\_declaracao-da-mesa-redonda-de-santiago-do-chile-1972.pdf](http://www.ibermuseum.org/wp-content/uploads/2014/07/copy_of_declaracao-da-mesa-redonda-de-santiago-do-chile-1972.pdf)
- AA. VV. (1984). Declaración de Québec, Canadá. Principios básicos de una nueva museología. Disponible en: <http://museosdesantafe.com.ar/wp-content/uploads/2014/08/DECLARACION-DE-QUEBEC.pdf>
- AA.VV (2007). Declaración de Salvador de Bahía, Brasil. Disponible en: [http://www.ibermuseum.org/wp-content/uploads/2014/09/Declaracion-de-Salvador\\_POR.ESP\\_.pdf](http://www.ibermuseum.org/wp-content/uploads/2014/09/Declaracion-de-Salvador_POR.ESP_.pdf)
- AA. VV. (2017). Declaración de Córdoba. XVIII Conferencia Internacional de MINOM-ICOM. Disponible en: <http://www.minom-icom.net/noticias/minom-cordoba-declaration-2017-es-pt-fr-en>
- DÍAZ BALERDI, Iñaki. (2002). "¿Qué fue de la Nueva Museología? El caso de Québec". En *Artigrama*, núm. 17, 2002 (pp. 493-516). Disponible en: <http://www.unizar.es/artigrama/pdf/17/3varia/13.pdf>
- VARINE-BOHAN, Hughes. (1979). Los museos en el mundo. En Colección *Grandes temas del mundo*, núm. 26 (pp. 9-14 y 23-29). España: Editorial Salvat. Versión online disponible en: <https://es.slideshare.net/ArturoHernandezOlmos/los-museos-en-el-mundo>

<sup>3</sup> <http://ubuntucultural.com/museologia-social-culturas-en-dialogo-lugo-argentina/>

EL DIÁLOGO  
ENTRE VISITANTE Y EL MUSEO.  
EL EJEMPLO DEL MUSEO  
ARQUEOLÓGICO  
DE BURRIANA (CASTELLÓN)

---

**JOSÉ MANUEL MELCHOR MONSERRAT**

*Museo Arqueológico de Burriana (Castellón)*

## **EL DIÁLOGO ENTRE EL VISITANTE Y EL MUSEO.**

**José Manuel Melchor Montserrat**

Museo Arqueológico de Burriana (Castellón).

A partir de la experiencia del Museo Arqueológico de Burriana (Castellón), el autor describe planteamientos de inmersión del público visitante en la exposición permanente del museo. De especial interés es la incentivación a los visitantes para que aporten piezas de ámbito moderno y que, en ocasiones, se incorporan a la propia exposición.

Palabras clave: *Exposición permanente, arqueología, visitantes, Burriana.*

## **DIALOGUE BETWEEN THE VISITOR AND THE MUSEUM.**

**José Manuel Melchor Montserrat**

Archaeological Museum of Burriana (Castellón, Spain).

The text sets out the approach that the Provincial Museum Network of Lugo (Galicia) is developing to activate, reinforce or develop projects between the network museums and their communities of reference (maps of humanity). Dialogue, social management, commitment, common welfare, are some of the vectors that drive the proposed actions.

Keywords: *Permanent exhibition, archaeology, visitors, Burriana.*

## **LE DIALOGUE ENTRE LE VISITEUR ET LE MUSÉE.**

**José Manuel Melchor Montserrat**

Musée archéologique de Burriana (Castellón).

À partir de l'expérience du musée archéologique de Burriana (Castellón), l'auteur décrit les stratégies d'immersion du visiteur dans l'exposition permanente du musée. Les visiteurs sont notamment encouragés à apporter des pièces de style moderne qui peuvent parfois faire partie de la propre exposition.

Mots-clés : *exposition permanente, archéologie, visiteurs, Burriana.*



# EL DIÁLOGO ENTRE VISITANTE Y EL MUSEO. EL EJEMPLO DEL MUSEO ARQUEOLÓGICO DE BURRIANA (CASTELLÓN)

**JOSÉ MANUEL MELCHOR MONSERRAT**

*Museo Arqueológico de Burriana (Castellón)*

Con esta comunicación pretenderemos dar a conocer un proceso experimental de interrelación entre el museo y los visitantes, que actualmente se desarrolla en el museo de Burriana, y donde se pretende la inmersión de estos últimos dentro del concepto museológico de la entidad, mediante el uso de una de las vitrinas de la exposición permanente.

## **Origen y actualidad del Museo Arqueológico de Burriana**

Los primeros datos que conocemos sobre colecciones arqueológicas en Burriana (Castellón) son desde final del siglo XIX hasta principio del XX, y se encontraban en manos de particulares. Éstas, acompañadas de un importante movimiento erudito, tuvieron una gran proyección a nivel provincial y nacional (Melchor, 2017 y 2018). Este contexto acabó impulsando el primer museo arqueológico público de la ciudad; inaugurado en 1926 en las Escuelas Graduadas Municipales, y que contó con una importante aportación de las colecciones particulares de la localidad (Rufino, 2001). Este museo desaparece durante de la Guerra Civil Española, pero parte de sus materiales se recuperan en la década de 1960 y pasan a formar parte del nuevo museo municipal abierto en el año 1967 (Mesado *et al.*, 1991), esta entidad ha permanecido abierto hasta hoy, pasando por importantes cambios museológicos y museográficos en los años 1991 y 2005 (Mesado *et al.*, 1991; Melchor, 2017 y 2018).



Fig. 1: Comparación entre la pieza real expuesta y la imagen restaurada digitalmente de la misma, mediante Realidad Aumentada (Foto autor)

El actual discurso museológico tiene su inicio en el pasillo de acceso, con una vitrina que explica la historia del propio Museo. En la sala I se introduce al visitante en el funcionamiento del Museo y de la Arqueología en general, dedicando parte de esta sala a la «Arqueología de la Muerte». La sala II expone el pasado y la arqueología de la propia ciudad de Burriana e incluye una vitrina de numismática. La zona lateral izquierda de la sala está dedicada al yacimiento del Palau, que es clave para entender el origen de la ciudad. La sala III se inicia con una muestra de la Prehistoria hasta el final de la Protohistoria. La sala IV está dedicada al mundo romano, ya que Burriana cuenta con importantes yacimientos de este periodo.

Al iniciar la ruta de salida, el visitante conocerá aspectos de las culturas íbera y romana mediante elementos de prestigio y de comercio, dentro de un recorrido reverso iniciado en la sala IV con la vitrina de «Prestigio Romano», seguido por la zona de comercio terrestre-marítimo y elementos de «Prestigio Ibero» en la sala III.

Las vitrinas centrales, que a su vez delimitan los recorridos de entrada y salida, están dedicadas temáticamente a yacimientos importantes y significativos. De la

misma forma, en este espacio central también se destacan piezas trascendentes por su singularidad y valor histórico.

Distribuidos por las salas encontramos los recursos didácticos más recientes compuestos por paneles, proyecciones de videos, fotos y Realidad Aumentada (Fig. 1) (mediante gafas de visión 3D y tabletas) (Martínez y Cabrera, 2011; Melchor *et al.*, 2016).

### **La transmisión del discurso del museo a los visitantes**

Más allá de la transmisión de conocimientos mediante la exposición de materiales arqueológicos, a su vez acompañados de la panelería y recursos virtuales que los contextualizan, este museo pretende transmitir un concepto global que el espectador pueda entender dentro de la museología de trasfondo histórico y arqueológico.

Como ya citamos, la primera sala está dedicada parcialmente a la arqueología de la muerte, y a través de ella se transmite al visitante el concepto de que está entrando en un espacio museográfico donde la muerte es esencial, ya que no se encuentra expuesto en el museo ningún ejemplo de vida, ni siquiera una obra de un autor que esté vivo (y por eso se ubicó estratégicamente, fuera de las salas, el panel que hace referencia a la historia del museo y a alguno de los colaboradores que aún están vivos). También la totalidad de las piezas pasaron por la “muerte”, que en su caso significa su destrucción parcial o su enterramiento/ocultación, que las separaron temporalmente del mundo de los vivos, hasta su rescate por la ciencia arqueológica.

Pero evidentemente este discurso debe complementarse con aspectos de vida y dinamismo, ante el peligro de la asociación por parte del visitante de la muerte con el inmovilismo y la caducidad del propio museo.

El primero de los puntos que utiliza el museo como ejemplo de vitalidad se encuentra en la Sala I, donde se explica el trabajo del arqueólogo y del restaurador-conservador a la hora de “devolver a la vida” la piezas (hecho que alcanza su mayor exponente con la restauración virtual de las piezas y la recuperación de su aspecto y función original – ver Fig. 1), el segundo punto trata del continuo movimiento de piezas (adquisiciones, restauraciones, excavaciones, recreaciones, etc.) que dotan del vida al museo.

De esta forma se genera un discurso donde la vida y la muerte conviven, dejando al visitante la apreciación personal de cuál es la que representa mejor el concepto del discurso del museo.



Fig. 2: Vista de la sala III y ubicación de la vitrina citada en el texto (Foto autor).

### **La inmersión del visitante en el museo**

Para reforzar el concepto de intercambio vital entre el visitante y el museo, se elaboró una vitrina experimental en la exposición permanente, ubicándola al final del recorrido lineal-cronológico de la sala III (ver Fig. 2 y Fig. 3). En ella se da a entender que el propio visitante, reflejado en el espejo situado al fondo de la vitrina, es el punto final de la cronología expuesta en la sala.

Pero además se intenta concienciar al propio espectador de que es parte del museo, siendo partícipe de un hecho histórico personal, como lo es su visita a la entidad museística.

La vitrina está formada por un texto que reproducimos a continuación:

*"El museo es un ente vivo, que se amplía y cambia con los años al incorporar continuamente unos objetos que son huellas de la cultura humana. Estos materiales no son más que un elemento transmisor de vivencias y sentimientos de una larga aventura, que empezó hace casi un millón de años con el origen de nuestra especie, y que va llegando hasta el presente con vosotros, que ahora os veis en esta vitrina como parte de este museo, pues cada uno sois un eslabón más en la cadena de la historia de la Humanidad.*



Fig. 3: Posición de la vitrina al final del discurso museográfico de la sala III (Foto autor)

*Vuestra presencia en estas salas será efímera, como lo es esta imagen en el espejo, pero de algunos ha quedado una huella más duradera en esta vitrina, como sucede en los museos, que luchan constantemente por preservar la memoria de nuestra especie, pero que solo conservan una mínima muestra de materiales que pudieron sobrevivir a lo largo de los siglos.*

*En vuestras manos está el que mantengáis en vuestras mentes y corazones el legado de nuestra historia, la de nuestros vecinos, amigos, parientes, antepasados y descendientes. Porque este museo permanece encerrado entre estas paredes, pero ahí fuera la capacidad de los seres humanos no tiene límites.*

*Al salir de aquí debéis pensar que el museo no es solo un contenedor de cosas antiguas, es un lugar donde los restos que muestra son un símbolo de algo mucho mayor: el espíritu humano, que jamás podrá encerrarse en una vitrina, aunque en un museo intentemos captar su huella, como un reflejo en un espejo."*



Fig. 4: Vitrina citada en el texto (Foto autor)

La vitrina se complementa con una aportación de materiales por parte del público (ver Fig. 4), previa selección del personal del museo, pues así se evita su colapso expositivo, puesto que uno de los objetivos de la misma es que la exposición de los artefactos perdure en el tiempo, generando un efecto de pervivencia temporal con el que se pretende asociar los materiales aportados con los que se encuentran expuestos en el resto del museo. Un vaciado continuo de la misma perjudicaría la percepción de este concepto.

Hasta el momento la vitrina lleva más de una década en funcionamiento, y el criterio de selección de piezas es el que pertenezcan a colectivos o personas que mantuvieron algún tipo de relación diferenciada con la entidad (un curso temático organizado por el museo, un campo de voluntariado arqueológico, etc.), generando experimentalmente lo que sería un hecho histórico destacado para el museo.

Es interesante comprobar que las piezas, fuera del contexto de la vitrina, *a priori* carecerían de valor museológico, pero adquieren este valor por participar de un hecho relacionado con la micro-historia del museo. Repetimos así en la actualidad, para la comprensión del visitante, el hecho que en la mayor parte de las veces los objetos arqueológicos que ahora se contemplan en un museo no tuvieron valor histórico en su origen, entendido este valor como el hecho de que fueron creados en su momento para un uso inmediato, sin perspectivas de una perduración para la contemplación o disfrute de generaciones futuras. Nosotros somos capaces de recrear ese proceso de forma "artificial", haciendo consciente al visitante del dialogo que puede mantener con el museo

Esta experiencia la planteamos como complementaria a otros procesos actuales de inmersión del visitante en las salas del museo, como son las ya citadas de Realidad Aumentada (Martínez y Cabrera, 2011; Melchor *et al.*, 2016), donde el proceso se mediatiza por la creación de realidades tridimensionales que se basan en conocimientos expuestos en el museo.

En el caso ahora expuesto apostamos por el manejo de piezas reales y personajes reales como son los propios visitantes, que realizan un inmersión intelectual en la realidad del museo, donde además de manejar las tres dimensiones, se maneja la cuarta (el tiempo), y para ello solamente utilizamos el más potente de todos los instrumentos de realidad virtual, que es el cerebro humano.

#### **Bibliografía**

- Martínez Usó, J. y Cabrera García, A. (2011): "Nuevas tecnologías para la difusión didáctica del patrimonio", *Quaderns dels Museus Municipals de Valencia* 3, pp. 427-432.
- Melchor, J. M.; Martínez J.; Bonafe C. y Cabrera A. (2016): "La virtualización en el Museo Arqueológico de Burriana (Castellón – España)", *Arqueológica 2.0 – 8th International Congress on Archaeology, Computer Graphics, Cultural Heritage and Innovation*, Universidad Politécnica de Valencia, pp. 78-83.
- Melchor Monserrat, J. M. (2017): "La historia del Museo Arqueológico de Burriana", *Boletín del Museo Arqueológico Nacional* 35, pp. 2271-2284,
- Melchor Monserrat, J. M. (2018): "90 años de historia del Museo Arqueológico de Burriana (Castellón)" Actas V Congreso Internacional de Historia de la Arqueología, Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, pp. 185-202.
- Mesado Oliver, N; Gil Cabrera, J. LL., y Rufino Guinot, A. (1991): *Museo Histórico Municipal de Burriana*. Ayuntamiento de Burriana.
- Rufino Guinot, A. (2001): "Una aproximación al estudio del Museo Local de las Escuelas Graduadas de Burriana (1926-1938)", *Introducción a Historia de Burriana de Francisco Roca y Alcaide*. Edición de N. Mesado, Ayuntamiento de Burriana, pp. 57-71.

# LOS MUSEOS Y SUS AMIGOS PARA LA SOSTENIBILIDAD

---

**CRISTINA GONZÁLEZ GABARDA**

Asociación de Amigos del Museo de Bellas Artes de Valencia.

## LOS MUSEOS Y SUS AMIGOS PARA LA SOSTENIBILIDAD.

Cristina González Gabarda

Asociación de Amigos del Museo de Bellas Artes de Valencia.

Más allá de la espectacularización protagonizada por muchos museos con el objetivo de convertirse en referentes de ciudad para un turismo planetario, la autora reivindica otro protagonismo basado en la relación del museo con su entorno más próximo, en los procesos participativos que generan espacios de convivencia ciudadana, espacios sostenibles para la crítica y para la *construcción social de significados*. En esta labor se destaca el papel de las asociaciones de amigos de los museos, en concreto la del Museo de Bellas Artes de Valencia.

Palabras clave: *museos, museos y responsabilidad social, museos y ciudadanía, participación en museos, asociaciones de amigos de museos, Museo de Bellas Artes de Valencia, Museo San Pio V de Valencia.*

## MUSEUMS AND THEIR FRIENDS FOR SUSTAINABILITY.

Cristina González Gabarda

Association of Friends of the Fine Arts Museum of Valencia.

Beyond the spectacularisation carried out by many museums with the aim of becoming city references for planetary tourism, the author claims another prominence based on the relationship between the museum and its immediate surroundings, on participatory processes that generate spaces for citizen coexistence, sustainable spaces for criticism and for the *social construction of meanings*. In this work, the role of friends of museums associations is highlighted, specifically that of the Fine Arts Museum of Valencia.

Keywords: *museums, museums and social responsibility, museums and citizenship, participation in museums, friends of museums associations, Fine Arts Museum of Valencia, San Pio V Museum of Valencia.*

## LES MUSÉES ET LEURS AMIS AU SERVICE DE LA DURABILITÉ.

Cristina González Gabarda

Association des amis du musée des Beaux-Arts de Valence.

Au-delà de la spectacularisation exercée par de nombreux musées dans le but de devenir des références urbaines au service d'un tourisme planétaire, l'auteure revendique un autre rôle qui est basé sur le rapport entre le musée et son environnement le plus proche, dans les processus participatifs qui créent des espaces de cohabitation citoyenne, des espaces durables pour la critique et la *construction sociale de significations*. Le rôle des associations des amis des musées est essentiel dans cette démarche, notamment celle du musée des Beaux-Arts de Valence.

Mots-clés : *musées, musées et responsabilité sociale, musées et citoyenneté, participation dans les musées, associations d'amis des musées, musée des Beaux-Arts de Valence, musée San Pio V de Valence.*



# LOS MUSEOS Y SUS AMIGOS PARA LA SOSTENIBILIDAD

**CRISTINA GONZÁLEZ GABARDA**

*Secretaria de la Asociación de Amigos del Museo de Bellas Artes de Valencia*

## **Los nuevos museos del siglo XXI**

Los museos han experimentado una gran evolución desde sus orígenes antiguos con las primeras colecciones de objetos de culto y ofrendas de los antiguos templos pasando por las colecciones de objetos valiosos que los aristócratas exhibían en sus propias casas y jardines, hasta que en el Renacimiento se crearon lugares específicos para la exposición de objetos valiosos y se sentaron las bases de los museos en los siglos XVI y XVII, consolidados en los siglos XIX y XX como instituciones idóneas para difundir la historia y la cultura. En el siglo XXI, la figura del museo se considera, además de un templo del saber con colecciones de objetos valiosos a través de los cuales se producen conocimientos, como un ágora moderna desde el que se produce, organiza y difunde el conocimiento que enseña a mirar el mundo. Y todas las ciudades e incluso pueblos pequeños tienen sus museos como espacios públicos que impulsan la cultura y promueven el desarrollo urbano.<sup>1</sup> Los tipos de museos se han multiplicado y existen los digitales, los museos al aire libre, los ecomuseos, y otros espacios que tienen una concepción diferente a la de museo tradicional.

Una gran parte de los museos en todo el mundo tiene como fin la atracción turística vinculada al consumismo, que les ha llevado a que funcionen con

<sup>1</sup> MACEIRA, Luz. Museo, memoria y derechos humanos: itinerarios para su visita, Cuadernos Deusto de Derechos Humanos, n° 68, Universidad de Deusto, Bilbao, 2012, pp. 32-38

una lógica de lo espectacular, lo grandioso y lo sensacional, así que tanto la arquitectura de esos museos como las exposiciones están dirigidas a atraer la atención de los visitantes. Esta escalada hacia el espectáculo deja a un lado lo social y medioambiental, y existen cada vez más voces que claman por rebajar la espectacularidad de un modo acorde con los tiempos de crisis económica y ecológica que vivimos. Sin embargo, es difícil que las ciudades renuncien a estos símbolos culturales de prestigio porque el capitalismo global les hace estar inmersas en la competición con otras ciudades con una “imagen de marca” que atraiga a los turistas y las empresas.

Por otro lado, existen museos que se definen más que como lugares de exposición como espacios de encuentro de sociedades y culturas, de mejora de la sociedad y de la calidad de vida de las personas, de ocio, de educación cívica, de contacto de disciplinas científicas, de debate y estimulación del pensamiento crítico, de conciencia social y de promoción de los derechos humanos. Se han convertido en espacios de interacción social, en los que el público ya no es sólo un receptor pasivo del conocimiento y se han generado formas de interacción entre el museo y el público, de modo que las personas se comportan como agentes del conocimiento, e incorporan su propio bagaje, experiencia e intereses. Estos museos cuentan con recursos que generan estímulos capaces de sensibilizar al público para promover la democracia. Informan, sensibilizan y educan sobre todos los aspectos de la vida, y contribuyen a la construcción de una cultura de sostenibilidad y de paz.<sup>2</sup>

### **Museos para mejorar la sociedad**

La democratización de los museos hace que miren más por las personas de la comunidad de la que forman parte y por los visitantes. Los museos han pasado de ser sobre algo a ser para alguien.<sup>3</sup>

Como instituciones dedicadas a la difusión del conocimiento y la construcción social de significados, los museos tienen un gran potencial para transformar las sociedades y mejorarlas, y además son apreciados como espacios cercanos a los ciudadanos que les proporcionan conocimiento y esparcimiento. Todos los museos pueden contribuir a mejorar la sociedad.

**2** MACEIRA, Luz, Museo, memoria y derechos humanos: itinerarios para su visita, p. 45

**3** *Ibíd*, pp. 39-42

Los museos son distintos de otros ámbitos y herramientas educativas, sociales y políticas, y gracias al contexto actual, ya sea por la transformación de los museos o por los programas en torno a ellos, se están abriendo a la participación de las comunidades o sociedades. Hay que destacar el papel de los pequeños museos que en los últimos años han dado lugar a grandes novedades museológicas, en mayor medida que los grandes museos, y por tanto sería interesante crear redes de todos estos museos<sup>4</sup>, como la que ha impulsado el Museo de Etnología de Valencia.

### **La interacción de los museos con los ciudadanos para avanzar hacia una sociedad sostenible**

La forma de involucrarse los ciudadanos no sólo tiene que ser acudir a los museos para adquirir sabiduría, sino interactuar con él y las personas dedicadas a la promoción cultural y la educación social, las personas del ámbito académico de diversas disciplinas y los activistas tendrán que asumir tareas concretas para avanzar en esa dirección. Las Asociaciones de Amigos de los Museos pueden contribuir especialmente a esa misión haciendo proyectos de colaboración con los museos, teniendo en cuenta que su objetivo es apoyarlos en sus objetivos. No se trata de que los Museos envíen mensajes unidireccionales a un público pasivo sino de hacerles partícipes del sistema de valores sostenibles con proyectos en los que puedan desarrollar su creatividad. Incluso puede ser interesante utilizar el juego estético para la educación, como proponía Schiller,<sup>5</sup> permitiendo que se desarrolle la imaginación, en su cualidad productiva, de los ciudadanos que generen ideas para realizar propuestas que contribuyan al avance hacia una sociedad sostenible.

En el contexto de competencia entre ciudades por conseguir el mayor atractivo, los museos que adquieran prestigio con este tipo de estrategias de interacción con los ciudadanos que permitan avanzar a las ciudades hacia la sostenibilidad pueden ser un elemento de distinción que ennoblezca a las ciudades como modelo a conocer por su ambiente atractivo y pionero. Se constituirán de este modo en símbolos de las ciudades que les otorgan prestigio. De este modo

<sup>4</sup> *Ibíd.*, pp. 65-67

<sup>5</sup> SCHILLER, Friedrich, *Cartas sobre la educación estética del hombre*, 1794, Ed. Espasa-Calpe, S.A., Madrid, 1968, p. 132

las ciudades serán mucho más que centros de consumo y ocio, como prima hoy en día. Los museos pueden recuperar ahora el papel de las catedrales medievales como un espacio público idóneo para la participación de los grupos sociales para la búsqueda común de soluciones por los ciudadanos, que creen prácticas nuevas en las ciudades de acuerdo con sus necesidades, generando caminos de sostenibilidad para cada ciudad. Los museos son, por tanto, las nuevas catedrales de la sociedad del futuro que unen razón y mito, racionalidad y espiritualidad, tecnología y arte, y por ello pueden constituir el símbolo del cambio hacia la sostenibilidad y el reencantamiento del mundo. Además, gracias a las innovaciones tecnológicas se están organizando redes que desarrollan iniciativas diseñadas para permitir las prácticas artísticas sostenibles que aportan al mundo del arte puntos de vista relacionados con la sostenibilidad a través de webs, boletines, publicaciones trimestral, bibliotecas y redes sociales, aportando múltiples convergencias que permiten a los artistas, educadores, estudiantes y el público en general, responder a los problemas críticos. Mediante estas redes los museos de todo el mundo pueden colaborar e intercambiar experiencias para generar sociedades sostenibles de acuerdo con su singularidad.<sup>6</sup> Sin embargo, la falta de apoyo estatal a las instituciones museísticas representa un problema para conseguir los objetivos explicados anteriormente.

### **Los museos y sus amigos**

Las asociaciones de amigos de los museos tienen un papel fundamental para apoyar a los Museos en el reto de impulsar una sociedad sostenible realizando actividades de concienciación de la sociedad y acciones de arte para la sostenibilidad en colaboración con los museos. Con las nuevas formas de relación entre el museo y el público, las asociaciones pueden contribuir como agentes del conocimiento incorporando sus actividades de impulso del avance sostenible de la sociedad en que se encuentran y sus experiencias, contribuyendo a la construcción de una

<sup>6</sup> Un ejemplo de estas comunidades virtuales internacionales es la Red Internacional de Cultura 21, fundada por Sacha Kagan, que constituye una plataforma para grupos de artistas, investigadores y activistas que trabajan en temas relacionados con el papel de las artes en las culturas de la sostenibilidad, fomentando la exploración de las potencialidades de las artes de las culturas de sostenibilidad, identificando fórmulas para llevarlas a la práctica mediante proyectos de arte de las culturas de la sostenibilidad, difundiendo los conocimientos adquiridos y fomentando el intercambio. Red Internacional de Cultura 21. Página web: [www.cultura21.net](http://www.cultura21.net)



Museu de Belles Arts de València

cultura sostenible. Las asociaciones de amigos de museos son canalizadores de la voz de la sociedad y, por tanto, tienen un papel muy relevante en la reflexión sobre la misión de los museos y su sostenibilidad.

En este sentido, en 2013 los museos del ICOM hicieron el llamado "Apoyar a la cultura y los museos para enfrentar la crisis mundial y construir el porvenir", incluyendo tres acciones prioritarias para abordar la crisis, entre las que se encuentran la petición de que los gobiernos y las comunidades promuevan la participación voluntaria de los ciudadanos en las actividades museísticas y fomenten la sinergia entre organizaciones públicas y privadas y las asociaciones con el fin de garantizar la gestión sostenible de los museos y del patrimonio. También incluyeron diez propuestas para gestionar de manera sostenible los museos y el patrimonio cultural. Así pues, los museos han mostrado su valoración de las asociaciones de amigos de los museos como un instrumento valioso para apoyar la gestión sostenible de los museos.



Actualmente las asociaciones de amigos de museos pueden comunicar de una forma más directa y personal gracias a las redes sociales, que tienen un gran alcance y están generando grandes cambios al permitir un entorno más participativo en el que los socios y personas interesadas en los museos pueden expresar su opinión e interactuar generando opiniones que contribuyan al enriquecimiento de la visión del museo y su colaboración para reflexionar sobre el modo de avanzar hacia la sostenibilidad. Esto conlleva la necesidad de creación de contenidos interesantes que generen participación más allá de la transmisión de información mediante la página web de la asociación.

La Asociación de Amigos del Museo de Bellas Artes ha tomado la iniciativa de apoyar la misión actual de los Museos de contribuir a crear sociedades sostenibles, considerando que el Arte es un instrumento idóneo para avanzar hacia Sostenibilidad porque, a través de la verdad y la belleza, llega al corazón de las personas y aprobó en 2017 el Programa Arte para la Sostenibilidad en el Museo. El Programa está basado en mi tesis doctoral "Arte, Naturaleza y Sostenibilidad

contra la financiarización de la Sociedad” dirigida por Jesús Ballesteros Llompart. En mi investigación llegué a la conclusión de que el Arte para la Sostenibilidad es un instrumento para crear una nueva sociedad para el futuro. El Programa incluye acciones de Arte para la Sostenibilidad y actividades de educación estética ciudadana que contribuyan, tal como propugnaba Schiller, a la sensibilización del alma humana sobre los valores sostenibles. La primera actividad ha sido un audiovisual que narra el evolución de la relación del ser humano con la naturaleza a través de sus obras de arte así como la batalla histórica de la ciudad de Valencia contra las riadas para concienciar del peligro de que se repitan en el futuro como consecuencia del cambio climático, y muestra cómo afectó al Museo de Bellas Artes de Valencia la riada de 1957 como punto de partida para pedir a la sociedad valenciana que se implique en la protección de su patrimonio cultural, y en concreto las obras artísticas del Museo, y que contribuya a impulsar una cultura sostenible con una relación de respeto al patrimonio cultural y natural.

El documental obtuvo un gran éxito en su presentación y su fin es constituir una herramienta educativa del Museo para atraer nuevos públicos con una visión ecologista.

#### Conclusiones.

No sólo hay que poner remedio a los problemas ecológicos que conllevan las exposiciones de obras de arte y los museos, también es necesario un compromiso del mundo del arte con la sostenibilidad, en el sentido de responsabilidad social, y como instrumento para buscar alternativas sostenibles en el arte y la sociedad. Se trata, por un lado, de que los artistas contemporáneos cada vez más asuman el papel de productor de conocimiento alternativo que permita la búsqueda de modelos de sociedad sostenible, y, por otro, que los museos asuman la responsabilidad del liderazgo para estimular la creatividad y la innovación, y adoptar estrategias para la sostenibilidad.

#### Bibliografía

- GONZÁLEZ GABARDA, Cristina. Arte, Naturaleza y Sostenibilidad contra la financiarización de la sociedad. Valencia, 2015. <http://roderic.uv.es/handle/10550/51500>
- MACEIRA, Luz. Museo, memoria y derechos humanos: itinerarios para su visita, Cuadernos Deusto de Derechos Humanos, nº 68, Universidad de Deusto, Bilbao, 2012
- SCHILLER Friedrich, Cartas sobre la educación estética del hombre, 1794, Ed. Espasa-Calpe, S.A., Madrid, 1968

# EL PAPEL DE LOS MUSEOS EN UN PROYECTO DE INNOVACIÓN EDUCATIVA: DOCUMENTACIÓN, INSPIRACIÓN, DESARROLLO Y COLABORACIÓN

---

**EVA SAN EVARISTO PASCUAL**

IES Barri del Carme (Valencia).

## EL PAPEL DE LOS MUSEOS EN UN PROYECTO DE INNOVACIÓN EDUCATIVA: DOCUMENTACIÓN, INSPIRACIÓN, DESARROLLO Y COLABORACIÓN.

Eva San Evaristo

IES Barri del Carme (Valencia).

«Ex ipsarvm ore: la història de Roma narrada per les seues protagonistes» es un proyecto de innovación educativa para alumnos de 4º de ESO desarrollado en el IES Barri del Carmen de la ciudad de València. El proyecto busca ayudar a comprender el papel de las mujeres en la sociedad romana a través de diversas dramatizaciones llevadas a cabo por alumnos. Aunque se desarrolla desde un instituto de secundaria, el proyecto contó con la colaboración activa del Museu de Prehistòria de València en cuyas salas se desarrollaron algunas de las dramatizaciones.

Palabras clave: *Proyecto didáctico, alumnos ESO, cultura romana.*

## THE ROLE OF MUSEUMS IN AN EDUCATIONAL INNOVATION PROJECT: DOCUMENTATION, INSPIRATION, DEVELOPMENT AND COLLABORATION.

Eva San Evaristo

IES Barri del Carme [Secondary School] (Valencia).

“Ex ipsarvm ore: la història de Roma narrada per les seues protagonistes [the history of Rome narrated by its central figures]” is an educational innovation project for 4th year ESO [secondary education] students developed at IES Barri del Carme in the city of Valencia. The project aims to help understand the role of women in Roman society through different dramatisations carried out by students. Although it was carried out in a secondary school, the project had the active collaboration of the Museu de Prehistòria de València [Museum of Prehistory of Valencia], in whose rooms some of the dramatisations took place.

Keywords: *Educational project, secondary school pupils, Roman culture.*

## LE RÔLE DES MUSÉES DANS UN PROJET D'INNOVATION ÉDUCATIVE : DOCUMENTATION, INSPIRATION, DÉVELOPPEMENT ET COLLABORATION.

Eva San Evaristo

Eva San Evaristo. IES Barri del Carme (Valencia).

«Ex ipsarvm ore: la història de Roma narrada per les seues protagonistes» est un projet d'innovation éducative destiné à des élèves de 3e dans l'établissement Barri del Carmen de la ville de Valence. Le projet cherche à mettre en lumière le rôle des femmes dans la société romaine au fil de différentes pièces de théâtre interprétées par les élèves. Bien que l'activité ait lieu dans un établissement du secondaire, le projet a bénéficié de la collaboration active du Museu de Prehistòria de València dont les salles ont servi à plusieurs représentations.

Mots-clés : *projet didactique, élèves secondaire, culture romaine.*



# EL PAPEL DE LOS MUSEOS EN UN PROYECTO DE INNOVACIÓN EDUCATIVA: DOCUMENTACIÓN, INSPIRACIÓN, DESARROLLO Y COLABORACIÓN

**EVA SAN EVARISTO PASCUAL**

*IES Barri del Carme (Valencia)*

El motivo que anima este Segundo Encuentro ICOM tiene su reflejo en un proyecto educativo con alumnos de latín 4ESO, consistente en una investigación sobre la historia, la organización política y social y la vida cotidiana en Roma a través de sus mujeres (y eventualmente de los hombres con los que entraron en oposición o en complementariedad). Para la elección de ciertos personajes femeninos, para la caracterización del alumnado durante su exposición dramatizada y para la ambientación de esta, algunos museos españoles y en especial la colaboración con el Museo de Prehistoria de Valencia nos sirvieron de fuente de información, de inspiración y hasta de espacio escénico. De esta manera, nuestros estudiantes encarnaron a algunos de sus habitantes e insuflaron vida al material inerte que custodia su nombre y su memoria.

Durante el primer semestre de 2018, el Departamento de Latín del IES Barri del Carme de Valencia, un pequeño instituto que se encuentra enclavado en el barrio homónimo y a poca distancia del Museo de Prehistoria, con la colaboración de la Coordinadora de igualdad, la profesora de Historia del Arte y el Jefe de Estudios, desarrolló un proyecto de innovación educativa titulado «*Ex ipsarvm ore: la història de Roma narrada per les seues protagonistes*» [*Ex ipsarvm ore: la historia de Roma narrada por sus protagonistas*], en el que participó un total de

dieciocho alumnas y alumnos de la asignatura de Latín 4º ESO. La idea del proyecto surgió de la constatación de que en los libros de texto la presencia de mujeres era nula o muy reducida<sup>1</sup> y en tal caso, siempre supeditada a un hombre (Dido de Eneas, Rea Silvia de su tío, de sus hijos o del dios Marte; la poetisa Sulpicia de Mesala o de Tibulo...). Por ello, nuestro objetivo principal fue intentar abordar el proceso de enseñanza-aprendizaje de los contenidos del bloque "Roma: historia, cultura y civilización" del currículum desde la perspectiva de las mujeres romanas, legendarias o reales, conocidas o no, que vivieron en el imperio romano, formaron parte de su sociedad e incluso desarrollaron actividades económicas y a las cuales las alumnas les prestarían su voz. De esta manera, poníamos en valor el estatus de la mujer entre el alumnado, dábamos a conocer y hacíamos reconocer el papel de las mujeres romanas en el ámbito público y privado como parte integrante del desarrollo histórico de Roma, un papel no tan marginal como el que los libros de texto, en nuestra opinión, parecen insinuar, y aplicábamos metodologías activas a una asignatura que los alumnos ven muy tradicional.

Para conseguir nuestro propósito, partimos de la premisa de que el proyecto debía conjugar una parte seria dedicada a la investigación de los alumnos con otra parte activa y lúdica<sup>2</sup>. Durante la primera fase, los alumnos tenían que buscar información en la bibliografía proporcionada (desde material muy generalista a artículos especializados en cuatro idiomas), además de la que ellos hallaran por sí mismos; con los datos recabados, debían deconstruir los temas del currículum tal como los presentan los manuales de secundaria para reconstruirlos desde las vivencias de cada una de las mujeres elegidas para cada periodo y tema. Una vez completada la fase investigativa, se pasaba a la fase creativa y expositiva del proyecto, en la cual la información resultante de dicha investigación se transformaba en una narración histórica en primera persona, es decir, contada por boca de sus protagonistas (*ex ipsarvm ore*), las mujeres romanas, y en ocasiones de los hombres relacionados con ellas por afinidad, por parentesco o por antagonismo. La exposición había de

**1** Ledesma Marín, N. (2009). "Materiales curriculares en la red para incorporar la perspectiva de género en educación. Una ayuda para el profesorado". En Jaime De Pablos, Mª Elena (ed.): *Identidades femeninas en un mundo plural*, Arcibel Editores. López Navajas, A. (2014). "Análisis de la ausencia de las mujeres en los manuales de la ESO: una genealogía de conocimiento ocultada", *Revista de Educación*, 363, 282-308.

**2** Vicent, N., Rivero, M.P. y Feliu Torruella M. (2015). "Arqueología y tecnologías digitales en Educación Patrimonial/Archeology and digital technologies in Heritage Education", *Educatio Siglo XXI*, 33-1, 83-102.

ser, además, dramatizada y, para lograr una mayor identificación con el personaje, caracterizábamos al alumnado, siempre dentro de nuestras posibilidades, con ropajes, peinado o accesorios de acuerdo con la imagen que de ellos se nos ha conservado en esculturas, monedas o pintura, la mayoría de las cuales se custodian en museos. Ello a su vez nos permitía explicar las implicaciones o la simbología de determinadas prendas o complementos respecto a la clase social, al cargo político o a la función religiosa. Por último, varias de estas representaciones se iban a realizar fuera del aula, en lugares afines al contenido de las mismas con el objetivo no solo de ambientarlas mejor, sino también de despertar entre el alumnado el interés por conocer nuestro patrimonio o algunas de nuestras instituciones.

Durante la fase de concreción del proyecto previa al inicio del trabajo del alumnado, decidimos la lista de personajes<sup>3</sup>, seleccionamos bibliografía especializada, planificamos las salidas a aquellos lugares en que se desarrollaría parte de las exposiciones y compramos telas, abalorios y complementos necesarios para confeccionar los ropajes con los que caracterizar a los estudiantes. Es en este momento del proyecto en el que recurrimos a diversos museos españoles, en primer lugar para buscar información sobre algunos personajes para facilitarla a su vez a los alumnos que iban a encarnarlos; en segundo lugar, para disponer de imágenes de piezas u obras pertenecientes a dichos museos que nos ayudaran a caracterizarlos de la manera más fiel posible y por último, para localizar los lugares idóneos para cada dramatización, incluidos espacios que habitualmente no tienen un uso cultural o didáctico. Como resultado, contamos con la colaboración de la Ciudad de la Justicia de Valencia<sup>4</sup>, del Ayuntamiento de Bétera y del director

- 3** Seleccionamos personas no solo relevantes desde el punto de vista histórico, que permitieran visibilizar el papel activo de la mujer en unos casos o en otros subrayar la violencia a la que algunas de ellas se vieron sometidas, sino también procuramos que guardaran algún tipo de conexión entre sí o con nuestro propio patrimonio para añadir un componente afectivo y de proximidad al trabajo. La relación provisional comprendía cinco más del número de alumnos para que pudieran elegir el que mejor se ajustase a sus gustos e intereses. No fue posible cubrir todos los períodos de la historia de Roma ni los temas de la vida privada con parejas para que se estableciera un diálogo o una confrontación entre mujer y hombre, que era una de las finalidades del proyecto, ya que predominaban las chicas sobre los chicos: Rea Silvia; Lucrecia-Tarquino el Soberbio; Sofonisba-Escipión el Africano; \*Cornelia, madre de los Gracos; Sempronia, supuesta participante en la Conjunción de Catilina (Sall. Cat. 25.1.4); Fulvia/\*Octavia-Marco Antonio; Julia, hija de Octavio; Faustina la Menor-Marco Aurelio; \*Constantino el Grande; Gala Placidia; \*Teodora-\*Justiniano; Caya Afrania-\*Lucio Sexto (primer cónsul plebeyo)/Cicerón; Saturnina; \*Sentia; Cecilia Titis. Con asterisco, los personajes descartados en la lista final.
- 4** Lamentablemente, por falta de salas no fue viable la exposición dramatizada de los alumnos que personificaban a Cicerón y Afrania, quienes tenían que hablar de las magistraturas y el derecho romano.



*Ilustración n. 1. Detalle de la exposición de la alumna que personificaba a Rea Silvia junto al mosaico de Font de Mussa. Sala La Romanización. Museo de Prehistoria de Valencia.*

del yacimiento de la villa romana de l'Horta Vella, Dr. Josep Burriel y, muy destacadamente del Museo de Prehistoria de Valencia (MUPREVA) a través de la Unidad de difusión, didáctica y exposiciones, cuya participación se materializó a dos niveles: la autorización para realizar algunas exposiciones dramatizadas en las salas de la sección Mundo Romano y la cesión de vestidos, calzado y

complementos para vestir a las alumnas que desarrollaran allí su representación. La posibilidad de comunicar de manera efectiva el resultado de estos trabajos en las salas del Museo suponía un claro aprovechamiento didáctico del mismo y, a la par, una forma de conocerlo y valorarlo y establecer canales de colaboración con el MUPREVA, una manera, como el título de una de las ponencias de este II Encuentro, de activar lazos con el entorno. Fue sin duda uno de los aspectos que más agradó y mayor huella dejó en los alumnos.

Así, para los orígenes míticos de Roma, el personaje elegido fue Rea Silvia; ataviada como vestal máxima, adornada su cabeza con las ínfulas rojas, habló de este periodo en la sala de la Romanización del MUPREVA ante el mosaico de Font de Mussa (Benifaió, Valencia), cuyo medallón central evoca el momento en que el pastor Fáustulo y su hermano encuentran a los gemelos Rómulo y Remo en la cueva con la loba, lo cual servía para apoyar y contextualizar su narración.

La exposición del periodo de las Guerras púnicas, un momento crucial en la historia de Roma, no podía correr a cargo exclusivamente de un romano, en este caso, Escipión el Africano, sino que quisimos que los cartagineses pudieran hacer valer su voz y consideramos que la mejor representante podría ser la joven y valiente Sofonisba, hija del general Asdrúbal Giscón. Dado que de ella no teníamos ninguna imagen, nos inspiramos en Tanit, la diosa púnica por excelencia, para caracterizar a la alumna. Consultamos el catálogo online de tres museos que poseen alguna estatuilla de la diosa púnica; pero, aunque el Museo Arqueológico Nacional (MAN) posee algunas terracotas que podríamos identificar con Tanit y entre sus publicaciones seriadas una analiza los bustos de Tanit descubiertos en Es Cuieram (Ibiza), sus adornos y su simbología, preferimos tomar como modelo dos piezas vinculadas con la Comunidad Valenciana: por una parte, un busto de terracota de la necrópolis de la Albufereta de Alicante, que pertenece a los fondos del Museo Arqueológico de Alicante (MARQ) (CS 5902), y otra, también de Es Cuieram, que se encuentra en el MUPREVA (nº 4565). Así pues, vestimos a la alumna mezclando elementos de ambas: imitamos el peinado de la Tanit del MARQ, recogiénolo hacia adentro, y pusimos especial cuidado en incluir tres de los símbolos de la diosa<sup>5</sup>: el *kalathos*, la palma, presente en la

**5** Marín Ceballos, M.C. (1987). "¿Tanit en España?". *Lucentum* 6-4, 43-79. Miguel Azcárraga, B. (1999). "Figuras acampanadas de terracota de Es Cuieram (Ibiza)". Madrid. Museo Arqueológico Nacional.



Ilustración n. 2. Izquierda: alumna del IES caracterizada como Sofonisba-Tanit. Ángulo superior derecho: busto de terracota con *kalathos*. L'Albufereta (Alicante). Museo Arqueológico de Alicante (CS 5902). Imagen perteneciente al Archivo Gráfico del Museo Arqueológico de Alicante-MARQ. Ángulo inferior derecho: Terracota que representa la diosa Tanit, con manto alado y flor de loto en el centro. Es Cuieram (Ibiza, Islas Baleares). Museo de Prehistoria de Valencia (nº 4565). Imagen: Archivo fotográfico del SIP.

orla de de su capa, y la flor de loto que, a diferencia del modelo del MUPREVA, no pudimos coser sobre sus vestiduras, de manera que la alumna la sostuvo en su mano durante toda su intervención, que tuvo lugar en el instituto.

La dramatización del periodo correspondiente a los siglos II y III corrió a cargo de la pareja Marco Aurelio y Faustina la Menor. Habitualmente asociamos la imagen de este emperador con la de la estatua ecuestre de la plaza del



Ilustración n. 3. Detalle del peinado de la alumna que encarnaba a Faustina la Menor. A la derecha, Faustina la Menor. Denario del Tesoro de Liria. Roma. 145-161 dC. Museo de Prehistoria de Valencia. Imagen: Archivo fotográfico del SIP.

Capitolio y así intentamos ataviar al alumno, pero también nos inspiramos para el peinado y la barba en su efigie en uno de los denarios de plata pertenecientes al Tesoro de Liria que se exponen en el MUPREVA (nº 44856) sin lograr en este caso la caracterización deseada. En cambio, fue más acertado el peinado de Faustina a semejanza del que la emperatriz lleva en otro de los denarios del mismo Tesoro, también en el MUPREVA (nº 38403), con moño bajo adornado con cuentas y una diadema, mientras que sus vestiduras imitaban las de su escultura de la Gliptoteca Ny Carlsberg de Copenhague.

La sala dedicada a la época visigoda del MUPREVA iba a acoger la dramatización de Gala Placidia, a quien correspondía abordar el periodo del Bajo Imperio y las invasiones bárbaras. Pero por dificultades con el horario escolar del grupo, se suspendió esta sesión, que se tuvo que llevar a cabo en el instituto.

Las salas XI, XII y XII de la sección Mundo Romano del MUPREVA albergaron el último de los temas del proyecto (la vida cotidiana). Deseábamos que fueran sus protagonistas mujeres que hubieran vivido en nuestras tierras y de las que la documentación epigráfica recogiera el desempeño de algún tipo de actividad profesional o económica o su clase social, siguiendo la línea de los materiales sobre mujer, trabajo y epigrafía enviados expresamente por el Dr. A. Buonopane,



Ilustración n. 4. Exposición de las alumnas como Saturnina y Cecilia Titis en la Sala de la Ciudad Romana. Museo de Prehistoria de Valencia.

profesor de Historia Romana y Epigrafía Latina (Universidad de Verona, Italia) que, como agente externo, también tomó parte en este proyecto. Consultamos la base de datos *Hispania epigraphica* online de la que extrajimos una terna: Julia Saturnina, médico (CIL II 497, inscripción encontrada en Mérida), Cecilia

Titus, liberta de Cayo (AE 1998, 786, inscripción de Requena) y Sentia Amarantis, tabernera (HAE 1639, inscripción de Mérida). Las alumnas eligieron a Cecilia Titus (cuya inscripción funeraria fue encastrada en el muro del Patio de Armas del castillo de Requena) y a Saturnina, cuya ara sepulcral se encuentra en el Museo Nacional de Arte Romano de Mérida (MNAR), pero de la que no tuvimos acceso a su imagen, en especial la parte posterior en que se representa a un niño pequeño fajado, pues la búsqueda en el catálogo online del MNAR y en la base de datos del Ministerio de Cultura y Deporte (<http://ceres.mcu.es/pages/Main>) no devolvió ningún resultado. Gracias a la colaboración con el MUPREVA, las alumnas que representaban a aquellas dos mujeres utilizaron prendas, calzado y accesorios que la Unidad de difusión, didáctica y exposiciones había confeccionado en su momento para una actividad propia y nos cedió para esta ocasión y, si nos hubiera hecho falta, para todas aquellas que hubieran tenido lugar en el Museo. Esta exposición se completó con la visita posterior al yacimiento de la villa romana de l'Horta Vella de Bétera.

Las principales conclusiones que se derivan de esta experiencia es la viabilidad de hacer trabajos con estudiantes no universitarios de una cierta calidad que puedan ser también dinámicos y atractivos y el abanico de posibilidades que supone para la didáctica y para el aprendizaje significativo del alumnado la colaboración de los centros educativos con los museos ya que las líneas principales de nuestro proyecto de innovación se pueden implementar otras asignaturas y tipologías de museos. En nuestro caso, la Unidad de difusión, didáctica y exposiciones del Museo de Prehistoria de Valencia estuvo siempre receptiva a nuestras peticiones, hubo un diálogo fluido con vistas a facilitar la óptima realización del proyecto y nunca puso objeciones cuando tuvimos que modificar las fechas de realización. Una colaboración en suma que debería ser aprovechada para seguir cooperado en esta misma línea para lograr acercar a los alumnos a los museos, que los amen, los disfruten, los frecuenten y que con sus visitas y trabajos compartan unas horas con sus otros habitantes.

# LA VISITA AL MUSEU FALLER DE VALÈNCIA. UNA EXPERIÈNCIA RITUAL

---

**GIL-MANUEL HERNÁNDEZ I MARTÍ** Museus de Cultura

Festiva de l'Ajuntament de València. Universitat de València.

## LA VISITA AL MUSEU FALLER DE VALÈNCIA. UNA EXPERIENCIA RITUAL.

Gil-Manuel Hernández i Martí

Museus de Cultura Festiva de l'Ajuntament de València. Universitat de València.

En este texto se plantea que la visita al Museu Faller de València puede ser interpretada desde la consideración de los museos como espacios rituales de la modernidad. Además, como museo de cultura festiva, el Museu Faller funciona como un espacio de rememoración festiva permanente, siendo su función principal estimular y promover la vivencia directa de la fiesta fallera.

Palabras clave: *Museu Faller de València, Fallas, cultura festiva.*

## THE VISIT TO THE MUSEU FALLER DE VALÈNCIA [FALLAS MUSEUM OF VALENCIA]. A RITUAL EXPERIENCE.

Gil-Manuel Hernández i Martí

Museus de Cultura Festiva de l'Ajuntament de València [Museums of Festive Culture of Valencia City Council].  
University of Valencia.

This text suggests that a visit to the Museu Faller de València can be interpreted from the point of view of museums as ritual spaces of modernity. Moreover, as a museum of festive culture, the Museu Faller functions as a space of permanent festive remembrance, its main function being to stimulate and promote the direct experience of the Fallas festival.

Keywords: *Museu Faller de València, Fallas, festive culture.*

## LA VISITE DU MUSEU FALLER DE VALÈNCIA [MUSÉE DES FALLAS DE VALENCE]. UNE EXPÉRIENCE RITUELLE.

Gil-Manuel Hernández i Martí

Museus de Cultura Festiva de l'Ajuntament de València [musées de la Culture festive de la ville de Valence].  
Universitat de València.

Ce texte propose que la visite du Museu Faller de València puisse être interprétée à partir des musées pris en tant qu'espaces rituels de la modernité. De plus, en tant que musée de culture festive, le Museu Faller constitue un espace de remémoration festive permanente, sa fonction principale étant de stimuler et de promouvoir l'expérience directe de la fête des Fallas.

Mots-clés : *Museu Faller de València, Fallas, culture festive.*



# LA VISITA AL MUSEU FALLER DE VALÈNCIA. UNA EXPERIENCIA RITUAL

**GIL-MANUEL HERNÁNDEZ I MARTÍ**

*Director dels Museus de Cultura Festiva de l'Ajuntament de València  
Universitat de València*

## 1.-La visita al museo como experiencia ritual.

En la presente comunicación vamos a plantear que la visita al Museu Faller de València, que pertenece a los Museos de Cultura Festiva de València, puede ser interpretada siguiendo la tesis que Carol Duncan desarrolla en su libro *Rituales de Civilización*, publicado originalmente en 1995, en el sentido de que los museos actúan como espacios rituales de la modernidad. Según Duncan (2007), esa condición ritual del museo moderno viene dada por varias circunstancias: la consecución de una zona delimitada y "liminal" de tiempo y espacio en la cual los visitantes, alejados de su tiempo ordinario, se abren a una experiencia de otra calidad, o la organización del museo como un tipo de escenario o relato en el que los visitantes actúan. También se argumenta que el concepto occidental de experiencia estética coincide plenamente con el cimiento de los rituales tradicionales (iluminación, revelación y equilibrio espiritual). Según esta concepción del museo como espacio de experiencias rituales, la liminalidad está asumida en los rituales propios del museo, que tienen lugar en espacios específicos. El museo, pues, es concebido como un lugar casi sagrado o de culto, con impactos emocionales y de aprendizaje, de forma que los objetos y los dispositivos de narración y exposición son diseñados para favorecer el recogimiento, la trascendencia y la experiencia transformadora de la visita. Evidentemente, esta condición ritual del museo moderno le acaba confiriendo una gran relevancia desde el punto de vista social, político e ideológico. En nuestro planteamiento entendemos que, en el caso de los museos de cultura

festiva, la condición ritual del museo señalada por Duncan es doble, pues además de recoger la propia de cualquier museo, incorpora la derivada de la misma razón de ser de los museos de fiestas: los propios rituales festivos, que suelen ser muy importantes para la comunidad, en cuanto que generan identidad compartida e intensas movilizaciones emocionales. Por esa razón insistiremos especialmente en el carácter distintivo del museo de cultura festiva en cuanto que manifestación museográfica de un ritual festivo, hasta el punto que muy bien se podría afirmar que los museos de cultura festiva son espacios de rememoración festiva permanente, actuando como altavoces privilegiados de la fiesta viva, la función principal de los cuales es estimular y promover la visita a los acontecimientos festivos referenciados.

## **2.- Museo, fiesta y ritual: los Museos de Cultura Festiva de València.**

Hoy en día la fiesta se estudia y valora como un producto cultural complejo, paradójico y dialéctico, dentro del cual es posible descubrir, además de los mecanismos que la impulsan hacia la esfera de aquello considerado como común, solidario, sociable y altruista, los reflejos y manifestaciones de las tensiones y correlaciones entre fuerzas sociales, entre valores dominantes e impugnaciones colectivas, entre estructura y comunidad (Antebi y Pujol, 2008). De forma que cuando hablamos de cultura festiva incluimos en esta tanto las innumerables manifestaciones festivas de la cultura popular, como también elementos festivos del alta cultura, por lo cual hay que tener en cuenta su carácter híbrido, dialéctico y conflictual. Con la llegada de la democracia y la administración autonómica en el Estado español se produjeron tres fenómenos: se empezó a experimentar un gran resurgir de las fiestas, se evidenció un progresivo proceso de re-tradicionalización o revitalización turístico-patrimonial de los acontecimientos festivos, y emergieron nuevos rituales festivos asociados a la celebración reflexiva de las identidades colectivas reconstituidas (García Pilán, 2010). Como consecuencia de todos estos cambios apareció una auténtica política cultural festiva, que implicaba la emergencia de una nueva hornada de gestores culturales, dinamizadores socioculturales y expertos diversos, en gran medida procedentes de las ciencias sociales o del mundo asociativo. Los ayuntamientos se esforzaron al dinamizar la producción de fiestas, aumentar los recursos a ellas destinados, amplificar la trama institucional de las festividades, y diversificar los programas de actividades para llegar a todos los públicos. Y dentro de esta política cultural destacó la puesta en marcha, especialmente en un nivel local, de museos de cultura festiva, dedicados a posar en



valor el patrimonio festivo de aquellas ciudades o localidades con manifestaciones festivas singulares o destacadas, algunas de ellas con reconocimientos patrimoniales de prestigio. La Concejalía de Cultura Festiva del Ayuntamiento de València, hasta 2015 denominada de Fiestas y Cultura Popular, se encarga de la gestión de tres museos de titularidad municipal como son el Museu Faller de València (inaugurado en 1971), el Museu del Corpus-Casa de les Roques (inaugurado en 2006), y el Museu de la Setmana Santa Mariner "Salvador Caurín" (inaugurado en 2000). Los tres museos hacen referencia a las tres principales fiestas de la ciudad: las Fallas, consideradas fiesta principal de València y declarada en 2016 como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO; la Semana Santa Mariner, que aunque circunscrita a los Poblados Marítimos de València (Cabanyal, Canyameler y Grau), está considerada la segunda fiesta de la ciudad; y el Corpus Christi, que hasta muy avanzado el siglo XIX era conocida como la *Festa Grossa* de la ciudad y está declarada desde 2010 como Bien de Interés Cultural. Se trata, pues, de museos vinculados a fiestas de larga historia, muy vivas, dinámicas y sometidas a importantes procesos de patrimonialización y revitalización, que además se arraigan a una extensa y fuerte red de sociabilidad popular festiva (Hernández, 2016).

Los tres museos de cultura festiva han planteado, más o menos intencionadamente desde sus inicios, sus respectivas visitas como acciones que por el hecho de mostrar o reconstruir rituales, acontecían en sí misma experiencias rituales. Con todo, desde 2015, la dirección de los tres museos ha buscado deliberadamente subrayar e incentivar la visita en el museo del cultura festiva como una experiencia



explícitamente ritual, adoptando reformas e innovaciones encaminadas a este objetivo. Como ya hemos dicho, se trata de tres museos que abordan rituales festivos, y por esa razón en la últimas intervenciones en los tres museos se ha querido potenciar la propia visita como extensión del complejo ritual de cada fiesta, haciendo del museo de cultura festiva un espacio doblemente ritual: como museo que implícitamente despliega un ritual de civilización en el sentido apuntado por Duncan (2007), y como un museo especial dedicado al ritual festivo que reclama una reflexión museográfica específica. A continuación se exponen las reformas realizadas en el sentido de reforzar esa dimensión ritual singular en el caso del Museu Faller de València, que de los tres señalados es el más antiguo y el más importante, al menos en cuanto a conocimiento público y número de visitas, y además intenta ser un altavoz patrimonial de la Fiesta de las Fallas, la más importante de València y de las más relevantes del País Valenciano, reconocida también por la UNESCO en 2016 como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

### 3- El Museu Faller de València

El Museu Faller de València es un museo único en el mundo porque su principal colección, la de muñecos indultados, se va formando cada año por votación popular, y no por la decisión de un técnico o especialista. El Museu Faller es el fruto de un

largo proceso que se remonta a 1934, a raíz de la iniciativa “El Indulto del Fuego”, que indulta un muñeco entre todos los muñecos presentados a la llamada Exposición del Muñeco por parte de las comisiones falleras. La creación de un “Museo Fallero” estable, pues antes la colección de muñecos indultados transitó por varias sedes, se hizo realidad a partir de 1971 en el antiguo Convento de la Casa Misión de San Vicente de Paül de Monteolivete. En 1995 el Ayuntamiento de València rehabilitó el edificio y procedió a la restauración y acondicionamiento de buena parte de las colecciones de muñecos indultados y carteles históricos de Fallas.

Posteriormente el Museu Faller fue prácticamente abandonado a su suerte, sin casi inversiones en infraestructuras, personal y promoción, mientras que a su alrededor crecía paradójicamente la Ciutat de les Arts i les Ciències. Aun así, el Museu Faller no dejó nunca de atraer visitantes y turistas, pasando de 58.337 visitantes en 2005 a 93.443 en 2015. Unos datos que no tendrían que sorprender teniendo en cuenta que el Museu Faller, además de la colección de 80 grupos indultados grandes y 54 infantiles (desde 1963), contiene una excelente colección de carteles anunciadores y finalistas de la fiesta fallera (desde 1929), una colección de insignias de comisiones falleras, más otra de fotografías de fallas y un conjunto de cuadros de falleras mayores de València (desde 1997). Después de todo, el Museu Faller de València, que en 2019 recibió la cifra récord de 124.252 visitantes, guarda los pocos restos materiales que quedan de las fallas que se plantan cada año. Pero lo más importante es que su colección de ninots indultados muestra el gran valor de la votación popular que hace de ella una colección radicalmente democrática, con sus luces y sombras. Gracias al Museu Faller se puede conocer una buena parte de la historia de las Fallas y de la ciudad de València, y de los cambiantes contextos sociales y culturales, además de las técnicas constructivas y materiales con que se construyen las fallas y los estilos de algunos de los más prestigiosos artistas falleros. Además, el recorrido por las piezas del museo, permite conectar la cultura local con las diversas manifestaciones iconográficas de la cultura global, lo que convierte el Museu Faller en una auténtica exposición permanente de la globalización cultural, entendida esta como espacio de continuas hibridaciones entre culturas. Si a esto añadimos la nueva consideración de patrimonio mundial de las Fallas resulta importante hacer conectar a los visitantes que desconocen la fiesta con sus rituales o las emociones y sentimientos que esos despiertan, o forzar estos en el caso de los visitantes que conocen las Fallas o participan activamente en ellas.

Por eso se hicieron los esfuerzos necesarios para que el Museu Faller fuera finalmente homologado oficialmente por la Generalitat Valenciana (2016), lo cual ha implicado dinamizar el Museu Faller de València, darle verdaderamente su valor patrimonial, para que se conozca mucho más, se intensifique su uso pedagógico y, sobre todo, para que se convierta en un lugar de difusión, promoción y reconocimiento de la cultura fallera y de la obra de los artistas falleros, que al final son los testigos más salidos bien de la excelencia mundialmente reconocida a la condición patrimonial de las Fallas.

Entre las reformas realizadas hay que destacar las siguientes: se ha cambiado el cromatismo de las salas y su iluminación, se han reorganizado las colecciones, se han introducido nuevos paneles explicativos en varios idiomas, se ha creado una nueva imagen corporativa y se ha inaugurado la sala de exposiciones temporales Josep Alarte para dar cabida a la obra artística de los artistas falleros más destacados. A partir del otoño de 2016 empezaron nuevas actividades e iniciativas, como el ciclo "Los tesoros del Museo Fallero", la restauración de carteles de falla, el lanzamiento de las redes sociales del Museo, la activación de una visita virtual en 3D al mismo, el diseño de la web del museo, la preparación de nuevos elementos gráficos orientados a mejorar la contextualización de las colecciones o la puesta en marcha de una Red Valenciana de Museos Falleros (Xarxa Valenciana de Museus Fallers). Las reformas y cambios han continuado a lo largo de 2017, 2018 y 2019, con iniciativas como la mejora de la contextualización histórica de las colecciones, la introducción del tema de la indumentaria fallera y el reforzamiento de los dispositivos museográficos destinados a promover los elementos emocionales asociados a la visita, mediante modernas audioguías, la venta de *merchandising* propio y la nueva pintura exterior del edificio. Y como elemento esencial, las visitas guiadas articuladas a través de varios itinerarios temáticos (temas históricos, sociales, artísticos y con perspectiva de género), o proyectos como *Versafalles* (que liga literatura fallera i ninots de cara a un uso pedagógico con estudiantes de primària y secundaria), o *Museus per la salut. Records de festa al Museu Faller de València*, orientado a la utilización del museo para la terapia de memoria con pacientes de Alzheimer.

El visitante, cuando entra en el Museu Faller, lo hace en un espacio de memoria viva de la fiesta, un espacio que busca despertar las sensaciones que se pueden tener teniendo enfrente las fallas plantadas, o al menos recrear algunas de las emociones y sentimientos que la fiesta fallera provoca. Así, solo entrar, el visitante visiona un

video donde se recoge el más esencial de las Fallas atendiendo a su condición de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Acto seguido entra en el Espacio Josep Alarte de exposiciones temporales sobre grandes artistas falleros, y desde aquí empieza un itinerario cronológico desde 1934 hasta la actualidad a través de las salas donde se exhiben año por año el respectivo muñeco indultado y el cartel anunciador. En determinados lugares aparecen expositores para mostrar la evolución de los materiales de construcción de las fallas, además de carteles explicativos de las colecciones por décadas, junto a otros dispositivos de contextualización socio-històrica. En la primera planta continúa la exposición con un corredor central dedicado a los cuadros de las Falleras Mayores de València y otro a las insignias de las comisiones falleras, así como un corredor dedicado a los carteles finalistas de los años 30 y 40, que destacan por la suya excelencia y calidad. El visitante llega al último indulto del fuego y con las explicaciones que se van dando puede hacerse una idea de la intensidad festiva que generan las Fallas. El objetivo es que salga del Museu Faller sorprendido y cautivado por un universo festivo absorbente, singular y desbordante, consiguiendo así captar el porqué las Fallas son ya un patrimonio cultural mundial.

En realidad, todas las intervenciones realizadas están encaminadas a esa finalidad, pues suponen el reforzamiento de un museo que también busca su diferenciación dentro de la amplia oferta de museos de la ciudad de València. Al final estas transformaciones museográficas y de promoción solo son un paso más de un proyecto integral que tiene que hacer del Museu Faller de València el gran museo etnológico de la fiesta de las Fallas, capaz de mostrar todos sus elementos, de acuerdo con el expediente de la candidatura presentada ante la UNESCO. El reconocimiento como Patrimonio Inmaterial del Humanidad implica avanzar en ese camino y demanda nuevos esfuerzos, inversiones y trabajos, que tienen que implicar necesariamente al mundo fallero, a la esfera artística, a los investigadores, a los gestores culturales y a las instituciones públicas.

#### Bibliografía

- ANTEBI, A i PUJOL, A (2008): *Entre el poder i la màscara. Etnohistòria del Carnestoltes a Barcelona*, Barcelona, Generalitat de Catalunya-Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació.
- DUNCAN, C (2007): *Rituales de civilización*, Murcia, Nausícaä.
- GARCÍA PILÁN, P (2010): *Tradición en la modernidad avanzada: la Semana Santa Marinera de Valencia*, València, Museu Valencià d'Etnologia-Diputació de València.
- HERNÁNDEZ, G.M (2016): "Cultura festiva, identidad colectiva y política cultural en el espacio global", en RIUS-ULLDEMOLINS, J i RUBIO ARÓSTEGUI, J.A: *Treinta años de políticas culturales en España. Participación cultural, gobernanza territorial e industrias culturales*, PP. 231-247.

# EL PLAN MUSEOLÓGICO DEL MUSEU DE BELLES ARTS DE VALÈNCIA Y SU PROGRAMA EXPOSITIVO

---

**M<sup>a</sup> DEL MAR AMAT DE LA FLOR**

Equipo redactor del Plan Museológico.

## **EL PLAN MUSEOLÓGICO DEL MUSEU DE BELLES ARTS DE VALÈNCIA Y SU PROGRAMA EXPOSITIVO.**

**Maria del Mar Amat de la Flor**

Equipo redactor del Plan Museológico.

El texto introduce el plan museológico que se está trabajando para el Museu de Belles Arts de València. En concreto desarrolla con detalle la propuesta de programa expositivo del plan. Esta propuesta ha de servir para la concreción del nuevo montaje de la exposición permanente.

Palabras clave: *Museu de Belles Arts de València, plan museológico, programa expositivo.*

## **THE MUSEOLOGICAL PLAN OF THE MUSEU DE BELLES ARTS DE VALÈNCIA [FINE ARTS MUSEUM OF VALENCIA] AND ITS EXHIBITION PROGRAMME.**

**Maria del Mar Amat de la Flor**

Equipo redactor del Plan Museológico.

The text introduces the museological plan that is being studied for the Museu de Belles Arts de València. Specifically, it develops in detail the proposed exhibition programme of the plan. This proposal is to be used to specify the new layout of the permanent exhibition.

Keywords: *Museu de Belles Arts de València, museological plan, exhibition programme.*

## **LE PLAN D'ACTION DU MUSEU DE BELLES ARTS DE VALÈNCIA [MUSÉE DES BEAUX-ARTS DE VALENCE] ET SON PROGRAMME D'EXPOSITIONS.**

**Maria del Mar Amat de la Flor**

Comité de rédaction du plan d'action.

Le texte présente le plan d'action en cours du Museu de Belles Arts de València et décrit notamment en détails la proposition du programme d'expositions. Cette proposition doit servir à la réalisation du nouveau montage de l'exposition permanente.

Mots-clés : *Museu de Belles Arts de València, plan d'action, programme d'expositions.*



# EL PLAN MUSEOLÓGICO DEL MUSEU DE BELLES ARTS DE VALÈNCIA Y SU PROGRAMA EXPOSITIVO

**M<sup>a</sup> DEL MAR AMAT DE LA FLOR**

*Equipo redactor del Plan museológico*

El Museu de Belles Arts de València aborda por primera vez la realización de un Plan museológico que establezca los criterios y pautas que han de regir el destino de esta institución centenaria. El estudio realizado se ha concretado en el desarrollo del Programa expositivo que ha de servir de guía y referencia para la ejecución del nuevo montaje de su exposición permanente que pondrá de relieve el conjunto de sus colecciones.

El Museu de Belles Arts de València, de titularidad estatal y gestión transferida, se funda en 1837, como consecuencia de las medidas desamortizadoras del ministro Mendizábal. Ligado en su origen a la Real Academia de Bellas Artes de San Carlos<sup>1</sup>, de la que se segregará en 1913. Instalado en un primer momento en el Palacio del Temple, pronto pasan al Convento del Carmen Calzado donde el museo abre finalmente sus puertas del 5 de octubre de 1839. Tras la Guerra Civil, se traslada en 1946 a su sede actual, el Colegio Seminario de San Pío V.

## **El edificio**

El Colegio Seminario de San Pío V, ubicado en el margen izquierdo del antiguo cauce del río Turia, comenzó a edificarse en 1683 con diseño de Juan Bautista Pérez Castiel. Formado por dos edificios, el colegio, de planta cuadrangular

<sup>1</sup> RD de 24 de julio de 1913. *Obras de rehabilitación y remodelación (Vª fase): Museo de Bellas Artes de Valencia*, p.2.

ordenada por un claustro interior, y la iglesia, de planta octogonal, adosada al anterior por el lado oeste.

La nueva sede del museo, de dimensiones mucho más reducidas que el Convento del Carmen, obliga a realizar obras de ampliación desde sus inicios<sup>2</sup>. A partir de 1984 fruto del convenio suscrito entre el Estado y la Generalitat Valenciana el museo experimenta un impulso notable<sup>3</sup>.

En 1986 se concibe un Plan Director que es el origen de las ampliaciones y restauraciones del edificio planificadas en diferentes fases:

- Fase I: (1986–1990). Consolidación y modernización de las instalaciones del lado este del edificio claustral.
- Fase II: (1992-1994). Recuperación de la antigua iglesia, levantándose de nuevo la gran cúpula.
- Fase III: (1994-1997). Edificación de dos salas para exposiciones temporales, salón de actos, almacenes y muelle de carga. Rehabilitación del edificio contiguo para albergar la zona administrativa, tienda librería y cafetería.
- Fase IV: (1998-2003). Ampliación del edificio por el norte dotándolo de nuevas salas para exposición permanente. Nueva área interna del museo, depósitos y almacenes, muelle de carga, talleres y salas de restauración. La inclusión del patio del Palacio del embajador Vich supuso la modificación más importante de esta fase.
- Fase V: (2012-2017). Rehabilitación del edificio claustral en su totalidad, nuevos espacios expositivos, biblioteca, espacios destinados a la Academia de Bellas Artes de San Carlos.

### El Plan museológico

Concluidas las diferentes fases de intervención sobre el edificio desde la dirección del museo se decidió abordar una tarea compleja y comprometida como la de redactar un Plan museológico completo<sup>4</sup> que permita definir desde la propia naturaleza del museo la totalidad del discurso expositivo. El documento comenzó a redactarse en noviembre de 2015 y concluyó la primera fase de análisis de la

<sup>2</sup> BENITO DOMÉNECH, F.; CATALÁN MARTÍ, J. I. (1999), p. 31.

<sup>3</sup> Convenio de 24 de septiembre de 1984. BENITO DOMÉNECH, F.; CATALÁN MARTÍ, J. I. (1999), p. 37

<sup>4</sup> Sigue los planteamientos metodológicos establecidos en el documento *Criterios para la elaboración de un plan museológico* (2005).



Museu de Belles Arts de València

institución en junio de 2016, en que fue presentada para continuar inmediatamente con la redacción del Programa expositivo, necesario para poder proceder a la licitación y ejecución del montaje de la nueva exposición permanente.

Estos documentos se han redactado en unos periodos de tiempo muy ajustados, con unas limitaciones técnicas y de personal muy importantes, que se han suplido con muchas horas de esfuerzo y dedicación<sup>5</sup>.

Partimos por tanto de un museo con una larga trayectoria, alojado en un edificio histórico ampliado en diferentes periodos, para el que debíamos plantear un nuevo discurso, extenso en cuanto a periodos cronológicos, que no se viera interrumpido por la propia disposición de los edificios que lo conforman.

En primer lugar se ha definido la naturaleza del museo para establecer los principios básicos que guiarán su actividad y la consecución de sus objetivos. Visitando el Museu de Belles Arts de València se ha que tener una visión exhaustiva del arte valenciano, en torno al arte europeo mediterráneo, del que el museo posee importantes colecciones para el conocimiento de las diferentes escuelas y periodos artísticos. Lejos de parecer localista, se exhiben obras relevantes del gótico hispano-flamenco, renacimiento y barroco italiano y noreuropeo, cuya

**5** Quiero agradecer desde aquí la colaboración de todo el personal del museo, que nos ha facilitado los datos necesarios para su elaboración y ha contribuido en todo lo necesario (técnicos del museo y biblioteca, restauración, administración, seguridad, personal de sala, personal en prácticas). En especial a mis compañeros del equipo redactor, Jaume Penalba y Antonio Rodrigo, por su esfuerzo y su capacidad para trabajar en equipo; a David Gimilio, director científico del proyecto y a José Ignacio Casar, director del museo, por darme la oportunidad de formar parte de este equipo, aportando mis conocimientos y experiencia, y a la comisión técnica del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte por su apoyo y consejos en la redacción de este Plan.

producción está ligada a la propia historia de la región, además de escuelas madrileña y andaluza del Siglo de Oro y pintura española de los siglos XIX y XX.

Paralelamente hay una apuesta decidida a que se configure como un museo de bellas artes, por lo que se han introducido otras colecciones con el fin de contextualizar las obras en los diferentes periodos, favoreciendo de este modo una mejor comprensión del relato (sepulcros funerarios, claves de bóveda y escudos nobiliarios, esculturas de los siglos XIX y XX, imaginería barroca, artes suntuarias, dibujos de flores básicos para la industria sedera valenciana del siglo XVIII, tapices barrocos, etc.).

Una vez realizada la definición conceptual de la institución, se ha llevado a cabo el análisis y evaluación de la misma, que ha permitido detectar carencias y establecer por escrito las necesidades a satisfacer para un museo de tal envergadura. Por cuestiones de limitación de extensión no vamos a abordar este apartado sino a exponer el Programa expositivo, único elaborado hasta el momento, y que ha de servir para concretar el nuevo proyecto expositivo.

### **Programa expositivo**

El objetivo del discurso del Museu de Belles Arts de València, es la divulgación e interpretación del patrimonio cultural que alberga resaltando su especificidad pero sin perder de vista el contexto cultural e histórico.

Su contenido se ha estructurado en siete áreas, cinco de las cuales representan distintos periodos históricos, mientras que las dos restantes se centran en la historia del museo y sus colecciones y en el gabinete de dibujos y estampas.

A su vez las áreas temáticas, en los casos necesarios, se han subdividido manteniendo una estructura que permite organizar los contenidos:

- Área temática: Áreas establecidas con un criterio cronológico.
- Sección expositiva: Responde a un único criterio, cronológico, temático o estilístico.
- Módulo expositivo: Trata de manera más concreta un aspecto determinado.
- Unidad expositiva: Bien cultural u obra de arte.

En cada área además se han seleccionado piezas como 'Obra selecta' y 'Obra clave de área', al ser obras que nos permiten centrar la atención por su relevancia en el museo o por su especial significación histórica o artística.



La estructura del discurso es cronológica, subrayando la importancia alcanzada por el arte valenciano en varios periodos de su historia, al que se incorporan además recursos museográficos que permitan su comprensión por parte del visitante.

#### **Área 1: Vestigios de la antigüedad**

Dedicada a la presencia de las culturas ibérica, romana e islámica en territorio valenciano, el relato se centra en los dos testimonios más representativos que han llegado hasta la actualidad, por esta razón se ha apostado por dividir esta área en dos secciones:

- La historia escrita.
- Manifestaciones artísticas.

#### **Área 2: Siglos XIV - XVI. Del mundo gótico al universo renacentista**

Aborda la evolución de los reinos cristianos desde el siglo XIII hasta finales del siglo XVI, y la de sus diferentes manifestaciones artísticas desde los postulados del gótico hasta la irrupción y desarrollo del Renacimiento. Se centra en la actividad producida en o para Valencia y la Corona de Aragón, a la que se han incorporado las procedentes de otras escuelas. Se ha subdividido esta área en cuatro secciones:

- Nuevas manifestaciones artísticas en tierras de frontera.

- El esplendor del Gótico en Valencia: un nuevo arte en un nuevo reino.
- El siglo XV valenciano: un Mediterráneo cosmopolita.
- El Renacimiento: el triunfo de la cultura humanista.

Estas secciones se subdividen en diferentes módulos. Destaca en esta área en especial el gran número de retablos completos que forman parte de la colección del museo.

### **Área 3: Siglo XVII. El Barroco Mediterráneo. Clasicismo y naturalismo**

Dedicada a la evolución de la pintura valenciana durante el siglo XVII, pero sin dejar de lado las influencias recibidas de diferentes escuelas, tanto españolas como extranjeras. Se subdivide en dos secciones, como la anterior subdivididas en módulos expositivos:

- La formulación de un nuevo lenguaje: el Naturalismo y el Tenebrismo.
- Del Naturalismo a la plenitud del Barroco.

Como un eje transversal a las áreas 2 y 3 se desarrolla el tema 'El embajador Vich. Su colección y su legado'<sup>6</sup>. En 2006 se instaló el patio del palacio del embajador Vich en el museo, que además cuenta entre sus fondos con parte de las colecciones de la familia, por esta razón se ha incorporado el patio como un elemento más a museografiar.

### **Área 4: Siglo XVIII. Del siglo de la razón a las revoluciones burguesas.**

#### **Academicismo y romanticismo**

Aborda la evolución de las Bellas Artes en el siglo XVIII, dada la importancia que alcanza la recién creada Real Academia de San Carlos, y concluye con los primeros años del periodo isabelino coincidiendo con el movimiento romántico español. Se ha subdividido en cuatro secciones:

- El clasicismo dieciochesco. Una nueva estética para una nueva dinastía.
- Entre tradición y academia. La difusión de un nuevo gusto estético.

<sup>6</sup> La familia Vich es un ejemplo del papel que la nobleza valenciana ha tenido al servicio de la monarquía desde el siglo XIII. Uno de sus miembros más destacados es don Jerónimo Vich y Vallterra (1459-1524), embajador de Fernando el Católico y Carlos I en Roma. A su vuelta a Valencia en 1521 mandó adecuar su palacio con la inclusión de un patio que constituye uno de los ejemplos más singulares del renacimiento hispánico. La construcción del patio y las colecciones pictóricas que albergaba debieron suponer un gran impacto en la ciudad. En 1859 el palacio fue derribado y sus restos y colecciones se dispersaron por diferentes instituciones.

José Goya



- Maella, Goya y López: tres pintores de corte.
- Guerras y revoluciones burguesas. El Romanticismo.

A su vez, la sección 4.2, 'Entre tradición y academia', se ha dividido en dos módulos coincidiendo con las principales disciplinas académicas.

#### Área 5: Siglo XIX y primera mitad del siglo XX. Pervivencias y rupturas en el arte de entresiglos

El paso del realismo a la libertad artística centra el relato de esta área, con amplia representación en las colecciones del museo, dado que la pintura valenciana es quizá la escuela española más significativa en este proceso. El relato se puede abordar en diferentes géneros por lo que se ha subdivido el área en cuatro secciones.

- Los valores de la sociedad. Pintura de historia y arte social.
- Realidades y arquetipos en el retrato valenciano.
- El paisaje como protagonista de los siglos XIX y XX: Hitos y miradas.
- El desnudo como medio de expresión y de libertad.

A su vez, cada una de las secciones se divide en módulos expositivos que permiten un mejor tratamiento del relato utilizando aquellas piezas de la colección del museo que mejor lo ejemplifican.

Concluye con el área 5 el discurso que unifica la exposición permanente. Las siguientes dos áreas son complementarias a este relato al ubicarse en el caso del área 6 separada del resto del discurso y en el del área 7, al distribuirse a lo largo de todo el recorrido.

### **Área 6: Gabinete de dibujos y estampas**

Dedicada la colección de dibujos y estampas que custodia el museo, procedentes en su mayor parte de la Real Academia de Bellas Artes de San Carlos y enriquecida con nuevas adquisiciones del Ministerio de Cultura y de la Generalitat Valenciana. Se ha concebido un Gabinete, ubicado en el espacio que hasta ahora ocupaba la biblioteca del museo<sup>7</sup>, que permita la conservación de estas colecciones y la exhibición de forma temporal de algunas piezas.

### **Área 7: Historia del museo**

Esta área se compone de cuatro secciones que ayudan a entender la historia del propio museo y el origen de sus colecciones.

- Un Museo de Bellas Artes.
- Nuestras colecciones.
- Sedes históricas del museo.
- La riada de 1957. Un museo de fango y lodo.

La particularidad de esta área es que no se adscribe a un espacio concreto y sus secciones están desvinculadas unas de otras. Son pequeñas secciones temáticas que abordan aspectos poco conocidos de la historia del museo.

### **Recursos museográficos**

Los recursos que se van a utilizar son un complemento a la misma exposición permanente facilitando la comprensión de 'lo que se quiere contar' pero sin provocar distracciones innecesarias ni competir con las obras.

<sup>7</sup> Con la V fase de intervención, la biblioteca del Museo se traslada a su nueva ubicación.

Todas las áreas van a contar con textos de apoyo en tres idiomas (castellano, valenciano e inglés) que, con un lenguaje claro y sencillo nos permiten contextualizar las obras en el periodo histórico correspondiente. Estos textos se complementan con otros de sección y módulo de menor extensión.

Todas las obras van acompañadas de su correspondiente cartela identificativa y en los casos de 'Obra selecta' y 'Obra clave de área' incluirán un breve texto que ayude a profundizar en su conocimiento. Las obras vinculadas a la familia Vich incluirán así mismo un breve texto explicativo.

Algunas áreas cuentan con audiovisuales que contextualizan al visitante desde un punto de vista político, social y económico además de tratar aspectos artísticos.

Se han incorporado pantallas táctiles que permiten en algunos puntos ampliar la información sobre aspectos concretos de la colección.

Todos los recursos utilizados deben ser accesibles a todo el público que visita el museo.

## Conclusión

Este es el primer documento de planificación que elabora el Museu de Belles Arts de València, cuyo Programa expositivo ha de servir para la concreción y ejecución del nuevo montaje de la exposición permanente. El resto de programas, pendientes de redacción, han de servir para concretar la relación de necesidades que se resolverán y concretarán en distintos proyectos, para el cumplimiento de las funciones el museo tiene encomendadas.

## Bibliografía

- BENITO DOMÉNECH, Fernando; CATALÁN MARTÍ, José Ignacio. *El Museo de Bellas Artes de Valencia San Pío V: su historia y sus colecciones*. Valencia: Direcció General de Promoció Cultural, Museus i Belles Arts, 1999.
- BENITO DOMÉNECH, Fernando (coord. y dir.). *Guía del Museo de Bellas Artes de Valencia*. Valencia: Ruzafashow, 2009.
- Criterios para la elaboración del plan museológico*. Madrid: Secretaría General Técnica, 2005.
- GRAU LOBO, Luis. *Plan museológico del Museo de León*. Madrid: Secretaría General Técnica, 2007.
- GUTIÉRREZ USILLOS, Andrés. *Manual práctico de museos*. Gijón: Trea, 2012.
- Obras de rehabilitación y remodelación (Vª fase): Museo de Bellas Artes de Valencia*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Gobierno de España (consulta 19/10/2018) <https://www.mecd.gob.es/cultura/areas/museos/mc/arquitectura-museos/museosgestion-transferida/comunitatvalenciana/Museo-de-Bellas-Arts-de-Valencia.html>
- Plan Museológico del Museu de Belles Arts de València*. València: Museu de Belles Arts de València, no publicado, 2018.

# ¿QUIÉNES SON NUESTROS INVITADOS? HÁBITOS CULTURALES, EDUCACIÓN Y ADOLESCENCIA EN LOS MUSEOS VALENCIANOS

---

**JOAQUIM E. LÓPEZ CAMPS**

Universitat de València-EG.

## **¿QUIÉNES SON NUESTROS INVITADOS? HÁBITOS CULTURALES, EDUCACIÓN Y ADOLESCENCIA EN LOS MUSEOS VALENCIANOS.**

Joaquim E. López Camps

Universitat de València-EG.

A partir de diversos estudios sobre hábitos y prácticas culturales encargados por la administración cultural valenciana, el autor analiza la afluencia y características del visitante de los museos, centrándose especialmente en el público joven y en el papel que tienen los programas educativos en las visitas a los museos en estas edades.

Palabras clave: *Museo, estudios de público de museos, encuestas de hábitos culturales, programas educativos de museos.*

## **WHO ARE OUR GUESTS? CULTURAL HABITS, EDUCATION AND ADOLESCENCE IN VALENCIAN MUSEUMS.**

Joaquim E. López Camps

University of Valencia-EG.

Based on various studies on cultural habits and practices commissioned by the Valencian cultural administration, the author analyses the influx and characteristics of museum visitors, focusing especially on the young public, and the role of educational programmes in visits to museums in this age group.

Keywords: *Museum, museum public studies, surveys of cultural habits, museum educational programmes.*

## **QUI SONT NOS INVITÉS ? HABITUDES CULTURELLES, ÉDUCATION ET ADOLESCENCE DANS LES MUSÉES DE VALENCE.**

Joaquim E. López Camps

Universitat de València-EG.

À partir de différentes études sur les habitudes et les pratiques culturelles commandées par l'administration culturelle de la ville de Valence, l'auteur analyse le flux et les caractéristiques du visiteur de musées, en s'intéressant notamment au public jeune et au rôle des programmes éducatifs dans la fréquentation des musées par ce public.

Mots-clés : *musée, études du public de musées, enquêtes d'habitudes culturelles, programmes éducatifs des musées.*



# ¿QUIÉNES SON NUESTROS INVITADOS? HÁBITOS CULTURALES, EDUCACIÓN Y ADOLESCENCIA EN LOS MUSEOS VALENCIANOS

**JOAQUIM E. LÓPEZ CAMPS**

*Universitat de València-EG*

Hace unos meses la prensa valenciana se hacía eco de los datos facilitados por el Ministerio de Cultura según los cuales la Comunitat Valenciana resultaba ser el territorio del estado con mayor número de instituciones museísticas reconocidas. Según los datos oficiales, 134 museos y 103 colecciones museográficas permanentes.

La casualidad quiso que por las mismas fechas también se dieran a conocer los resultados de la primera encuesta sobre los hábitos de consumo cultural de los valencianos, realizada por encargo de la Generalitat como punto de partida para la puesta en marcha del *Observatori Valencià de la Cultura*. Según el estudio, llevado a cabo durante el año 2017 a partir de 2.000 encuestas a ciudadanos mayores de edad, casi el 62% de los valencianos no habría ido ni una sola vez a un museo durante el año anterior.

Indudablemente, el número de visitantes no puede ser la única variable a tener en cuenta a la hora de valorar un proyecto museístico. Y esas cifras jamás se deberían convertir en una suerte de espada de Damocles que se cerniera sobre los gestores de los museos y amenazara la propia supervivencia de éstos. Sin embargo, conocer este tipo de datos, tomarlos en consideración, analizarlos de forma completa y extraer conclusiones de ellos parece un ejercicio imprescindible si se quiere, como mínimo, facilitar la participación de

la comunidad en el museo y garantizar el principio de accesibilidad universal a la cultura<sup>1</sup>.

Partiendo, pues, de las cifras que aportan las fuentes citadas, deberíamos ser capaces de construir una aproximación al perfil sociológico de las personas que visitan los centros museísticos valencianos, y también al de aquellas que no lo hacen nunca, o que lo hacen pocas veces. Y todo ello con la intención de que los proyectos expositivos, las estrategias comunicativas y los programas educativos que se desarrollan en los museos lleguen realmente a sus destinatarios y ejerzan la función social y cultural que tienen encomendada.

### ¿Cuántos son?

Desde el año 2003, el Ministerio de Cultura viene realizando estudios estadísticos sobre las prácticas culturales en España, una tarea que también llevan a cabo, en sus respectivos territorios, los gobiernos andaluz, vasco y catalán. En el caso valenciano, ante la falta de un estudio específico, la Generalitat encargó en 2016 a los sociólogos Antonio Ariño y Ramón Llopis el análisis de los datos relativos al País Valenciano que se pudieran desagregar de las encuestas estatales. El trabajo se materializó en una publicación que tomaba como muestra las encuestas llevadas a cabo en 2002-2003, 2010-2011 y 2014-2015 a población de más de 15 años residente en los municipios valencianos<sup>2</sup>.

Poco tiempo después de que se diera a conocer el estudio de los profesores Ariño y Llopis, se pusieron en marcha las primeras iniciativas del *Observatori Valencià de la Cultura (OVC)* definido como un "sistema de generación, recopilación y diseminación de información relativa a los sectores culturales y a nuestro patrimonio". El OVC ha tomado la forma de un espacio web que, según se indica en su presentación, no sólo pretende facilitar el acceso a los estudios elaborados por la Generalitat, sino que también aspira a convertirse en

**1** Sobre esta cuestión, son de interés los estudios sectorializados promovidos por el Laboratorio Permanente de Público de Museos, creado por el Ministerio de Cultura español para analizar las características de los visitantes de los museos nacionales. Una aportación que combina la perspectiva teórica con los estudios de caso se puede encontrar en: Iñaki ARRIETA URTIZBERREA (ed.), *La sociedad ante los museos. Públicos, usuarios y comunidades locales*, Donosti, Universidad del País Vasco, 2014.

**2** Antonio ARIÑO y Ramón LLOPIS, *Les pràctiques culturals a la Comunitat Valenciana / Las prácticas culturales en la Comunitat Valenciana*, València, Generalitat Valenciana, 2017. Según la ficha técnica del estudio, se trabajó sobre 754 entrevistas del primer período, 1.119 del segundo y, finalmente, 1.193 de la tercera encuesta de hábitos.

“laboratorio de ideas para la reflexión y el debate colectivo”. A la espera de otras aportaciones, el OVC se estrenó con la publicación de los datos brutos de la *Enquesta de pràctiques culturals en la Comunitat Valenciana*, un cuestionario de 150 preguntas formuladas a un universo de 2.000 personas mayores de 18 años<sup>3</sup>.

Según esos estudios, el 73% de los valencianos afirmaba, en 2003, no haber visitado nunca un museo, cifra que se redujo drásticamente en los años siguientes: en 2011 bajó al 37%, y en 2013, al 23%. Trasladada la pregunta al trimestre anterior a la realización de la encuesta, tanto en 2011 como en 2013 un 14% de los encuestados reconoció haber ido a algún museo (un 86%, pues, no lo habría hecho)<sup>4</sup>.

Los datos disponibles en el OVC, extraídos de la encuesta de 2017, contradicen esa tendencia, puesto que según este estudio el 62% de los valencianos no habría ido nunca a un museo, y el 16% lo habría hecho solamente una vez. Estas cifras son coherentes con los datos de la encuesta ministerial de 2003, pero si fueran confirmadas por estudios posteriores mostrarían una situación bastante peor que la que apuntaban los datos de 2011 y 2015.

Parece evidente que los valencianos, incluso tomando como referencia el mejor de los datos, visitan -visitamos- poco los museos. Lo hacemos más que los cántabros, los canarios y los gallegos, pero menos que los ciudadanos empadronados en la Comunidad de Madrid y en Euskadi, donde sólo un 13% y un 15% reconocen no haber ido nunca. Estamos un tanto mejor que la media estatal, pero el 48% de los valencianos afirma que ha pasado más de un año desde que acudió por última vez a un museo, cifra en la que sólo nos supera Extremadura, con un 52%. Todo parece indicar, pues, que la asistencia a museos en el País Valenciano es, en el mejor de los casos, de carácter esporádica<sup>5</sup>.

Que la visita a museos no es, hoy por hoy, un fenómeno de masas, es algo que se puede constatar a simple vista, al menos en los centros valencianos. Sin

**3** Los datos, que aún no han sido analizados y publicados formalmente, se pueden consultar en: Observatori Valencià de la Cultura (2018) Generalitat Valenciana. Recuperat de <http://www.ovc.gva.es>.

**4** A. ARIÑO y R. LLOPIS, *op. cit.*, p. 71s. En 2006-2007 también se realizó una encuesta ministerial, que no ha sido tomada en consideración por estos autores, aunque los datos que arroja son coherentes con la tendencia: el 36'5% de los valencianos encuestados no habría ido nunca a un museo, mientras que el 15% sí que lo habría hecho en el trimestre anterior a la realización de la encuesta. Cfr. *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España. 2006-2007*, Madrid, Ministerio de Cultura, 2007.

**5** *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2014-2015*, Madrid, Ministerio de Cultura, 2015, p. 103.

embargo, más allá de la mera cuantificación y comparación territorial, podría tener interés saber qué características tienen las personas que sí que visitan los museos, qué valoran de éstos, a qué tipo de museo prefieren ir y, del mismo modo, parece pertinente preguntarse por las razones que llevan a un alto porcentaje de la población a no encontrar razón alguna para visitar un museo.

### ¿Quiénes son?

El estudio de Ariño y Llopis permite reconocer un “visitante tipo” de los museos valencianos tomando como muestra aquellos que afirman haber visitado esos espacios recientemente. Nos encontraríamos ante personas bastante jóvenes (el grupo entre 20 y 24 años es claramente mayoritario), no emancipadas, que estudian y que no trabajan. En definitiva: el mayor contingente de visitantes de los museos, según esos datos, estaría conformado por estudiantes universitarios. Éstos, sin embargo, parecen abandonar ese hábito al finalizar su etapa formativa, puesto que a partir de los 25 años prácticamente la mitad de los visitantes frecuentes dejan de serlo<sup>6</sup>.

Los datos del *Observatori Valencià de la Cultura* confirman, aunque con algunos matices, ese perfil de visitante: en el período 2016-2017, quienes más habitualmente habían ido a algún museo eran mujeres jóvenes: el 37% de éstas habrían acudido entre una y diez veces, frente al 30% de los hombres, mientras que el segmento de edad entre 25 y 34 años aporta a los visitantes más fieles (el 33% de éstos habrían ido cuatro veces a un museo en el año anterior, aunque en las franjas de edad inmediatamente superiores, hasta los 54 años, casi el 20% de los encuestados también lo habría hecho, pero sólo una vez). El nivel de estudios aparece de nuevo como un factor decisivo en los hábitos culturales: según el OVC, el 42% de los valencianos con estudios superiores habría ido en alguna ocasión a un museo durante el ejercicio 2016-2017, y casi un 7% lo habría hecho tres o cuatro veces.

La falta de oferta museística no puede ser esgrimida como un problema para la falta de asistencia a estos espacios, ya que el 75'7% de los valencianos sabe que en la localidad donde vive hay, al menos, un museo. Este dato no debería sorprender si tenemos en cuenta la elevada cifra de centros de este tipo en el

<sup>6</sup> A. ARIÑO y R. LLOPIS, *op. cit.*, p. 73.

territorio valenciano, pero sorprende a la luz de las cifras de visitantes. Así, por ejemplo, en la ciudad de València, el municipio con mayor cantidad y diversidad de museos, es donde se concentra el mayor contingente de personas que nunca han visitado un centro de este tipo. Y, además, de las personas que cuentan con un museo en su propio municipio, sólo el 10'8% admite que lo visita, una cifra que convierte a los museos en la infraestructura cultural con una relación más baja entre oferta y consumo<sup>7</sup>.

Preguntados por el tipo de museos que han visitado y por la ubicación de éstos, los valencianos manifiestan una clara preferencia por los centros de artes plásticas localizados fuera de la propia comunidad autónoma. Esta práctica es especialmente frecuente entre los mayores de 45 años y en el segmento situado entre los 25 y los 34 años, y contrasta con la pauta de los más jóvenes de la muestra, que son los más fieles a los museos valencianos, tal vez por la falta de recursos para trasladarse a larga distancia. Estos datos permiten identificar una práctica que vincula estrechamente la visita a museos con el turismo, especialmente entre la gente más joven (también son éstos, por ejemplo, los más asiduos visitantes a museos extranjeros), pero también muestra una preocupante desvinculación de los valencianos adultos respecto a los museos de su propio territorio. Este último elemento obligaría a analizar con detalle las políticas culturales desarrolladas por las administraciones valencianas en las últimas décadas, así como a valorar las causas de la potente atracción que ejercen los grandes museos de Madrid (y, en menor medida, de Barcelona) y las consecuencias de esto sobre la vida cultural en el resto del Estado.

### ¿Y por qué no nos visitan más? La respuesta adolescente

Es evidente que existe una relación directa entre el capital educativo que se posee y el desarrollo de prácticas culturales como la visita a museos. Esto, por ejemplo, se confirma cuando se analizan los hábitos de las personas que no han finalizado los estudios primarios, puesto que es en este grupo, donde se dan las cifras más

<sup>7</sup> La "distancia" que separa la existencia de museo en la localidad y el hábito de visitarlo se sitúa, en el caso valenciano, en un 65%, cifra que sólo es superada, por poco, por la asistencia a espacios culturales-multifuncionales, como casas de la cultura, centros cívicos, ateneos, locales para asociaciones etc. Aquí también tiene un peso significativo el capital cultural: entre las personas con un bajo nivel formativo, el 5'4% visitan los museos de la propia localidad, cifra que se multiplica por tres entre aquellos que tienen formación superior. Cfr. A. ARIÑO y R. LLOPIS, *op. cit.*, p. 95.

bajas en todas las prácticas culturales sobre las cuales se pregunta (lectura, cine, teatro, museos etc). Además, a este grupo pertenecen las personas que peor puntuación dan a sus experiencias en los museos<sup>8</sup>.

Parece que, para ellos, la puerta del museo se presenta como una suerte de barrera intelectual infranqueable, un hecho que obliga a reflexionar sobre el verdadero alcance de las políticas de democratización cultural e inclusividad<sup>9</sup>.

Sin embargo, ese axioma también muestra puntos débiles: que un 58% de las personas con estudios universitarios reconozca no haber visitado ningún museo en todo un año exige tomar en consideración algunas variables más. Entre éstas estarían, por ejemplo, aquellas relacionadas con las características del sistema educativo español, en el que algunos estudios identifican una tendencia hacia la especialización -en beneficio de las competencias tecnológicas- y una cierta perpetuación de la desigualdad social, a pesar del carácter universal de la enseñanza obligatoria. Ambos fenómenos contribuirían de forma bastante evidente a la configuración de un nutrido grupo de personas con titulación superior que no desarrollan aquellos hábitos culturales que parecerían “coherentes” con su nivel educativo<sup>10</sup>.

Para poder identificar las razones y los momentos en que se produce ese distanciamiento entre educación formal y hábitos culturales podría ser interesante fijarse en aquello que ocurre durante la última etapa de la enseñanza obligatoria, y para ello contamos con datos estadísticos y con estudios de caso que permiten apuntar algunas conclusiones<sup>11</sup>.

En 2014-2015, según el Ministerio de Cultura, el 85% de los adolescentes afirmó haber ido en alguna ocasión a un museo y también fueron éstos los que más veces fueron a ese tipo de instalación en el año anterior (un 47% de ellos) y en

**8** Estos grupos, estrechamente vinculados, conformarían lo que Ariño y Llopis han denominado grupo de “alejados” en relación con las prácticas culturales, después de haber hecho un análisis multivariable de los datos de la encuesta ministerial. Estos autores, sin embargo, niegan que estos grupos carezcan de cultura, y atribuyen su alejamiento de la oferta cultural existente a la falta de políticas públicas en ese ámbito que los tomen en consideración. Cfr. A. ARIÑO y R. LLOPIS, *op. cit.*, p. 98.

**9** Un ejemplo de estrategia inclusiva en museos, dirigida fundamentalmente a las personas de edad más avanzada, en: Silvia GARCÍA CEBALLOS, “Observatorio de Educación Patrimonial en España, desencadenante de subproyectos de mediación entre el arte y las personas”, *Her&Mus*, 16 (vol. VII, núm. 1), 2015, p. 21-31.

**10** Antonio ARIÑO, “Las prácticas culturales en España”, *Panorama Social*, núm. 14 (2011), p. 21-33.

**11** El comportamiento de los individuos situados en esta franja de edad es analizado por la encuesta del Ministerio de Cultura que sirve de base al estudio de Ariño y Llopis, aunque, sorprendentemente, no ha sido tomado en consideración en el trabajo más reciente promovido por la Generalitat Valenciana.



el último trimestre (20,9%). Como cabría esperar, más del 53% de los individuos de esta edad se acercó al museo como parte de una actividad escolar, y un 42% de ellos lo hizo con familiares y/o amigos, unos porcentajes que se transforman sensiblemente a partir de los 18 años, en que la visita “educativa” cae a un 14% para pasar a ser anecdótica a partir de los 24 años.

Entre los adolescentes existe una práctica consolidada de visita a museos que está relacionada con las exigencias del sistema educativo. Sin embargo, cabe preguntarse si este tipo de actividades hace que mejore la reputación de los museos en esta colectivo y si son capaces de generar en ellos una atracción que les lleve a realizar visitas de forma autónoma cuando lleguen a la edad adulta. Los estudios realizados respecto a este asunto han aportado respuestas poco alentadoras, pero han puesto el foco en una serie de problemas que se deberían convertir en un repertorio de posibles soluciones para el futuro.

Tomemos como punto de partida el dato siguiente: de los adolescentes que visitan museos, sólo el 15% ha participado en programas de mediación y educación en ellos, lo que significa que una aplastante mayoría de las “excursiones” a los



museos se plantean más desde una perspectiva recreativa que como parte de una estrategia educativa.

Si esa praxis tuviera el efecto deseado -es decir, si se convirtiera en una actividad lúdica-, debería ser valorada de otro modo, pero el problema es que la mayor parte de los adolescentes perciben el museo como un lugar aburrido. Así se constata en un estudio reciente elaborado a partir de encuestas a adolescentes de diversas ciudades españolas: los museos son aburridos porque en la visita se les exige una actitud pasiva, sin ningún tipo de interacción. Y, de hecho, sólo en aquellos museos que introducen recursos digitales y manipulativos la percepción empieza a cambiar<sup>12</sup>.

**12** Joan SANTACANA MESTRE, Tania MARTÍNEZ GIL, Nayra LLONCH MOLINA y Victoria LÓPEZ BENITO, "¿Qué opinan los adolescentes sobre los museos y la didáctica?", *Didáctica de las Ciencias Experimentales y Sociales*, núm. 31 (2016), p. 23-38.

En el caso específico del País Valenciano, y aun teniendo en cuenta la falta de estudios específicos, la situación es algo peor que en el conjunto del Estado: según los datos del Ministerio de Cultura, sólo el 3'2% de los valencianos habría participado en programas educativos en museos, una cifra que nos sitúa muy por debajo de canarios, navarros, catalanes y madrileños, aunque por encima de otros territorios como Murcia, Cantabria, Illes Balears y Aragón. Parece, pues, imprescindible, abordar un análisis detallado sobre la cantidad, la calidad y la idoneidad de las estrategias de captación de públicos de los museos valencianos como paso previo para poder determinar en qué forma contribuyen a la formación de futuros habitantes del museo<sup>13</sup>.

Según el OVC, más del 90% de los valencianos considera la cultura como algo muy importante o bastante importante, y un 35% de ellos asocia espontáneamente la palabra "cultura" con los museos y el patrimonio. Sin embargo, estas contundentes manifestaciones de adhesión contrastan con una práctica real que mantiene alejadas del museo a amplias capas de la sociedad. Eso genera una paradoja que, no siendo exclusiva del País Valenciano, tiene especial relevancia en un territorio que cuenta con un número elevado de museos y colecciones museográficas permanentes de temática variada y amplia distribución territorial<sup>14</sup>.

Los análisis que se pueden llevar a cabo a partir de las encuestas del Ministerio de Cultura y de los recientes estudios promovidos por la Generalitat, deberían servir como punto de partida para identificar problemas y, sobre todo, para abordar unos cambios que, a la luz de los datos, parecen urgentes. Reconocer y promover los programas de educación patrimonial orientados a la inclusión, así como desplegar políticas públicas de democratización cultural parecen retos imprescindibles si queremos transformar a los visitantes esporádicos en "ciudadanos del museo".

**13** Para un análisis de las causas de exclusión y autoexclusión de los adolescentes en relación con los museos, cfr. Tània MARTÍNEZ GIL, Victoria LÓPEZ BENITO y Joan SANTACANA MESTRE, "La educación patrimonial como herramienta para la educación inclusiva. Definición, factores y modelización", *Andamio*, vol. 1, núm. 3 (2015), p. 81-97. Según estos autores, la falta de inclusión cultural de los jóvenes puede provocar exclusión educativa y social, por lo que consideran imprescindible transformar algunas de las fórmulas educativas vigentes.

**14** Sobre esta paradoja, no exclusiva del escenario valenciano, vid. Juan A. RUBIO ARÓSTEGUI y Joaquim RIUS ULLDEMOLINS, "El diagnóstico de la crisis de la cultura en España: del recorte público a la crisis sistémica", *Arte, Individuo y Sociedad*, núm. 41 (28-1), p. 41-57.

LAS COLECCIONES  
DE LOS MUSEOS DE LORCA  
Y LAS CONMEMORACIONES  
HISTÓRICAS: UN MODELO  
DE OBRAS REPRESENTANTES  
ENCARNADAS POR HABITANTES  
DE LA CIUDAD

---

**DAVID TORRES DEL ALCÁZAR**

Historiador del arte.

## **LAS COLECCIONES DE LOS MUSEOS DE LORCA Y LAS CONMEMORACIONES HISTÓRICAS: UN MODELO DE OBRAS REPRESENTANTES ENCARNADAS POR HABITANTES DE LA CIUDAD.**

**David Torres del Alcázar**

Historiador del arte.

El documento describe las numerosas colecciones de los museos de esta ciudad murciana, atendiendo especialmente a los bordados, una actividad de larga tradición en este municipio. Este patrimonio y el uso de él hace la comunidad vincula estrechamente el fenómeno procesional y festivo de la localidad con el tejido social.

Palabras clave: *Lorca, museos de Lorca, bordados de Lorca, Semana Santa de Lorca, Fiestas de San Clemente.*

## **LORCA'S MUSEUM COLLECTIONS AND HISTORICAL COMMEMORATIONS: A MODEL OF REPRESENTATIVE WORKS EMBODIED BY INHABITANTS OF THE CITY.**

**David Torres del Alcázar**

Art historian.

The document describes the numerous collections in the museums of this Murcian city, paying special attention to embroidery, an activity with a long tradition in this municipality. This heritage and the use made of it by the community closely links the processional and festive phenomena of the town with the social fabric.

Keywords: *Lorca, Lorca museums, Lorca embroidery, Lorca Holy Week, San Clemente festivities.*

## **LES COLLECTIONS DES MUSÉES DE LORCA ET LES COMMÉMORATIONS HISTORIQUES : UN MODÈLE D'ŒUVRES REPRÉSENTATIVES INCARNÉES PAR LES HABITANTS DE LA VILLE.**

**David Torres del Alcázar**

Historien de l'art.

Le document décrit les nombreuses collections des musées de cette ville de la région de Murcie et s'intéresse tout particulièrement aux broderies, une activité de longue tradition dans cette commune. Ce patrimoine et son usage permettent à la communauté de relier étroitement le phénomène des processions, des fêtes locales et le tissu social.

Mots-clés : *Lorca, musées de Lorca, broderies de Lorca, Semaine sainte de Lorca, fêtes de San Clemente.*



# LAS COLECCIONES DE LOS MUSEOS DE LORCA Y LAS CONMEMORACIONES HISTÓRICAS: UN MODELO DE OBRAS REPRESENTANTES ENCARNADAS POR HABITANTES DE LA CIUDAD

**DAVID TORRES DEL ALCÁZAR**

*Historiador del Arte*

La ciudad de Lorca, declarada Conjunto Histórico-Artístico en 1964, se encuentra jalonada de edificios patrimoniales a lo largo de su centro histórico y coronada por su imponente castillo medieval. Cada año, esta ciudad del sureste peninsular da vida a las colecciones de sus museos de mano de manifestaciones culturales que hunden sus raíces en el medievo y la segunda mitad del siglo XIX: las fiestas de San Clemente y los festejos de Semana Santa.

Las piezas que componen las Colecciones y Museos de la ciudad desfilan cada año en otoño y primavera para dar vida a personajes como Isabel La Católica, Moshe Abenahayon o Abu Al-Hasan en noviembre y la Reina Balkis de Saba, Ptolomeo IV, Débora o Asuero en Semana Santa. Habitantes de la ciudad encarnan a los personajes, más de mil figurantes por evento, algunos de ellos repitiendo año tras año hasta el punto de identificar a las obras con sus personajes, a los personajes con las personas, a las personas con la Historia. Los representantes encarnan lo representado en los desfiles creando paralelismos imposibles por el tiempo cuando se encuentran estáticas las obras en las vitrinas y frente a ellas el visitante: la obra que cobra vida y el visitante dador de vida.

Si la ciudad de Lorca es conocida patrimonialmente es sin duda por su importante conjunto edilicio pero también por su tradición de bordado artístico que, hundiendo sus raíces en el siglo XVI, está declarada Bien de Interés Cultural Inmaterial y es Candidata a la declaración como Patrimonio Inmaterial de la

Humanidad ante la UNESCO. Existen en este arte dos claras vertientes: el de carácter popular y el erudito. El primero de ellos es el vinculado a lo doméstico, a materiales sencillos como la lana y el lino reservando materiales como la seda y los metales preciosos para el bordado de corte erudito.

El bordado del que nacen gran parte de los atuendos e indumentarias de las festividades mencionadas corresponde sin duda a las denominadas labores artísticas cultas realizado en materiales nobles y tejidos ricos y suntuosos. Sus primeros proyectos se rastrean con anterioridad al siglo XVI pero será ya bien entrado el siglo, con la bula de erección de Clemente VII en 1535 para la Colegiata de San Patricio, cuando tenga su primera época de esplendor el Bordado en la ciudad del sol con el fin de cubrir las necesidades del ajuar que, llamado a ser la catedral de Lorca, el nuevo templo demandaba.

Con el paso de los años la tradición del bordado se trasmite en los talleres profesionales de padres a hijos y se enseña como labor distinguida en las clases más acomodadas. En las clases de menos posibles se encuadra dentro de las enseñanzas femeninas mínimas y adecuadas con el fin de producir elementos domésticos de difícil adquisición.

La relevancia social de los bordadores llevará a encontrar cierto nivel de bienestar en sus vidas cotidianas pudiendo disfrutar de algunos lujos propios de las clases acomodadas o de los artistas de más alto nivel. Citaremos el caso de Alonso Cerezo, primer *broslador* afincado en Lorca, que llegó a tener dos esclavos, vivienda en propiedad y que a su muerte donará una buena suma a la colegial de San Patricio, su gran cliente.

El diseño de los bordados ha correspondido históricamente a los propios artistas titulares de los talleres, procedentes muchas veces de repertorios de diseños generales aplicados a esta erudita labor, si bien han podido encargar diseños a artistas externos que van a dotar a las obras de cierta heterogeneidad estética a pesar de tratarse del mismo taller de procedencia.

En el caso lorquino a partir del último tercio del siglo XIX, el diseño de los bordados corresponde al director artístico que generalmente realiza el dibujo, traspasa el diseño al tejido, marca la apertura de las figuras, indica la dirección de las puntadas y supervisa los trabajos y el desarrollo de la evolución de la obra. En la actualidad existen en la ciudad diferentes talleres privados y otros vinculados a instituciones sin ánimo de lucro que luchan por mantener vivo el legado del

bordado de Lorca cuya fama ha llevado a realizar trabajos para México, Francia o la Casa Real española y el Papado. En la actualidad existen talleres en localidades vecinas como Caravaca de la Cruz que tradicionalmente han venido encargando los trabajos necesarios para los ajueres de la Cruz a talleres lorquinos.

Así mismo la creación de una Cualificación Profesional de Bordado artístico, inexistente en el territorio nacional permitirá en breve suplir una carencia que sin duda colabora en la extinción de esta profesión de significativa proyección económica y social.

Cuando decaen las hojas del arbolado, con la otoñal conmemoración del pasado medieval de la ciudad se revive en Lorca la ocupación musulmana hasta la ruptura de la frontera con el Reino nazarí de Granada el 7 de junio de 1488 con la visita del Rey don Fernando, llamado *El Católico*. Las fiestas de San Clemente tienen su origen en el siglo XIII y, conformado con piezas de las colecciones de la Federación San Clemente y de propiedades municipales, se está configurando el *ciuFRONT*, Museo medieval de Lorca, que albergará las obras de orfebrería, textiles, documentales y joyería que la ciudad enarbola cada año para recordar sus grandes gestas acaecidas entre los comienzos del siglo VIII y finalísimos del siglo XV. El museo se plantea como una institución multisedes compartida entre la iglesia de Santa María la Mayor, de corte gótico levantino con una superficie expositiva de más de 600 metros cuadrados, erigida sobre la mezquita aljama, y la Muralla medieval de la ciudad aportando unos 300 metros lineales de exposición e información patrimonial. En la actualidad el museo se encuentra en fase de ordenación de colecciones para abrir sus puertas a comienzos del 2019.

De las piezas que conforman las colecciones destacaremos dos en esta ocasión: el conjunto que conforman las vestiduras ceremoniales de los Reyes Católicos y la Corona imperial de Alfonso X.

Los ropajes de Isabel de Castilla y Fernando de Aragón creados para las conmemoraciones anteriormente mencionadas son obra de Soledad del Alcázar Pérez del año 2007 realizadas en terciopelo, sedas e hilo de oro. Conformado por sendas sayas y capas de grandes dimensiones, está bordado con las armas de los Reyes Católicos fechadas en 1488, coincidiendo con la visita de don Fernando el siete de junio del mencionado año. Bordeada por trazas de estilo gótico tardío inspiradas en diseños del arquitecto Enrique Egas, las vestiduras

presentan la cruz de cristal de Santa María la Mayor como elemento vertebrador de la pieza.

Con respecto a la Corona imperial de Alfonso X, se trata de una réplica realizada en el año 2016 por el metalistero de la Casa de SM el Rey Andrés Barnés Sánchez-Fortún, Caballero de la Real y Militar Orden de San Hermenegildo. Con unas dimensiones de 9,5 x 21 x 23,5 cm está realizada en plata sobredorada, ágata rosácea, ágata sardónica y cristal. La corona tiene su origen en el tesoro de Sancho IV y consta de ocho placas o eslabones rectangulares bordeados por una sencilla moldura fileteada. El conjunto de placa y castillo forman una sola pieza fundida y repasada con cincel en plata sobredorada. La forma de los castillos que rematan las placas se compone de tres torres y su modelo arranca ya del siglo XII, aunque en algún caso ciertos investigadores aseguren que sólo pertenecen al siglo XIII avanzado. Los camafeos son cuatro y se montan sobre plaquitas de ágata se fijan las cabezas recortadas en el mismo material. Estos camafeos presentan dos tipos: dos sobre ágata rosácea y dos sobre ágata sardónica, todos ellos piezas originales de glíptica napolitana.

De las famosas festividades de Semana Santa en Lorca hemos de destacar que si bien la ciudad acoge manifestaciones procesionales desde el siglo XV, no será hasta mediados del siglo XIX cuando experimente la evolución hacia el concepto de procesión bíblica de mano del grupo de la Entrada Triunfal de Jesús en Jerusalén en 1855. A partir de esa fecha los ciudadanos de Lorca encarnan, incorporando paulatinamente ricos ropajes bordados, a diferentes personajes bíblicos e históricos abarcando un amplio período temporal que comprende desde el primer milenio antes de de nuestra era hasta la vida pública de Jesucristo llegando, incluso, a la representación de las revelaciones del Libro del Apocalipsis.

Estas piezas bordadas se encuentran conservadas principalmente en dos museos de la ciudad: el muBBla, Museo de Bordados *Paso Blanco* y el MASS, Museo Azul de la Semana Santa. Creados con el claro fin de custodiar, estudiar, conservar e investigar el patrimonio textil de su tesoro artístico, cuentan con un total de más de 3000 piezas bordadas en seda y oro, algunas de ellas declaradas Bien de Interés Cultural y se encuentran protegidos por sendas Fundaciones con la finalidad de conservar la tradición del bordado artístico para generaciones venideras. Una de las particularidades de estos museos es que las piezas, la

práctica totalidad de ellas, abandonan sus salas una vez al año para cobrar vida y revestir a ciudadanos de Lorca que encarnan a los más destacados personajes históricos y bíblicos. Asimismo, la gran actividad cultural de estos museos hace que las obras cobren vida en el interior de sus vetustos edificios con visitas teatralizadas o pasarelas históricas y un amplio abanico de eventos lúdico-patrimoniales de gran originalidad.

Las mencionadas instituciones museísticas exhiben las colecciones en condiciones de conservación preventiva, de forma ordenada y clara fomentando su contemplación y estudio, garantizando su protección, conservación y restauración. Estos son, junto al desarrollo de programas de exposiciones temporales vinculadas a su colección y de actividades de divulgación, formación, didáctica y asesoramiento en conservación textil, sus principales funciones acompañadas de establecer relaciones de colaboración con otros Museos, Universidades e Instituciones.

De entre este nutrido número de piezas destacan doce piezas declaradas Bien de Interés Cultural que son los denominados entornos de la Virgen de la Amargura y de la Virgen de los Dolores. Manto de la Virgen de la Amargura, Estandarte de la Oración en el Huerto y los Paños frontal, posterior, lateral izquierdo y lateral derecho del Palio del Trono de la Virgen de la Amargura expuestos en la Cámara de las Maravillas del muBBla conforman el cuerpo de élite del patrimonio del Paso Blanco. El Manto de la Virgen de los Dolores y los Estandartes del Reflejo, *Ángel velado*, San Juan, La Magdalena y *El Guión* encabezan la colección del Paso Azul expuestos en diferentes salas del MASS.

Una pieza significativa dentro de las colecciones del muBBla es la Capeta de Esclavo de la reina Balkis, obra de la dirección artística de Emilio Felices Barnés de año 1935. Con unas dimensiones de 60 x 160 cm está realizada sobre terciopelo en sedas e hilo de oro en canutillo. Conocida popularmente como *capeta del negro* encarna las ofrendas de la Reina Balkis a Salomón en su legendaria visita a Jerusalén. Con una gran fuerza expresiva e impecable modelado se nos muestra un esclavo abisinio enfrentado con mirada penetrante pelo ensortijado característico de la raza, semblante famélico, ceño fruncido y labios cortados por la deshidratación y el sol. Se trata de un bordado basado en un fotografía de la portada de una revista llamada *La Estampa* de 1935 en la que se nos muestra un prisionero de la guerra italo-abisinia de 1934-6. Destaca este

bordado por su extraordinario verismo y detalles tan naturales como el bordado del sarro en los dientes del esclavo.

Todo museo atesora una obra que se convierte en emblema de la institución. En el caso del muBBla se trata del Manto de la Virgen de la Amargura. Una pieza que ha sido expuesta fuera del museo en muy contadas ocasiones y que desde 2001 se tomó la decisión de que no saliera del museo excepto para cumplir sus funciones de representación una vez al año. Se trata de una obra de grandes dimensiones (350 x 450 cm) realizada bajo la dirección artística de Emilio Felices Barnés y José Cánovas Hernández entre los años 1915-1925 en sedas e hilo de oro en canutillo sobre raso. Se trata de un bordado que alterna un ajuste cromático de gran viveza con las tonalidades suaves ejecutado con la técnica conocida como punto español Felices que permite una factura de extraordinaria belleza. Fue realizado sobre un raso de seda de una sola pieza con el fin de reforzar su carácter inconsútil. Iconográficamente representa como escena principal una versión de Emilio Felices de la obra *Il trasporto de Cristo al sepolcro* de Antonio Ciseri que se corona, en presencia de una difuminada representación del Monte Calvario, por la presidencia del Espíritu Santo con cabeza humana y grandes alas, y el bordado de un gran sol que completa la Santísima Trinidad. Bajo la escena principal se incorpora una versión del ángel con custodia de la *Visión de San Pascual Bailón* de Giambattista Tiepolo y dos grandes a modo de velos laterales que, salpicados de ángeles y querubines, muestran como si de un gran teatro se tratara el entierro del Salvador de la Humanidad.

El cuerpo de élite de la colección de MASS está encabezada por el Manto de la Virgen de los Dolores realizado bajo la Dirección artística de Francisco Cayuela Sánchez entre los años 1904-1905. Con una dimensiones de 333 x 355 cm está realizado en sedas matizadas sobre raso. Se trata de una obra de capital importancia para la tradición del bordado lorquino pues es la primera de un gran catálogo patrimonial bordado en sedas emulando la estética de la tapicería y abre la denominada "edad de oro" del bordado lorquino que se extiende entre los años 1904 y 1928. Realizado en sedas sobre raso de color azul nos muestra dos ángeles sosteniendo una cruz vacía que un tercero jaspea con flores multicolores de clara inspiración en la obra de Gustave Doré en un entorno de celajes de gran pericia técnica. Rematan la escena siete medallones con atributos de la Pasión encabezados por uno de mayor tamaño presidido por

una extraordinaria representación de la Santa Faz de gran dominio artístico y significativa plasticidad. El conjunto de la obra se cierra en una gran cenefa de hojas de acanto realizadas en escala de tonalidades azules.

Otra obra a destacar es la que reviste al representante del primer apóstol de Cristo. La Estola de San Pedro fue realizada en 1997 bajo la dirección artística de José López Gimeno y está bordada sobre raso con sedas e hilo de oro en canutillo presentando unas dimensiones de 170 x 60 cm. Esta pieza que conforma el remate de las vestiduras del personaje que encarna el *Triunfo del Cristianismo* nos presenta la efigie del apóstol San Pedro como símbolo de la Iglesia establecida por Cristo. Realizado con la técnica de bordado de puntos cruzados que hiciera popular el director artístico Francisco Cayuela a principios del siglo XX se inspira en la obra de José de Ribera del año 1637. En su anverso representa a los cuatro evangelistas enmarcados en sendas hornacinas de corte clásico en gamas de sedas de una sola tonalidad.

Encontramos por tanto en Lorca un singular diálogo entre las obras de arte que atesoran los museos de la ciudad y los habitantes de esta. Una particular forma de vivir el patrimonio desde una participación activa en su representación, custodia, financiación y conservación pues los lorquinos son en cierto modo comitentes, conservadores, promotores, guías y patrocinadores de estas obras únicas en el panorama patrimonial.

#### Bibliografía

- BANGO TORVISO, I. G.: "La llamada corona de Sancho IV y los emblemas del poder real", *Alcanate*, 9, Sevilla, 2015, pp. 261-283.
- BELDA NAVARRO, C.; MUNUERA RICO, D.; MUÑOZ CLARES, M.; PÉREZ SÁNCHEZ, M.; ROS PARDO, J.; SÁNCHEZ ABADÍE, E.: *Arte en seda. La tradición del bordado lorquino*. Madrid, 2001.
- CRESPO VALERO, J. M.; GALLARDO CARRILLO, J.: "Evolución histórica de la iglesia de Santa María de Lorca a través de la arqueología", *Alberca*, 9, Lorca, 2011, pp. 81-110.
- MUÑOZ CLARES, M.: "Arte y ciudad", en JIMÉNEZ ALCÁZAR, J.F. (coord.), *Lorca Histórica. Historia, Arte y Literatura*, Lorca, 1999, pp. 177-266.
- MUÑOZ CLARES, M., SÁNCHEZ ABADÍE, E.: *Perspectivas de la Semana Santa de Lorca*. Lorca, 2005.
- TORRES DEL ALCÁZAR, D.: *Mirabilia. La cámara de las maravillas*. Lorca, 2008.
- TORRES DEL ALCÁZAR, D.: *Guía del muBBlá. Museo de Bordados Paso Blanco y Capilla del Rosario*. Lorca, 2009.
- TUDELA TUDELA, F.: *Los Dominicos en Lorca. Cofradía de Nuestra Señora del Rosario*. Lorca, 2004.



Organizadores:



Colaboradores:



Lugar de celebración:

L'ETNO. Museu Valencià d'Etnologia. C/ Corona, 36 - 46003 València.

Tel: 963 883 565 [www.museuvalenciaetnologia.es](http://www.museuvalenciaetnologia.es) · [muvaet@dival.es](mailto:muvaet@dival.es)

