

## **Turisme urbà i comunitat local: els museus participatius com a espais d'innovació social**

**Mònica Molina**

*Universitat Autònoma de Barcelona*  
*monica.molina@uab.cat*

Jo estic aquí per parlar-vos sobre el tema de la participació, una miqueta reprenent el tema que ens ha presentat abans el Francesc, ell més basada en temes d'esdeveniments, jo el vincularé més en el que serien els museus. Inclouré dos conceptes en aquesta temàtica, que són l'accessibilitat i la cocreació de continguts. Primer, entrarem molt ràpidament sobre el concepte del que és el museu, ho lligarem amb el tema de la sostenibilitat social (no entraré en altres tipologies de sostenibilitat com l'econòmica, la mediambiental, perquè se'ns n'aniria molt). Veurem com aquest concepte de sostenibilitat social va íntimament lligat a l'accessibilitat i la inclusió, i passarem a la participació comunitària, entrant directament en la cocreació. Al llarg de la presentació comprendrem com la cocreació és un dels models participatius que requereix més implicació tant pels museus com per a la resta d'agents implicats.

Us presentaré dos casos d'estudi, de dos museus ubicats als Estats Units: el *Wing Luke Museum*, que és a Seattle i el *MAH*, que és a Santa Cruz.

El museu, com bé us he dit que us anava a parlar, el museu és un element clàssic que forma part del turisme cultural. Aquí estem parlant de turisme urbà, però no hem d'oblidar que el turisme cultural és un dels principals turismes que trobem a la ciutat. I es considera una atracció turística de primer ordre i també un element de regeneració d'espais. Tenim casos que donen exemple d'aquesta afirmació com seria el cas del MACBA, al Raval de Barcelona, el *Guggenheim* a Bilbao o la *La Cité des Sciences* a París.

Aleshores, m'agrada molt la idea aquesta de passar de l'àgora al museu, d'aquell espai clàssic on la gent es trobava, retrobava, compartia coneixement al que hauria de ser a vistes d'avui el museu: una àgora del segle XXI. Per què? Perquè la ciutat afronta el repte de crear espais, espais de participació, i no només per a aquestes persones que viuen a la ciutat, o sigui, als locals, sinó també per a aquests nous que tenen l'oportunitat de trobar en el museu un espai d'inclusió, un espai de trobada, un espai de conèixer aquesta nova cultura a on són nous.

Però també tenim aquesta tercera part de persones que es relacionen amb el museu, que són turistes. Aleshores, recuperem aquesta idea del museu que desenvolupa un paper rellevant de trobada, tenint en compte aquesta primera idea que trèiem de l'àgora, un punt rellevant de trobada per a tota la societat. No pensem només en un públic específic, concret, que va al museu, sinó en tota la societat. En aquest punt abordem el rol del Nou Pla de Museus, bàsicament basat en el que seria la preservació del patrimoni i de la memòria del país, entre les principals línies; vol ser un impuls en recerca i educació i també, per una altra banda, vol ser una projecció de Catalunya al món. Però això, l'aspecte que per a mi és molt més rellevant, és el del nivell d'implicació dels nostres museus a la vida cultural, educativa, social i científica del país. I aquí és on ha sorgit la relació aquesta entre el museu i la societat, que ha donat lloc al Fòrum de Museus, un espai de debat entre tots els membres que tenen una relació o altra amb els museus de Catalunya, des de conservadors, directors, tècnics o qualsevol persona relacionada. Tots hi han pogut participar i tenir veu. S'ha qüestionat el futur dels nostres museus a partir d'ara, el seu paper per a què els museus siguin, esdevinguin i tinguin un alt valor públic. Aquí hi ha un canvi important de paradigma que té una vinculació directa amb la sostenibilitat social del museu. L'estratègia de Desenvolupament Sostenible de Catalunya 2026 ja parla que aquest creixement econòmic ha d'integrar els objectius socioambientals. En el cas dels museus, com aquesta entitat es relaciona amb els diferents agents per a crear un creixement sostenible a nivell social. En aquest punt parlem del que seria la quintuple hèlix, model on integren aquestes relacions que el museu té, per una banda, amb l'acadèmia, amb la indústria, amb l'administració, amb la societat civil i amb l'entorn natural. Ens qüestionem quines interrelacions es creen i de quina manera el museu interacciona amb tots aquests agents. Només amb aquesta manera de treballar arribarem i treballarem cap a una sostenibilitat social del museu perquè, al final, el museu és per a les persones, per a la població. La idea de que el museu social és el museu per tothom, és el museu per totes les persones. I si volem que totes les persones estiguin incloses en el museu, hi ha un concepte que és indissociable que és el de l'accessibilitat, tema que desenvolupo a continuació.

Començarem la definició sobre accessibilitat perquè crec que és interessant entendre i comprendre el concepte. Per tant, l'accessibilitat és aquella condició que han de complir els espais, els processos i els productes per a ésser comprensibles i utilitzables per totes les persones. Això ha de ser en condicions de seguretat, de comoditat i de la manera més autònoma possible, és a dir, quan parlem d'accessibilitat, no serveix qualsevol cosa per cobrir l'expedient; o sigui, no serveix, per exemple, que em diguin que l'ascensor és accessible i, al final, que sigui un muntacàrregues. Necessitem que els usuaris puguin confiar en la informació sobre l'accessibilitat d'un lloc o servei. Parlem de l'accessibilitat, per exemple, en els processos. Si tota aquella comunicació dels continguts del museu no és accessible, no és comprensible per a totes les persones, no és accessible.

Aleshores, quan parlem d'accessibilitat, a qui fem referència? Doncs, primerament a uns usuaris directes, uns usuaris pels quals l'accessibilitat és completament imprescindible; és a dir, sense accessibilitat ells no poden gaudir de la cultura, no poden accedir al museu, no poden comprendre el coneixement que ens estan transmetent. Són persones amb discapacitat física. Teniu persones amb cadira de rodes, però tenim persones, per exemple, que van amb croses. Tenim persones amb discapacitat auditiva, que són persones que es poden comunicar, possiblement, en llengua de signes, però recordem que també hi ha persones que es comuniquen a partir de la lectura labial. Per tant, la casuística és molt àmplia en funció dels diferents tipus de discapacitat. De la mateixa manera, tenim les persones amb discapacitat visual. Tenim persones que tenen baixa visió, és a dir, no són cecs, no hi veuen negre, però hi veuen poc, tenen baixa visió. Per tant, la manera d'apropar-nos a aquest col·lectiu és completament diferent a la manera que ens apropem al col·lectiu amb ceguesa. El mateix pel tema de les persones amb discapacitat mental. El rang és amplíssim: tenim síndrome de Down, tenim síndrome d'Asperger, tenim moltes tipologies en aquest rang que també requereixen específicament un tracte concret. I això és amb el que jo lligo (i sempre sóc molt recurrent en això) la importància de la formació, de la formació de totes les persones que estan en el museu, però no només les persones que estan en contacte amb l'usuari, com són els serveis d'atenció i els educatius, sinó també direcció, màrqueting, comunicació, seguretat etc. Han de conèixer què és l'accessibilitat, quins requeriments comporta i com s'ha d'actuar davant de les diverses situacions.

Després, i lligant amb el concepte d'accessibilitat universal, tenim per una banda aquests usuaris que ja hem dit que l'accessibilitat és necessària, però alhora trobem uns altres usuaris indirectes de l'accessibilitat que, d'alguna manera o altra, també tenen necessitats especials. És a dir, quan vas amb un cotxet de nadó pel carrer tens les mateixes necessitats que una persona que va en cadira de rodes: les voreres, els passos estrets, les portes que es tanquen soles o aquelles que pesen tant que amb una sola mà no es poden obrir... Són les mateixes necessitats. I això, per exemple, també ens passa si anem tibant una maleta per un parterre completament irregular. Tenim problemes, tenim una necessitat especial en aquest cas. El mateix passa als col·lectius que es fatiguen: persones grans, dones embarassades, etc, que necessiten reposar. Són persones per a les quals l'accessibilitat no és completament necessària, però que es requereix per a què tinguin una experiència completa.

Dit això, entro en el concepte de "cadena d'accessibilitat" perquè considero que aporta aquest marc per comprendre la importància que té l'accessibilitat en el museu. Quan una persona accedeix al museu per visitar-lo, inicia una experiència que comença abans d'entrar, fins i tot a casa seva quan busca la informació, i finalitza quan marxa del museu. Aquesta experiència està feta per petites experiències, perquè ens entenguem. Si una persona arriba al museu i no hi ha pàrquing adaptat, no pot deixar el seu cotxe al costat de l'entrada, ja

la seva experiència al museu s'ha acabat. El mateix passa si ha arribat a aparcar però, per exemple, accedeix al museu i l'alçada de la taquilla no és accessible. Em direu: “home, sí, però, pot sortir la persona que ven les entrades i li pot vendre”. Sí, però, aleshores, no és amb igualtat de condicions. Aleshores, imagineu després, doncs, que en cada un d'aquests passos, de l'experiència en el museu que està tenint aquesta persona, ha aconseguit comprar les entrades, i es troba que l'exposició no es comprèn, no té manera de poder accedir al coneixement perquè, per exemple, és una persona amb discapacitat visual i no hi ha res: ni traducció en Braille ni amb alt relleu i tota la informació és visual. La seva experiència com a visitant del museu s'ha acabat. Aleshores, és important aquest concepte de cadena d'accessibilitat per poder assegurar aquesta experiència global al museu.

En l'anàlisi de la cadena d'accessibilitat al museu partim bàsicament del concepte de la circulació. La circulació pel museu pot ser horitzontal, entre les mateixes plantes, o pot ser vertical, entre plantes. Aleshores, els requeriments són diferents. Quan parlem, per exemple, de circulació horitzontal parlem de rampes o de passamans. Exemple: l'entrada del VINSEUM Museu del Vi de Vilafranca, tenim l'entrada accessible i és una entrada per tothom, per la persona que entra caminant i per a la persona que entra amb cadira de rodes, amb croses o cotxet de nadons. Es tracta d'una entrada inclusiva. Aquesta és la idea. La idea és que sigui accessible per a tothom d'una manera universal. Els requeriments que tenen grups amb discapacitats, un cas real a la Catedral de Barcelona intentant entrar vam haver d'esperar una hora perquè posessin la rampa accessible. Quan tu vas amb un grup que no té cap necessitat especial, si els has de dir “us heu d'esperar una hora, aneu a fer un tomb i torneu”, no hi ha cap problema. Però en un grup de quinze persones amb diferents tipus de discapacitat, diferent tipus de necessitats especials, una hora, és un gran problema. És un gran problema perquè necessitaran anar al bany, no hi ha banys accessibles; necessitaran descansar, no hi ha llocs perquè ells es puguin entrar i fer un cafè perquè no hi caben, etc. Aleshores, això s'ha de tenir en compte.

Amb el tema de la utilització dels serveis, a tothom li agrada anar a la botiga del museu un cop ha fet la visita. Què passa? Que molts museus tenen les seves botigues, tot el seu producte, a metro seixanta, i una persona en cadira de rodes ni ho veu ni ho pot agafar. Un bon exemple és el de la botiga del Grand Palais de París, tot el que seria el seu producte és accessible. Per tant, qualsevol persona, amb discapacitat o no, pot gaudir-ne, d'aquesta botiga. El mateix que abans comentava, el tema del taulell accessible, la doble alçada del taulell, no és per posar els fulletons, com es veu a molts museus, i és exemple de la manca en temes de formació, és un tema de desconeixement.

La informació sobre la col·lecció, quan parlem sobre el tema de la senyalètica, la il·luminació i tot el que fa referència a com es comunica des del museu, diferim també s'ha de tenir en compte en matèria d'accessibilitat. Les reproduccions de vídeos, necessiten estar subtítulades perquè hi ha persones que

tenen discapacitat auditiva i no poden escoltar el relat però el poden llegir. Un exemple que m'agrada molt és a una exposició que es va fer a Temps de Flors, a Girona, sobre unes obres d'art que es mostraven dins unes caixes de fusta a diferents alçades, de manera que totes les persones indiferentment de la seva alçada, podien accedir a la informació, és a dir, a la cultura. I no eren ells com a visitants que s'adeqüen a la mostra, sinó que es la mostra que s'adequa a la diferència dels visitants. Un altre gran exemple, és de la Mirada Tàctil, que ens agrada molt, i ens agradaria que estigués molt més estès perquè realment és la idea aquesta d'inclusió, d'accessibilitat, de que totes les persones a través de tots els sentits poden accedir al contingut.

La presentació de la col·lecció ha de tenir per objecte posar en valor al màxim tots els nostres sentits, perquè és un potencial que hem tingut sempre com a humans des de que naixem però que anem perdent a mesura que ens fem grans al cap dels anys. Els sentits, el tacte, la vista, l'oïda, l'olfacte, el gust, tenen el poder d'apropar-nos al contingut.

Un altre concepte a remarcar és el de l'accessibilitat desapercebuda. A ningú li agraden les coses lletges, a ningú li agraden els objectes específics per persones amb discapacitat, però si ens parem a observar, al nostre dia a dia, tenim moltíssimes coses, molts objectes, que inicialment es van fer servir en base a ser utilitzats per persones amb necessitats especials i que avui en dia han estat introduïts i adaptats per tots nosaltres, i són d'ús comú. Doncs, la idea aquesta és la mateixa d'accessibilitat desapercebuda: si pensem en un exemple molt gràfic, l'entrada del Museu d'Art de Gant a Bèlgica, unes escales amb una rampa desapercebuda, ens donen una entrada accessible i alhora inclusiva, on totes les persones accedeixen al museu pel mateix indret, democratitzant així l'accés a la cultura.

Per tant, necessitat d'un canvi radical als museus. Hem vist fins ara des de la perspectiva de l'espai, del servei i de la gestió. I, a partir d'ara, des de la perspectiva de la relació amb els visitants. I passo a aquesta segona part que seria la participació comunitària. O sigui, els museus, de quina manera es relacionen amb la societat per aportar un alt valor social. Passem, aleshores, d'uns museus centrats en els objectes, aquells museus que ens recorden als antics gabinets de curiositat cap a uns museus centrats en els visitants. Ens situem en aquest canvi avui en dia i ho fem amb innovació social. Llavors, recupero aquesta frase de Dotin Zandel –perquè hi ha molts museus que realment no hi creuen en això– que tots els museus i galeries tenen una responsabilitat social, i que tenen el potencial d'impactar positivament en la vida de les persones amb les que es relacionen, i això és molt important perquè això, quan des del museu s'aposta per aquesta idea, és molt més senzill treballar amb tot el tema de participació comunitària, i amb la idea del museu inclusiu. En aquest punt el museu es qüestiona amb preguntes com “quin és el meu públic?”, “de quina manera el meu públic podria col·laborar amb mi, podria participar en el museu, com ho podria fer? Realment, aquesta contribució, quina podria ser?”

I la participació, que la lligaria aquí amb aquesta definició, que m'agrada molt, de la Nina Simon, directora del museu d'Art and History de Santa Cruz (Califòrnia, Estats Units). Simon ha escrit diversos llibres sobre temes de participació comunitària i l'any passant, (2018) vaig tenir la possibilitat de realitzar una estada al MAH i em vaig quedar amb aquesta idea perquè realment crec que és molt potent: la Nina Simon deia “crec que cada persona que entra al nostre museu té alguna cosa valuosa a compartir: un talent creatiu, una història personal, una habilitat especial. I no és tasca seva presentar-nos-la, sinó que és el treball del museu donar-li la benvinguda, convidar-los a contribuir i donar-los-hi les eines per poder-ho fer. Aquest és el model de museu participatiu amb el que treballen, i aquest és el museu que crec jo que és el que s'ha de treballar de cara el proper segle XXI.

Aleshores, per comprendre una mica, “però ostres, Mònica, museu participatiu exactament, com?” Doncs, el concepte és el següent. Al museu participatiu, els visitants creen, comparteixen i connecten al voltant del contingut. El contingut és el recurs. Per a què les persones creïn, idees, objectes o creativitat, comparteixin discussió, coneixement, o connectin amb els altres visitants, però també amb *l'staff* del museu. Però sempre, el que és important, és al voltant del contingut. El contingut és el conductor. No és el conservador que decideix quin serà el relat, no és el museu, sinó que és el propi contingut. Un exemple entre molts, és el d'una exposició temporal al CosmoCaixa, que a una secció concreta, qüestionava el concepte del pa amb tomàquet. El resultat es que en lloc de ser el museu, el conservador, decidir què era el pa amb tomàquet, posar una definició, van ser els propis assistents a l'exposició que van definir què era el pa amb tomàquet des d'una visió personal. El resultat final va ser una definició donada per cada una de les definicions personals: per aquella persona que el pa amb tomàquet era aquella imatge que tenia de quan era petit que la seva àvia li feia per berenar, per aquella persona que va arribar d'Andalusia i que resulta que la primera cosa que li van oferir va ser un pa amb tomàquet, no? Aquell concepte de pa amb tomàquet és cocreat per tots els visitants i aporta un sentit que seria impossible de copsar per una sola persona des d'un sol àmbit.

La interacció. La interacció entre el visitant, entre el jo i el nosaltres, és el que varia l'evolució de l'experiència del visitant. Tenim el visitant que arriba al museu i, simplement, consumeix aquella informació que li donen. Però tenim una evolució dels visitants que van interaccionant de manera amb el contingut i amb les persones que estan allà, i que, finalment, inclús creen xarxes creen xarxes i es relacionen amb aquelles xarxes.

Hi ha tres tipus de projectes participatius que tenen diferents implicacions. De menys implicació, tenim els projectes contributius, que simplement els visitants aporten objectes personals a l'exposició. No hi ha cap mena d'interacció entre el que seria el museu i el visitant. Només és una contribució. Després, tenim aquells projectes col·laboratius on els visitants, realment, tenen un rol actiu en el disseny d'aquella exposició a partir dels objectes, etc. i del contingut. I per

últim, els projectes cocreatius que són aquells amb més implicació dintre del que seria la participació comunitària, a on els membres d'una comunitat i l'*staff* treballen conjuntament, i estan al mateix nivell. Des de l'inici d'una exhibició fins al final, es construeix en base a les necessitats de la comunitat. O sigui, no és el museu qui decideix quina serà la temàtica d'aquella exposició, sinó que sorgeix de les necessitats de la pròpia comunitat.

I aquest és el primer cas que us volia presentar. És el cas del *Wing Luke Museum*. És un museu petit que hi ha al barri de *Chinatown* de Seattle. En aquest barri, hi viuen diferents comunitats asiàtiques i tenen una implicació directa amb el museu. Tenen un format de treball en el quals a les exposicions no hi ha conservadors. (Cal a dir, que això quan ho comentes al sector dels museus és una qüestió que els posa molt nerviosos). No hi ha conservadors i parteixen a través d'aquest model de treball cocreatiu. La idea principal és: transformen històries personals, històries de les persones que viuen a la comunitat, en experiències pel visitant. L'estructura de l'equip expositiu és la següent: al centre de tot tenim el CAC, que és el Comitè d'Assessorament de la Comunitat, normalment són entres dotze i quinze persones de la comunitat, que estan relacionades amb el tema concret de l'exposició. Per exemple, en el cas d'una exposició sobre esports el CAC estava format per esportistes, animadores, entrenadors, persones que d'una manera o una altra estaven vinculades amb el tema de l'exposició.

Aquest CAC és el que té tot el poder. Són els que decideixen la temàtica, els continguts, el projecte educatiu, tot. Col·laboren conjuntament amb l'*staff* del museu, que són tota la part tècnica (administració, màrqueting, etc.). I fent d'interlocutor entre aquests dos grups, hi ha l'assessor del projecte, que sol ser també una persona de la comunitat que fa de nexa. El CAC també té de suport, els membres participants de la comunitat –i, aquí, faig l'apunt, el voluntariat dels Estats Units no té res a veure amb el concepte que tenim aquí al nostre país–. Fet el parèntesi, tanco. Tota aquesta part dels participants són voluntaris que treballen per l'exposició, recopilant imatges, van a recollir els objectes que les persones posen a disposició del museu, fan totes les cerques fotogràfiques, etc. I, després, tenen dos suports que serien els materials de recerca (per exemple, doncs, biblioteques, grups de recerca, etc., que treballen el mateix tema) i la contractació de serveis addicionals (doncs, si necessiten un fotògraf, o ja personal addicional tècnic). Aquest és el comitè que es crea específicament per a cada una de les exposicions que genera cada una de les exposicions del museu. Òbviament exigeix una gran implicació de temps, d'esforç i de diners una exposició d'aquest caire.

L'exemple de l'exposició sobre esports al Wing Luke: El que és interessant és que la temàtica d'esports és una temàtica universal, que pot interessar a qualsevol persona, no té per què tenir una relació directa amb la comunitat. Però que, a través d'aquesta exposició, que és tota cocreada per la comunitat –és a dir, tots els objectes que hi ha en aquesta exposició són de persones de la comunitat, que les han deixat per aquesta exposició– parlen de temàtiques que reflecteixen

la seva experiència. És a dir, parlen, per exemple, de discriminació, de quina manera s'afronten les persones en l'esport a la discriminació (discriminació racial, discriminació per motius de sexe, etc.); parlen de temes de competitivitat; parlen de temes d'ubicació, per exemple, les possibilitats que tenen persones que estan més vinculades a la ciutat o més fora, a la resta de l'Estat. O sigui, toquen temàtiques que d'alguna manera o altra són molt extrapolables, són molt universals també. Però qui les explica? Les expliquen les persones de la comunitat a través de la seva pròpia experiència. No les explica el conservador, no les expliquen les persones del museu, sinó que les expliquen les persones que les han viscut, a través de la seva pròpia experiència. Un exemple d'aquesta exposició: hi ha un mapa de l'estat de Washington, amb tot de piuets que han situat els visitants, ubicant-hi tots els centres d'arts marciais que hi ha a l'estat. El museu podria haver imprès un mapa amb tots els centres sense cap tipus de problema, però no. És al revés, perquè la informació la crea el visitant. És a dir, tu com a visitant proveeixes aquesta informació, la cocrees per a la resta de visitants i alhora la consumeixes.

Un altre exemple, dintre d'aquest mateix museu, és l'exposició sobre les diferents comunitats. Cada comunitat té un espai per fer les seves pròpies exposicions. Una d'elles era una exposició sobre la integració de la comunitat filipina als Estats Units. El museu treballa molt en base al relat oral i recopilen molt tot el que seria la pròpia experiència de la comunitat. Justament un dels dies que vaig estar al museu, es va donar el cas d'una senyora molt emocionada que justament li estava explicant a una altra que una cosa que sortia a l'exposició era dels seus propis familiars. Una mostra real de la connexió entre la comunitat i el museu i de la xarxa que ha estat capaç de crear. Aquests nexes, aquestes connexions personals, són les que costen molt de crear, temps i esforços, però que un cop estan creades, són molt potents, molt més potents que qualsevol acció de màrqueting que podem engegar des del museu per promocionar una exposició.

Aquest és el segon cas que us volia presentar. És el del Museu d'Art i Història de Santa Cruz. És el que la Nina Simon ha sigut directora des de 2011. I, bàsicament, en resum, per poder comprendre el museu, com està conformat, és que és un museu que és representatiu de la comunitat, cocreat per la comunitat i que treballa per a la comunitat local i pel visitant. Bàsicament són els fonaments d'aquest museu i també són els fonaments del nou model *off/ by/ for all* que s'ha creat a partir d'aquesta nova experiència del MAH, que s'està extrapolant a hores d'ara en una prova pilot a 20 museus de tot el món i que es vol exportar a la resta de museus que realment apostin per la inclusió de la comunitat.

El MAH és la comunitat, és la comunitat en festa, en música, a través de l'art, és la comunitat expressada de maneres diverses i per a públics diversos. Una exposició permanent, una exposició temporal i un programa social a un museu petit a nivell d'espai. L'exposició permanent sobre la història del comtat de Santa Cruz s'inicia amb la següent frase: "*Descubre las historias jamás con-*



*tadas de las personas que hicieron del condado de Santa Cruz lo que es hoy*". És a dir, no és el personal del MAH que decideix explicar-ho, –i més aquí tenint en compte tot el tema de colonització, etc, que hi ha al darrere– explicar-te què és i com ha esdevingut, sinó que seran les persones de la comunitat que t'explicaran què és el comtat de Santa Cruz. I, per primera vegada, per exemple, tens aquí exemples de persones indígenes que, per primer cop a la seva vida, tenen la possibilitat de posar en valor el seu passat, la seva cultura, en el lloc on han nascut i crescut. L'exemple d'una senyora indígena que explica: "siempre he conocido mi pasado, yo sé de dónde provienen mis ancestros, solo que no se me permitía pensar que eso era yo". Llavors, recopilar tot això i posar-ho en valor en el museu i donar-hi veu forma part de cocrear aquesta història passada. També, per exemple, tot el que és l'experiència de treballar als camps, en l'agricultura a l'estat de Califòrnia... t'ho poden explicar, però realment si tu veus imatges d'aquelles persones que ho estan fent i amb una història oral, t'estan explicant el que significa i tu estàs veient com treballen i estàs veient les imatges... realment, allò posa en valor una realitat, que no te l'està inculcant ningú, sinó que tu l'estàs aprenent per tu mateix. Al final d'aquesta exposició permanent sobre la història del comtat de Santa Cruz, pots llegir: "I tu, com faràs història? La història no té una data límit, tots els dies fem història amb les decisions que prenem i les accions que fem". Per què? Perquè molt enllà del que realment ens han fet creure, els museus no són neutrals. Els museus s'han de posicionar, perquè hi ha molts temes que estan vinculats a la nostra societat i al nostre dia a dia, que el museu té una responsabilitat, aquella responsabilitat social de la qual parlàvem. I aquí es posiciona i aquí et fa pensar i aquí et dona la possibilitat de participar i de formar part d'aquesta exposició, aquest és el paper de la coreació.

Les persones de la comunitat són les que parlen de la seva pròpia experiència personal i construeixen la història. Un altre exemple al MAH és el Programa *Young Writers*. És un programa que tenen a nivell extra escolar, per aprendre a escriure. És fa al museu, a una sala al costat d'una exposició que és titula *Word Lab*, i que presenta d'una manera molt original, tots els escrits creats a partir d'aquestes classes que es fan a la tarda i que, per suposat, són conduïdes per persones voluntàries.

Una altra de les exposicions del MAH, és l'anomenada *Lots Childhoods*. Aquesta exposició es va desenvolupar a partir de la cocreació al MAH amb la participació de joves que han estat sota la tutela del govern i que han arribat a l'edat adulta. Una exposició que qüestionava què passava amb aquests nens tutelats que en passar a l'edat adulta quedaven fora de qualsevol programa de protecció o recolzament estatal. És una exposició que es va cocrear amb ells, o sigui, eren els propis joves, que varen participar en el relat, van aportar els seus objectes personals i van realitzar visites guiades amb moments molt, molt durs, perquè són persones que estan en situacions diverses. I eren ells qui explicaven la seva pròpia història en primera persona.

Per a comprendre l'efecte que va implicar introduir aquest nou model al MAH es important veure les dades. L'any 2011, que va ser quan la Nina Simon va arribar al MAH, el museu tenia uns ingressos de 700.000 \$ amb un nombre de 17.000 visitants, 50 col·laboradors i 7 persones d'*staff*. Al 2018, set anys més tard, els ingressos havien ascendit a 3 milions de dòlars, 140.000 visitants, 2.000 col·laboradors i 32 empleats.

Però més enllà dels ingressos, el personal o els visitants, que són xifres (que sí són rellevants, òbviament) el públic que visitava el museu al 2011 era únicament pensionistes blancs i escolars. I, cap a on ha anat a partir de la cocreació? Òbviament, els ingressos s'han multiplicat, però el públic, avui en dia, és tot tipus de persones, i aquest és l'objectiu. Aquest és l'objectiu del museu social: que el museu sigui per a tothom. Aquest és un exemple que es pot reproduir en altres museus a diferents escales, però, òbviament, tenim la prova que quan el museu aposta per la participació comunitària i per obrir les portes a tothom és una aposta segura.

La iniciativa OF/BY/FORALL anteriorment esmentada, ha modelitzat aquest projecte que s'ha portat a terme al MAH per fer-lo extensible a tots aquells museus que vulguin seguir aquest model de participació comunitària. Es fa en *bootcamps*, n'hi haurà un a Holanda durant aquest any i la meua idea, i aquí ho llenço, es que es pogués fer un *bootcamp* el 2020 a Barcelona.

Llavors, el tema de la comunitat. Important: es basa, sobretot, en relacions de confiança i respecte. El que us estava explicant abans sobre el tema de l'exposició sobre *Lost Childhoods*, necessiten, o sigui, són persones, imagineu-vos, que estan enfrontades, a nivell conceptual –vull dir–, i han d'arribar a un enteniment per poder fer factible aquesta exposició. Per tant, necessitem també un entorn segur i còmode per expressar les idees i compartir experiències. És de naturalesa democràtica, òbviament, va de baix cap a dalt. Necessita flexibilitat. Per exemple, en moltes de les exposicions, els col·lectius possiblement no tenen un horari flexible per venir al museu a fer les trobades; doncs, possiblement, hauràs de fer-ho en cap de setmana. Aleshores, a part d'implicació temporal, també necessites implicació econòmica, òbviament. Però també es creen oportunitats d'aprenentatge intergeneracional. Això es dona en molt pocs espais, que persones de diferents generacions treballin juntes per un mateix objectiu. I, al final, el que és l'empoderament de la comunitat és el resultat de reunir diverses persones de la comunitat per a treballar conjuntament per un sol objectiu. Amb aquesta idea d'augmentar l'orgull de la mateixa comunitat a través d'aquest projecte.

A Catalunya tenim alguns exemples de museus que estan treballant en base a la participació comunitària. Són exemples molt puntuals, en exposicions molt puntuals. És a dir, no tenim cap museu que estigui creat en base a la participació comunitària. Però sí que hi ha experiències: al Museu Marítim hi ha experiències amb tallers de pictoescriptura com a eina educativa. També al Museu Blau, el Museu de Ciències, per exemple, van crear aquesta exposició "Creant barri, teixint comunitat" i també el Museu del Ferrocarril està

justament ara treballant. Per últim, la Casa Vicens que també està treballant i recollint tot el que són les diferents idees dels agents implicats, tant públic escolar, administració, etc. per posar en valor la seva oferta.

Com a conclusió, recordar el tema de la sostenibilitat social del museu: necessitem museus inclusius, necessitem museus que tinguin en compte l'accessibilitat per garantir que totes les persones puguin gaudir de la cultura. I després, la connexió d'aquests museus amb la comunitat a partir de la participació. Que no ens quedin els museus per una banda i la comunitat per altra, com parlàvem una mica abans en la presentació del Francesc. Necessitem aquests vincles, crear aquesta xarxa, que és el que ens falta. Perquè tenim els avanços, tenim els museus, però ens falta aquest teixit. I això és el que requereix temps i esforç, però un cop s'han creat són per sempre. Aleshores, la creació com a model participatiu que demanda més implicació per construir. I el resultat, això és molt importat, que cada persona que entra a formar part de la comunitat esdevé un ambaixador del museu fora de la institució. Gràcies.



