

Museo y comunidad ¿Un binomio imperfecto?

Autor: Monistrol, Ricard

Citaci3n: Monistrol, Ricard (2012). "Museo y comunidad ¿Un binomio imperfecto?". Anuari DifuCom, 1, <http://anuari.difucom.org/2012-2/museo-comunidad>

Palabras clave: Museos, Comunidad, Nueva Museología, Responsabilidad social

Descripci3n: Cuando hablamos de un museo, todo el mundo piensa en una instituci3n de prestigio, conservadora de patrimonio y que realiza exposiciones y actividades educativas sobre todo para ni1os. ¿Pero, cu1ntas personas ven a este museo como un actor social, que realiza actividades dirigidas a la comunidad contando (investigando, interaccionando, preguntando...) y que cree en su responsabilidad social como receptor de subvenciones p1blicas? La respuesta, en t3rmino estadísticos, sería irrisoria. Aunque quizá surja alguien que hable de un determinado museo.

En este artícuo analizaremos las propuestas de un movimiento del pasado siglo, que analizó y concibi3n una serie de acciones y estrategias para revalorizar el museo como actor social.

Breve C.V del autor: Diploma de Estudios Avanzados por la UPF, Licenciado en periodismo por la UAB, Investigador colaborador del grupo DigiDoc de la UPF, Consultor independiente en Comunicaci3n y Difusi3n Cultural, director acad3mico de la Escuela de Formaci3n DifuCom y presidente de la Asociaci3n DifuCom Cultura

Página web personal/académica/profesional del autor: www.ricardmonistrol.eu

Museo y comunidad ¿Un binomio imperfecto?

1. Introducci3n

A priori, podría parecer una obviedad hablar sobre la obligaci3n de un museo de comunicarse con la sociedad que lo acoge, en su funci3n de centro de referencia y educaci3n que es. Sin olvidar la importancia de interaccionar con la comunidad social que le rodea. ¿Pero hasta qué

punto todos los museos son conscientes de ello? ¿Qué recursos dedican a la interacción, a la socialización del museo, a la educación, a las actividades conjuntas?...

La respuesta, no tiene un solo modelo de gestión. Pues entran diversas variables en la propia concepción del museo de su función: por ejemplo, el objeto central de un museo (especialmente los de arte) son sus colecciones permanentes y las exposiciones temporales.

A priori, todas sus actividades giran a su alrededor: la difusión de los contenidos, la contextualización del autor y de las obras (mediante recursos online, conferencias o mesas redondas), las actividades educativas (talleres temáticos, visitas escolares, etc.)

Un plantel de actividades, que marcarán la importancia del museo, como centro de referencia de investigación, restauración y conservación (un aspecto imprescindible para su consideración nacional e internacional) y como institución educativa.

En esta publicación (PDF) podemos encontrar una estructura tipo de organización de un museo y las funciones del personal y de los departamentos:

<http://www.nuevamuseologia.com.ar/images/stories/pdfs/Organigrama.pdf>

¿Pero hasta que punto podemos considerar que las funciones de la área de difusión (que incluye el departamento de educación y acción cultural, DEAC) son suficientes para integrar e interactuar con la comunidad social en las actividades del museo?

Podemos contestar, en primera instancia, que no siempre son suficientes, aunque puede haber excepciones. Todo dependerá de cómo se inicio la gestación del museo, su peculiar situación zona geográfica, el número de habitantes de la población y de la participación de la comunidad en la propia concepción del museo (e incluso en su fundación y perpetuación): sus fines, su misión, etc. Y, cómo no, de cuáles son sus políticas al respecto (en el caso que las tengan).

En este sentido, la propia misión y objetivos del Museo de Historia de la Inmigración en Sant Adrià de Besós, Barcelona, es un claro ejemplo: <http://www.mhic.net/> Pero, en este caso, estamos hablando de un museo que una finalidad muy clara y cuyo desempeño no ha sido posible sin la participación e interacción de la comunidad.

No obstante, creemos en la clara importancia de considerar al museo como un actor social con una clara finalidad: entroncar interacciones

con la comunidad, que permitan su participación en proyectos determinados, en actividades relacionadas o en la propia concepción del museo.

¿Con qué fines? Quizá sea una pregunta innecesaria, pero no es baladí crear una comunidad que crea en el museo. Por ejemplo, en un entorno de crisis, de reducción de subvenciones públicas, la identificación de un museo como algo propio a la identidad de miles de ciudadanos, permite satisfacer sus necesidades (emocionales, sociales, conocimiento, lúdicas...). Y, en esa relación es posible considerar a esas mismas personas, posibles mecenas (micromecenazgo) de actividades culturales.

2. Objetivos y metodología

El concepto de nueva museología apareció en los años 80 del pasado siglo, con él también apareció el concepto que cualquier museo debía explotar: su relación con la comunidad.

Además, en este mismo entorno de entender el museo como actor social al servicio de la comunidad. Las propias comunidades también crearon sus propios museos (en Europa, América, Asia...)

En este artículo, analizaremos cuáles son las aportaciones de diversos movimientos museológicos al respecto. Además, relataremos las experiencias de algunos museos que por sus actividades son considerados actores comunitarios en diversos campos de actuación y de cómo la creación de nuevos departamentos, parecen abrir una nueva manera de enfocar la relación con la comunidad: la "responsabilidad social corporativa".

Todo ello con una finalidad: dilucidar argumentos sobre la idoneidad de crear vínculos estables con la comunidad como elemento de pervivencia de la institución museística.

3. Antecedentes

La propia concepción de la museología respecto al público en el siglo XX, ha tenido dos zonas muy diferenciadas: América y Europa (aunque la actualidad Asia tenga mucho que decir al respecto)

Pero uno de los diversos ejemplos en Europa, de la concepción museológica a través de las exposiciones de arte (museografía) denotaba una desconexión del arte de la sociedad (sin partimos de

esta base, es complicado llegar a pensar en el público), es el que cita el historiador Y-A. Bois (citado en el libro *La memoria del mundo. Cien años de museología 1900-2000* de María Bolaños) sobre un joven, Alexander Dorner, nombrado en 1922 conservador del *Landesmuseum* de Hannover (Alemania). Sus intervenciones sobre la colección del museo se consideraron radicales, pues el museo estaba considerado como el paradigma del conservadurismo museológico y sobretodo museográfico.

¿Qué realizó? Rediseñó cada una de las salas en función de lo que él llamaba "tonalidad en el ser" que incluía la definición de un determinado momento histórico por parte del propio Dorner. Un modelo de gestión que primaba la obra artística como modelo de comprensión del movimiento artístico. Según cuenta Bois, esta apuesta se debe valorar de un fondo ideológico: Dorner estaba convencido que la obra de arte no era producto de un genio individual sino la expresión de un cierto estado de la sociedad (Bolaños, 2002: 82)

No obstante, esta apuesta de comisariado (que no se retomaría en Europa hasta unos cuantos decenios después) no fue muy bien comprendida por el partido Nazi. Se vio obligado a exiliarse a EE.UU. Donde encontró trabajo y comprensión de inmediato.

Pero, quizá la gran diferencia en esos primeros años en el Reino Unido o en Francia, es que la cultura se debía usar para educar a la población. Pero en un sentido masificado, sin prestar atención a los individuos.

Por ejemplo, en 1933, H. Berne, a la sazón director de los Museos de Francia, en su informe al ministro de educación (hasta 1959 no se creó el ministerio de cultura, cuyo primer titular fue André Malraux) explicaba como el uso de la propaganda, de la radiodifusión y los documentales cinematográficos (las herramientas más sofisticadas de aquella época, en los principios de la llamada *sociedad de masas*) eran sumamente positivos para una progresiva educación de la sociedad y de la comprensión de la figura del museo y función de los museos.

O, cómo una noticia publicada en la revista *Museoin* de 1937 (publicación en forma de fascículos, 1926 hasta 1946, precursora de la actual *Museum*, perteneciente a la esfera de la Oficina Internacional de Museos, OIM; el precursor de la ICOM actual) informaba de cómo a partir del uno de abril en el Museo Victoria y Albert, el Museo de las Indias y el Museo de las Ciencias (todos ellos situados en Londres) cerrarían a las ocho de la tarde tres días a la semana. Cuando su horario habitual era a las seis de la tarde:

“Hay que destacar que, en el caso del Victoria and Albert Museum, esta ampliación de las horas de apertura tiene un alcance muy particular, ya que estas colecciones ofrecen considerables recursos a los dibujantes y a los alumnos que se preparan para la industria o el comercio, o a aquellos que, aun teniendo ya un empleo en este ramo y dado su horario, sólo pueden visitarlo por la noche “(Bolaños, 2002: 97).

¿Y que se hacía en Estados Unidos por esa misma época? Podemos viajar a unos años antes, concretamente, a 1927, en una reunión de la OIM (citada anteriormente, se había creado una año antes, auspiciada por la Sociedad de Naciones, el precursor de las Naciones Unidas actual). L.V. Coleman, director de la Asociación Americana de Museos relataba las grandes diferencias entre los museos del “viejo continente” contenían colecciones estáticas. En cambio, los museos americanos, usaban sus colecciones para fines específicos y para la acción.

Para reafirmar su tesis, explicó que la experiencia acumulada en los museos de EE.UU. desde 1900 hasta 1927, en diversas técnicas innovadoras y aplicadas en el campo de la educación, se podía extraer un perfil concreto de la existencia del museo, como el de instituciones concebidas para elevar el nivel de cultura y la instrucción del conjunto de los ciudadanos (en ese sentido no se diferenciaban tanto de las medidas tomadas en los años 30 en el Reino Unido o en Francia)

Pero, precisamente, sus puntos fuertes de interacción con la población se centraba en dos segmentos: el público infantil y el adulto (estamos a principios del siglo XX)

El infantil, tenía dos niveles de educación e interacción, complementarios entre sí. Un nivel informal (la visita al museo fuera del horario lectivo) y otro destinado a la formación reglada y con la ayuda de los docentes.

El nivel informal, según Coleman, se basaba en la “hora del museo”, un proyecto pedagógico destinado a grupos de 20 a 30 niños y con material del museo. Constaba de dos partes.

La primera parte se basaba en una conversación entre un docente del mismo museo, que procuraba despertar el interés de los niños sobre los objetos museísticos que tenían a su abasto (es decir que los podían tocar).

Más tarde, se pasaba a los “Juegos del Museo” (segunda parte), donde los niños contestaban preguntas escritas que exigían una previa y curiosa atención de los objetos expuestos y de su estética.

Además, a esos mismos niños que habían participado en las actividades "informales", se les proponía formar parte de los *HobbyClubs* dirigidos por los propios niños, en los que se realizaban talleres de manualidades, cursos de dibujo, historia del arte, ciencia, etc.

En las actividades "formales", se fomentaba que la escuela trabajase previamente los materiales cedidos por los museos. Para luego, en la institución, usar la misma metodología que en "la hora del museo".

Respecto a los adultos, Coleman reconoce que aún faltaba definir más las actividades y talleres por la dificultad de interactuar con ellos. En todo caso, ya había propuestas, relata Coleman, relacionadas con talleres de lectura y escritura...

Asimismo, Coleman, relataba que otra de las grandes diferencias de los museos americanos con los europeos era el presupuesto que se dedicaba a tales actividades: 1/3 parte. (Bolaños, 2002: 94- 97).

En este sentido, hay que apreciar, que el lapso de la segunda guerra mundial, significó un gran desastre en la conservación del patrimonio y la desaparición de gran parte de él. Y la reconstrucción social y material, exigía que los museos tomaran parte de esa misma reconstrucción, lo relata Ignacio Díaz Balerdi:

El caso es que en el mundo de los museos se discute, aparecen publicaciones especializadas (la revista *Museum* parece en 1948), hay un consenso general sobre la necesidad de cambios, aunque las propuestas al respecto no sean tan unánimes. Se comienzan a oír voces reclamando que se tenga en cuenta al público, no como un componente más del fenómeno museístico sino como el auténtico protagonista del mismo. (Balerdi, 2002: 498)

Pero, no parece, que el concepto del público trascienda más allá de la discusión teórica sin pasar a la gestión de la esfera pública. Por ejemplo y tal como hemos citado, no es hasta 1959, que en Francia aparece el primer ministro de cultura, André Malraux y sus políticas de democratización cultural (aunque no fuera él quien diera nombre a esas políticas). En las que se fundamenta una buena base de descentralización de equipamientos culturales, pero no se conciben políticas culturales que incluyan al público, a los usuarios como elementos susceptibles de interacción. Más bien, los podríamos referenciar como receptores, cuya última finalidad sería elevar el consumo cultural y en todo caso, elevar su nivel educativo.

Pero, esa situación no era del agrado de muchos museólogos. Aunque para ello, tuvieron que ver diversos museos americanos, los primeros

ecomuseos propugnados por Hugues de Varine-Bohan, la aparición de experiencias museológicas en el tercer mundo (ahora, algunas de ellas son potencias económicas de primer orden que cuentan con grandes inversiones culturales, tales como China y su Museo de la Historia Nacional, reinaugurado en los pasados Juegos Olímpicos). O, la revolución francesa de mayo de 1968, que dio grandes esperanzas de cambios.

Nueva Museología

Aunque no queda claro cuando fue el inicio exacto del movimiento o de la idea sobre una nueva museología, en el año 1984 hubo la primera reunión oficial. Un año después (1985), en Lisboa, se creó el MINOM, Movimiento Internacional para una Nueva Museología, su primer presidente fue Pierre Mayrand:

“MINOM was founded in 1985, in Lisbon, Portugal, during the 2nd International New Museology Workshop. This official foundation was the result of the 1st International – Ecomuseums / New Museology Workshop in Quebec (Canada) in 1984, when museologists from 15 countries adopted The Quebec Declaration as a reference point for the movement. Its ideological origins are found in the Santiago Declaration adopted in 1972 in Chile.”

¿Qué novedades de concepción museística aparecieron con el MINOM? Su filosofía:

“Help each other. Learn from each other’s strategies of using heritage and museums as a tool to combat injustice, to foster development in communities, to foster dialogue. For us, these are not just words. They are part of a project of society, with more solidarity. It is a debate not about organizations or objects, but about people.”
(Fuente: sitio web del MINOM: http://www.minom-icom.net/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=5&Itemid=16)

Tal como hemos podido leer, la esencia del movimiento era y es considerar a las personas, sujeto museístico (e incluso como protagonista en la concepción del museo) entre otras aportaciones. Todas estas acepciones, tal como indica Ignacio Díaz Balerdi en un artículo, le granjeó el rechazo del resto de comunidad museológica mundial:

“(…) El caso de Quebec (*la referencia es a la Declaración de Quebec de 1984, citada anteriormente*) ha sido paradigmático en el desarrollo de una corriente que proclamaba la primacía de la participación sobre la sacralización del objeto, defendía la democracia cultural y el dinamismo social, reconocía a la colectividad como protagonista —

activa— de la nueva experimentación interdisciplinar y concebía el museo no como un fin en sí mismo sino como una herramienta, un recurso —de carácter museal—en el interior de una estructura más amplia, articulada y gestionada por la comunidad y al servicio de la misma.” (Balerdi, 2002: 493)

En otras concepciones, por ejemplo, Leroux-Dhys, J.F. define que este movimiento tiene el objetivo de establecer nuevas formas de ver la cultura y la identidad del museo:

“Intentan reflexionar sobre el futuro de una institución llamada a ser el centro de la vida cultural del mañana, a partir de la conservación de un patrimonio vuelto a ser vivo y no enfermo en mausoleos inaccesibles para la mayoría (...).” (Rivière, 1993: 66- 67).

En todo caso, aunque sus aportaciones fueron muy valiosas por un cambio de paradigma sobre la propia función del museo, pero no obtuvo los cambios deseados, tal como lo corrobora Díaz Balerdi:

“Minoritaria, en términos comparativos, y radical, en cuanto a planteamientos conceptuales, la Nueva Museología buscaba una ruptura estricta con el modelo de museo tradicional para sustituirlo por algo completamente diferente, que fuera más allá de la mera adecuación museográfica a los tiempos que corren, a las nuevas demandas sociales, a los imparable progresos técnicos, a las profundas transformaciones culturales, de ocio o de educación de las últimas décadas. No se trataba de poner al día la museología tradicional, sino de investigar caminos alternativos. Realmente alternativos. Y de ponerlos en práctica.” (Balerdi, 2002: 494)

Y, según, este mismo autor, aún avanzando los museos en innovación tecnológica, nuevas técnicas y estrategias de promoción (muchos museos, por ejemplo el MACBA, poseen departamentos de marketing y comunicación), nuevas fórmulas museográficas... pero no se aprecia en nada la influencia de la nueva museología:

“Nada ha cambiado: en realidad la inmensa mayoría de las instituciones museísticas siguen siendo instituciones tradicionales. Pueden ser nuevas cronológicamente, pero son antiguas en cuanto a concepción, estructuras y funcionamiento. El mito del nuevo museo, proclamado una y otra vez, es uno de los equívocos más persistentes en el universo del patrimonio y la cultura.” (Balerdi, 2002: 494)

Pero de todo este movimiento, de sus reuniones de trabajo, de sus conclusiones. Podemos extraer las bases unificadas del movimiento, útiles para planificar un plan de gestión museístico. Tal como los refleja Luis Alonso Fernández:

- **Democracia cultural:** se deben utilizar, conservar y difundir de todas la culturas presentes en la sociedad.
- **Nuevo y triple paradigma:** de la monodisciplinariedad a la pluridisciplinariedad, del público a la comunidad y del edificio al territorio.
- **Concienciación:** de toda la comunidad hacia la existencia y valorización de una cultura propia.
- **Sistema abierto e interactivo:** transformar el museo en una entidad dinámica donde el patrimonio propio y dado por la comunidad se incluya en una circulación abierta y no lineal.
- **Diálogo entre sujetos:** se incluye la participación de agentes sociales dentro de los criterios de exposición, como elemento de difusión, discusión y circulación de ideas de forma entendedora.
(Fuente: Alonso, 2001: 27)

Evolución del concepto "Museo"

Aunque como aportación complementaria, es útil ver cómo ha ido evolucionando el concepto de museo en los estatutos del ICOM.

La primera del ICOM:

Constitución del ICOM, 1946:

Artículo II, Sección 2.

La palabra Museo incluye todas las colecciones abiertas al público, de material artístico, técnico, científico, histórico o arqueológico, incluyendo jardines zoológicos y botánicos. Pero excluyendo bibliotecas, excepto en cuanto ellas mantengan salas de exhibición.

La más reciente:

Estatutos del ICOM, adoptados en la 22ª Asamblea General (Viena, Austria, 24 de agosto de 2007)

Artículo 3, definición de términos.

Sección 1. Museo.

Un museo es una institución permanente, sin ánimo de lucro, al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y exhibe el patrimonio tangible e intangible de la humanidad y su ambiente para propósitos de educación, estudio y deleite.

Entremedio hay seis definiciones más, consultables en esta dirección web: <http://www.slideshare.net/HAV/desarrollo-de-la-definicion-de-museo-segun-estatutos-icom-traduccion>

4. Situación actual

En la actualidad, podemos encontrar museos donde las personas y la comunidad son el centro de atención y otras instituciones, que por su magnitud e importancia sistémica parecen no estar obligados a tomar en cuenta la interacción con el público como eje vertebrador de sus actividades (MNAC, MACBA, Museo del Prado, Museo Reina Sofía...). Eso no quiere decir que tengan actividades educativas, talleres de integración social con discapacitados (el caso de los Museos Reina Sofía y el Prado). Pero, sus actividades no pasan de ser dirigidas a un colectivo determinado, donde el museo es el sujeto y el resto los receptores de esta actividad.

Pero, tal como decíamos, parece a veces que los departamentos de un museo no son suficientes para dar cabida a las relaciones con la comunidad. Por ejemplo, un museo mediano, como es el Museo Marítimo de Barcelona (ahora en obras, pero abierto parcialmente) posee un Departamento de Responsabilidad Social, su responsable es [Teresa Soldevila](#):

La responsabilidad social del *Museu Marítim de Barcelona* responde a la necesidad de cubrir su compromiso con la sociedad. Es por eso que integra en su comportamiento y funcionamiento aquellas buenas prácticas que la convierten en una institución transparente y responsable desde un punto de vista social.

El Museo responde así a las necesidades de la sociedad actual, en el sentido de ser una entidad que conserva, gestiona y difunde la cultura y el patrimonio, al tiempo que aspira a estar integrada en la comunidad que la rodea. Es una institución partícipe con la sociedad civil, que aporta cohesión y convivencia y se convierte en un centro de acceso real para todos los ciudadanos, sin ningún tipo de discriminación.

La responsabilidad social se traduce en acciones promovidas por el Museo y en otras que comportan la colaboración y cooperación con instituciones, entidades y asociaciones que comparten el mismo móvil. Se trata de promover iniciativas que den oportunidades a la cohesión social y a la convivencia dentro del territorio donde se halla la institución. Otro objetivo del Museo es su responsabilidad social corporativa, que se fomenta con el apoyo a instituciones, entidades y asociaciones que forman parte de la vida cultural y social de Barcelona.

Los valores de responsabilidad social sobre los cuales trabaja el Museo son:

- Un museo de proximidad con su entorno más inmediato, el barrio del Raval.
- Un museo vinculado a su ciudad.
- Un museo accesible, sin barreras por motivos de discapacidad.
- Un museo social y solidario.

Más información en su sitio

web http://www.mmb.cat/qui_som.php?idm=2&pagina=2&codi_subs_eccio=66&estic=1

Otros ejemplos, los podemos buscar en Asia, que tal como habíamos citado al principio, realizan proyectos punteros. Uno de ellos es el *Community Museum Project* de Hong Kong (China).

Si antes, hablábamos de las bases de funcionamiento de un museo bajo la égida de la Nueva Museología, parece que este está diseñado bajo estas premisas:

“A museum needs not be an intimidating and elitist institution. The Community Museum Project believes that a museum can be a means to represent everyday living and values. Through the collection and interpretation of artifacts and visual evidence, indigenous creativity, visual culture and public culture can be explored.

The Community Museum Project focuses not on establishing conventional “museum” hardware but carrying out flexible exhibition and public programs, often within specific community settings.

Through this process, the Community Museum Project aims to nurture a platform to articulate personal experiences and under-represented histories. It can also be an occasion to facilitate the participation of the public and cross-disciplinary collaboration. To us, the word “Community” has three connotations: subject matter, settings and creative public interface.

Community Museum Project was founded in 2002 in Hong Kong by Howard Chan (art curator), Siu King-chung (design educator), Tse Pak-chai and Phoebe Wong (cultural researchers).” http://www.hkcmp.org/cmp/c_001.html

¿Y sus proyectos? Tiene diversos, pero hemos escogido este, por su peculiar concepción sobre los límites entre el “artista” y el “público” en 1999:

Home Affairs

“Sixteen artists partnered with 16 households to each create a piece of artwork in or about the particular home. The project serves as a

platform to narrate the histories, collection and creativity in the home. It is also a review of the relative positions of “the artist” and “the public”, through the mutual contract between the two parties born out of the collaborative process. The project was presented under the Provisional Regional Council Cultural Ambassador Scheme. “ http://www.hkcmp.org/cmp/c_002_home.html”

Existen otros museos, tales como el Museo de Brooklyn (<http://www.brooklynmuseum.org/>) o el Museo del Barrio (<http://www.elmuseo.org/>) Nueva York (EE.UU) que también tienen muy en cuenta la comunidad tanto a nivel físico como virtual.

Por ejemplo, a nivel virtual el Museo de Brooklyn ofreció una actividad de *Crowd Curation*:

“Cuando se habla de que los museos y centros culturales asuman modelos más participativos supone hacer algo más que oír la opinión de los visitantes e implica hacer que en ocasiones puedan formar parte de los procesos del museo. Partiendo de esta idea, y ligado al fenómeno del crowdpower, surge el crowdcurating o comisariado colaborativo.

El Museo del Brooklyn empezó esta dinámica con Click, una exposición fotográfica en la que se apelaba a “*la sabiduría de la multitud*”. El proceso constó de tres partes: una convocatoria abierta para que diferentes artistas enviaran sus propuestas; una selección en la que el público y la comunidad on line del museo eligieron las obras; y una exposición en el museo. Todo el proceso estuvo acompañado de evaluaciones para conocer cómo el público percibe una obra en función de su experiencia previa, un libro, una meetup en el museo, etc...

El resultado fue una colección de fotografías elegidas por 3.344 personas que emitieron 410,089 evaluaciones y 3.089 comentarios sobre las 389 imágenes que formaban parte de la convocatoria. La estadística completa se puede ver aquí.” (Mediamusea 2012)

5. Conclusiones

Quizá el concepto de Nueva Museología, como afirman diversos autores, ya no ejerce ninguna influencia en ningún museo, o en todo caso, quizá en un número residual de instituciones.

Pero, la cuestión no radica en qué un museo dedique toda su actividad hacia la comunidad, pues eso provocaría una fractura con

más de un plan de gestión museística y la definición de su misión y objetivos.

Más bien, deberíamos centrarnos en buscar puntos de encuentro con la comunidad. Donde la búsqueda de necesidades, cohesión social o integración... puedan ser trabajadas mediante proyectos o actividades.

¿Qué puede ofrecer el museo? Quizá algunos museólogos piensen que un gran museo no debería ofrecer ningún tipo de actividad aliena a sus actividades expositivas y educativas. Pues sería función de un Centro Cultural o Centro Cívico realizarlas.

Pero, si pensamos en su afiliación a la comunidad, sobretudo en el caso europeo de museos pagados con subvenciones públicas. Quizá sería exigible que ese mismo museo buscara la fórmula para vehicular su conocimiento con esa misma comunidad.

En estas conclusiones no queremos dar ninguna orientación al respecto, pero en un entorno actual en que las subvenciones públicas están bajando y tendemos hacia un futuro donde donaciones, microdonaciones y patrocinios pueden solventar la financiación de un proyecto. Es importante, otorgar una imagen social a la institución.

Además, también habría que explorar las posibilidades del Crowdcuration. Otra forma de participación ciudadana.

6. Bibliografía

- **Alonso Fernández, Luis:** (2001) *Museología y museografía*. Barcelona: Ed. Serbal.
- **Bolaños, María:** (2002) *La memoria del mundo. Cien años de museología 1900-2000*, Gijón, Ed. Trea.
- **Díaz Balerdi, Ignacio:** (2002) *¿Qué fue de la nueva museología? El caso de Québec*. *Artigrama*, núm. 17, 493-516. (Visita web, 26/06/2012):
<http://www.unizar.es/artigrama/pdf/17/3varia/13.pdf>
- **Mediamusea:** (2012) *Crowd Curation*. 24 de febrero:
<http://mediamusea.com/2012/02/24/crowd-curation/>
- **Monistrol, Ricard:** (2005) *Treball de Recerca: Difusió Cultural i Webs de Museus: Estat de la Qüestió*. PDF: [Treball-recerca R.M.](#)

- **Rivière, George Henri:** (1993) *La Museología. Curso de museología/Textos y testimonios*. Madrid: Akal ed.