Museum

No 168 (Vol XLII, n° 4, 1990)

Las Revistas nacionales especializadas

museum

Museum es una revista publicada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Esta publicación trimestral constituye una tribuna internacional de información y opinión sobre todo tipo de museos.

Las ediciones en español, francés e inglés se publican en París, la edición en árabe se publica en El Cairo y la edición en ruso en Moscú.

N.° 168, (n.° 4, 1990)

Citas citables

"La obligación de un diario es publicar noticias y armar la de San Quintín."

Chicago Times, 1861

"La prensa . . . es la electricidad social."

François-René de Chateaubriand
Memorias de ultratumba

Directora: Anne Raidl
Jefe de redacción: Arthur Gillette
Asistente de redacción: Christine Wilkinson
Diseño gráfico: George Ducret
Redactor de la edición árabe:
Mahmoud El-Sheniti
Redactora de la edición rusa: Irina Pantykina

COMITÉ CONSULTIVO DE REDACCIÓN

Om Prakash Agrawal, India
Azedine Bachaouch, Túnez
Craig C. Black, Estados Unidos de América
Patrick D. Cardon, secretario general del ICOM, *ex-officio*
Gaël de Guichen, ICCROM
Yani Herreman, México
Nancy, Hushion, Canadá
Jean-Pierre Mohen, Francia
Luis Monreal, España
Syeung-gil Paik, República de Corea
Lise Skjøth, Dinamarca
Tomislav Šola, Yugoslavia
Vitali Souslov, Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas
Roberto di Stefano, ICOMOS
Shaje Tshiluila, Zaire

Compuesto en Francia por Coupé, Sautron, 44880.
Impreso en Bélgica por L. Vanmelle, 9910 Gent/Mariakerke.

© Unesco 1990

Los artículos firmados expresan la opinión de sus autores y no necesariamente la de la Unesco.

Las denominaciones empleadas en *Museum* y la presentación de los datos que en él figuran no implican, de la parte de la Secretaría de la Unesco, ninguna toma de posición respecto al estatuto jurídico de los países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto al trazado de sus fronteras o límites.

Se pueden reproducir y traducir los textos publicados (excepto cuando esté reservado el derecho de reproducción o de traducción y señalado con la mención "© autor(es)") siempre que se indique el autor y la fuente.

CORRESPONDENCIA

Sobre cuestiones relativas a los artículos
Jefe de redacción, *Museum,*
Unesco, 7, place de Fontenoy
75700 París, Francia
Tel.: (33) (1) 45.68.43.81
Fax: (33) (1) 45.67.16.90

Suscripciones:
Editorial de la Unesco
Servicio de Ventas
7, place de Fontenoy
75700 París, Francia

Precio del ejemplar: 48 francos franceses.
Suscripción anual (4 números o números dobles correspondientes): 156 francos franceses.

Para adquirir *separatas* de los artículos, se ruega dirigirse a:
Intitute for Scientific Information
Att. Publication Processing
3501 Market Street
Philadelphia, PA 19104
Estados Unidos de América

Muchos de nuestros lectores nos deben haber sacado de apuros al corregir automáticamente el error que se deslizó en el pie de la foto de la página 62 del n.° 162, que debía hacer referencia al "Sr. Geoffrey Lewis". *Museum* pide disculpas por cualquier inconveniente causado.

Las revistas nacionales especializadas

Editorial *Un solo mundo, pocas voces* 195

Corina Sandu *La* Revista Muzeelor *de Bucarest* 197

Wolfgang Klausewitz *Mirando hacia atrás . . . y hacia adelante* 198

Udo Rössling *Ayer y hoy en la República Democrática Alemana* 201

Su Dong-hai *China: dos millones ochocientas mil palabras en cinco años* 204

Robert Bourgat *Francia: mensaje recibido* 206

Eugenio Sisto V. *México: anatomía de un boletín* 208

Mária Riháková *Y en eslovaco . . .* 209

Cheryl Brown *Una revista trimestral se convierte en anual* 211

Los museos y la prensa diaria en Francia e Italia 214

Yuri Petrovich Pischulin Museo Soviético: *no sólo para especialistas* 215

Nancy Hall Muse: *el órgano de expresión de la museología canadiense* 217

Agneta Lundström *El balance de* Svenska Museer 219

El Tritón cruza el Canal de la Mancha 221

Judith Panitch *Algunos colaboradores voluntarios de* Museum *opinan sobre* Museum 223

Lista provisional de revistas especializadas 224

Secciones



Una ciudad y sus museos

Varna: sol, mar . . . ¿y museos? 226

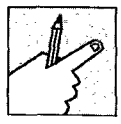


Retorno y restitución de bienes culturales

Étienne Clément *Conservadores y policías: objetivos comunes* 228

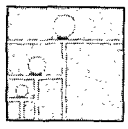
La Galería Nacional Australiana restituye al Perú un sudario antiguo 229

ISSN 0250-4979,
Museum (Unesco, París), n.° 168
(Vol. XLIII, n.° 4, 1990)



Hablando con franqueza

Metropolita Vladimir *La museología: una vocación* 231



Crónica de la FIMAM

Flash 232

¿El éxito y la popularidad no perderán el alma de los museos? 232

Y además . . .

Victor Bissengué *París: un explorador africano en el Centro Pompidou* 234

Elizabeth Croiset van Uchelen-Brouwer *La Academia Reinwardt: retrospectiva y perspectivas* 239

La Asociación Norteamericana de Museos insta a los Estados Unidos de América a reincorporarse a la Unesco 242

Eulàlia Morral i Romeu *El futuro de la "desmuseización"* 243

¿De dónde vienen y adónde van los museos? 247

Editorial

Un solo mundo, pocas voces

Mientras los 35.000 museos del mundo, sus conservadores y las personas que trabajan en ellos no se comuniquen entre sí por correo electrónico y teléfonos con pantalla, todos ellos seguirán dependiendo de las publicaciones escritas para intercambiar con regularidad informaciones, noticias, ideas, proyectos, temores, esperanzas y preocupaciones. Pese a la posibilidad de que se nos acuse de egocentrismo o de corporativismo, nos pareció que había llegado el momento de echar un vistazo a las publicaciones periódicas de los museos.

Al elegir un muestreo, empezamos por descartar las publicaciones internacionales, muy escasas (algunas se mencionan en este número de *Museum* en virtud de un intercambio de publicidad), y las de ámbito local, que generalmente están consagradas a un solo museo y cuyo material pocas veces presenta un interés duradero para los profesionales.

Quedaron, por consiguiente, las revistas museísticas de carácter nacional. Gracias a la amabilidad del Centro de Documentación Unesco-ICOM, encontramos más de medio centenar, cuya lista publicamos más adelante. El término de "nacional" es bastante amplio. En algunos casos (como, por ejemplo, en los estados federales), aunque una revista trate de una región particular o esté dirigida a un público en especial, su difusión es nacional.

De la lista elegimos a un grupo bastante representativo para recabar colaboraciones. Si alguna región geocultural no está representada se debe, fundamentalmente, a que no respondió a nuestra solicitud.

¿En qué situación se encuentran las publicaciones periódicas nacionales? Las hay en fase de expansión. Así, *Museo Soviético* y la revista *Muzeum* de Checoslovaquia están ampliando su temática; el *Museums Journal* del Reino Unido fue reestructurado y ahora incluye la columna de El Tritón (si se siente desanimado, empiece a leer este número de *Museum* por este artículo), mientras que *Muse,* de Canadá, proyecta pasar de cuatro a seis números anuales. Por otro lado, algunos colegas enfrentan graves dificultades. Éstas van desde la falta de papel y de material para imprimir, a la reducción de fondos debida a una redistribución de los ingresos de la lotería nacional, como en el caso del *AGMANZ Journal,* de Nueva Zelandia, que de cuatro números anuales ha tenido que reducirse a uno solo. No es sorprendente que también en este ámbito los países industrializados puedan expresarse más y con mayor frecuencia que las naciones en desarrollo, muchas de las cuales no pueden permitirse el lujo de editar un periódico nacional consagrado a la vida de los museos. Para describir esta situación mundial podemos parafrasear el título del informe sobre la comunicación que presentó la Comisión Macbride en la Unesco y declarar que hay "un solo mundo, pocas voces".[1]

1. Sean Macbride, y otros, *Un solo mundo, voces múltiples,* París/México, Unesco/Fondo de Cultura Económica, 1980.

Sin embargo, los autores de los artículos que publicamos se declaran optimistas sobre el futuro de sus publicaciones e, incluso, formulan sugerencias para estrechar la cooperación internacional. Varios de ellos se pronuncian por un vasto intercambio de publicaciones, colaboradores y artículos; *Museo Chino* sugiere que se hermanen las publicaciones nacionales de este tipo. Por nuestra parte podemos confesar que, mientras preparábamos este número, adoptamos con entusiasmo algunas de esas ideas para mejorar a *Museum*.

¿Debe considerarse como un robo la "adopción" de las ideas y los métodos de un amigo o esto forma parte del enriquecimiento mutuo que preconizamos en este número de *Museum?* Si "adoptamos" ideas ajenas, lo hacemos por una justa causa: *mejorar* la difusión de ideas e informaciones museísticas.

A. G.

Deseamos reparar una omisión y agradecer a Edward Yen de Shangai (China), por su colaboración en la traducción de los artículos de la selección en lengua china de *Museum*, que apareció en 1988. Esperamos poder hacer pronto otro compendio en chino.

La *Revista Muzeelor* de Bucarest

Corina Sandu

Al cierre de la presente edición de Museum *llegó a nuestra redacción Corina Sandu, una francesa de origen rumano que es titular de un doctorado en estética de la Universidad de París I. Venía de Bucarest y nos traía estas notas, que son un llamado en favor de una revista que renace.*

Revista Muzeelor (Revista de los Museos) es el nuevo nombre de la *Revista de los Museos y los Monumentos Históricos* rumana, reorganizada tras la revolución del 22 de diciembre de 1989. Fundada en 1964 para consagrarse a las actividades de los museos de Rumania, consiguió sobrevivir pese a las transformaciones, las imposiciones y las dificultades presupuestarias. Al principio fue trimestral pero pasó a ser una publicación mensual en 1977, cuando cambió de nombre a raíz de su fusión con el *Boletín de los Monumentos Históricos.* El resultado de esta unión fue la publicación de diez números anuales dedicados a los museos y dos a los monumentos históricos, con una tirada de mil ejemplares cada uno.

La comunicación al margen de la realidad

Durante la dictadura, la revista se vio sometida a una censura draconiana que la privó completamente de libertad de expresión. A pesar de los graves problemas que asolaban el patrimonio cultural del país (la demolición de un tercio de Bucarest, incluyendo un gran número de monumentos históricos y la destrucción de pueblos enteros de Rumania), la *Revista de los Museos y los Monumentos Históricos* fue obligada a elogiar las grandiosas obras sin precedentes del dictador Nicolae Ceaucescu.

Los museos no tenían derecho a suscribirse individualmente a la única revista especializada que se publicaba en el país pues una extraña ley autorizaba una sola suscripción para todos los museos de un mismo distrito administrativo.

El comienzo de una verdadera comunicación

Gracias a su reorganización, la *Revista Muzeelor* se ha convertido en una publicación mensual financiada por la Comisión de Museos y Colecciones del Ministerio de Cultura. Sus lectores pueden encontrar artículos sobre los siguientes temas: museos; colecciones y exposiciones; estudios e informes; conservación y restauración; patrimonio cultural; educación; museotecnia y secciones abiertas de opinión y debate.

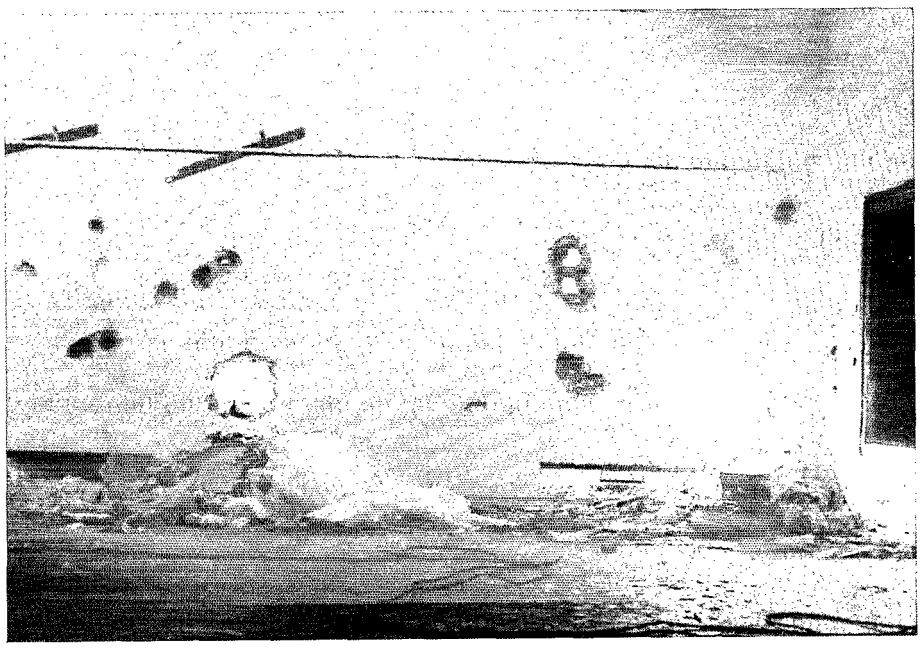
Llamada a todas las publicaciones museológicas del mundo

Por nuestro intermedio, la redacción de la revista hace un llamado a publicaciones similares con el fin de establecer lazos de estrecha colaboración.

Para reabrir la sección "Museos del mundo", la redacción de la *Revista Muzeelor* desearía recibir, a título de intercambio, revistas, artículos y documentación en general ya que, por razones presupuestarias, desde 1981 no ha podido mantener ningún contacto con el extranjero.

Rogamos contactar a:
Revista Muzeelor
Calea Victoriei 117
Sector 1
Bucaresti
Rumania ■

Algunos de los daños sufridos por el Museo Nacional de Arte de Bucarest durante la jornada del 23 de diciembre de 1989.



Cornelia Soance

Mirando hacia atrás . . . . . y hacia adelante

Wolfgang Klausewitz

¿De qué hablaban las publicaciones museológicas hace cien años? ¿De qué se ocuparán mañana? La historia de Museumskunde *responde de manera esclarecedora ambas preguntas, por lo menos en lo que se refiere a Alemania. Para hablar del tema, nadie más calificado que Wolfgang Klausewitz, ex presidente de la Asociación Alemana de Museos de la República Federal y principal responsable del nuevo lanzamiento, en 1977, de la versión actual de esa revista, cuya primera entrega data de 1878.*

La primera revista museológica alemana, *Zeitschrift für Museologie* (Revista de Museología), fue fundada en 1878 por J. G. T. Graesse, director de la famosa *Grünes Gewölbe* y de las colecciones numismáticas *(Münzkabinett)* de Dresde. Sirviéndose de su revista, Graesse se esforzó por hacer de la museología una disciplina científica por derecho propio. Esos esfuerzos se malograron porque después de su muerte, cuando se había llegado al octavo volumen, la revista dejó de publicarse regularmente; no había perspectivas de que la museología encontrara aceptación como disciplina científica independiente.

Dado que a fines del siglo XIX, y a comienzos de nuestro siglo, en la antigua Alemania tuvieron lugar muchos movimientos y actividades relacionados con la tarea museológica (hubo, por ejemplo, un gran auge en la fundación de museos), se tornó necesaria la creación de una revista museológica especializada. En 1905 se satisfizo esa necesidad con la aparición de *Museumskunde* (subtitulada "Periódico para la administración y las técnicas de las colecciones públicas y privadas"), revista que se ocupaba de los múltiples problemas prácticos de la gestión de los museos, aunque sin pretender erigir la museología en disciplina científica.

Su fundador y redactor fue Karl Koetschau, famoso director de museos, muy activo y estimulante. En sus editoriales utilizaba un lenguaje sarcástico y su pluma era temible. Criticó muchos defectos de la estructura y los conceptos de organización de los museos alemanes y, ya en ese entonces, debatió sobre los problemas políticos y culturales del momento, destacando la función política potencial del museo. Como resultado de ello, el periódico se convirtió en un núcleo importante y en un centro intelectual del personal científico de los museos ya que no existía en Alemania una organización central para todo tipo de museos.

Era natural que los problemas del momento se reflejaran en *Museumskunde*. Lo que sorprende es que aún hoy se sigan planteando muchos de aquellos problemas. Por ejemplo, en la esfera técnica se trataban asuntos como las falsificaciones, los robos, la seguridad, la prevención de incendios, la desinfección, los efectos de la luz y los inventarios. También se discutía, con pasión, la difícil situación de los tesoros artísticos y los múltiples inconvenientes con que tropezaba su restauración. En lo relativo al personal, la revista se ocupaba de la formación y la educación de los conservadores y técnicos, e incluso criticaba algunas designaciones a nivel directivo.

Un problema grave era la falta de una orientación general en materia de presentación. En las salas de la mayoría de los museos se presentaban exposiciones resultantes de la investigación. Algunos directores consideraban que los visitantes eran "los enemigos de los objetos museológicos". Ya en 1904 Koetschau criticó acerbamente esta actitud e inició una campaña en pro de un enfoque popular en la presentación, es decir, de exposiciones educativas con descripciones en un lenguaje claro y sencillo de las obras de arte, las antigüedades y los otros objetos de la historia cultural. Hace ya 85 años *Museumskunde* proponía una pedagogía museológica. En 1906 se publicó en sus páginas un estudio que comparaba los museos muy populares y eficaces de los Estados Unidos de América con los "templos introvertidos del arte y la cultura" de Alemania.

Foto cortesía del autor



Tres generaciones de *Museumskunde*.

El dinero y la política

Cuando la revista llevaba doce años sirviendo de órgano de la opinión pública sobre asuntos relacionados con los museos, se pudo llevar a la práctica la vieja idea de crear una organización, la Asociación Alemana de Museos *(Deutscher Museumsbund),* que se fundó durante la Primera Guerra Mundial, en 1917. También en este caso, Karl Koetschau, redactor de la revista, dio un nuevo paso adelante y *Museumskunde* se convirtió en el órgano oficial de la Asociación.

Poco después de su inauguración, la Asociación sufrió dos crisis muy graves. La primera, de carácter económico, fue provocada por las deudas de la guerra, los pagos de reparación y la consiguiente crisis económica mundial de los años veinte. Como resultado de la escasez de dinero, la revista tenía cada vez menos páginas y se publicaba en forma irregular; los suscriptores no podían pagar sus cuotas. Evidentemente, los asuntos financieros eran un tema importante puesto que los museos, la Asociación y la revista sufrían reducciones presupuestarias considerables.

La segunda crisis fue de carácter político y *Museumskunde* comenzó a documentarla ya en 1929. Al principio se reflejó en apasionados debates que oponían el arte moderno contra el "arte alemán realista" o clásico. Como en ese momento el presidente de la Asociación y el redactor de la revista pertenecían al ala tradicional y fundamentalista, predominaban los artículos contra el arte contemporáneo. Estas discusiones, que en realidad eran altercados, fueron la primera escaramuza ideológica de los trastornos políticos ulteriores, y a partir de 1933 habrían de influir profundamente en el sistema museológico alemán, apenas Hitler y su partido nacionalsocialista asumieron el poder.

Ese año significó un corte drástico para muchos museos y museólogos alemanes. En la reunión de la Asociación de agosto de 1933, siete meses después de la ascensión de Hitler al poder, Max Sauerlandt, famoso historiador del arte que ya había sido destituido de su cargo de director de un museo de arte de Hamburgo, calificó la situación

reinante de grave tormenta política que había dejado una estela de catástrofes lamentables. Como entretanto se había impuesto la censura, en la revista no pudo publicarse el discurso de Sauerlandt ni la noticia de que varios directores y conservadores habían sido destituidos por el nuevo gobierno, pero el discurso se distribuyó clandestinamente en forma de manuscrito.

Tampoco se mencionó en la revista que algunos funcionarios del Ministerio de Asuntos Culturales de Berlín estaban luchando por el arte moderno y porque se mantuvieran las galerías que lo difundían. En 1937, *Museumskunde* publicó en cambio un decreto promulgado por Hermann Göring en virtud del cual todos los museos públicos debían eliminar los objetos que pertenecieran al "arte decadente". El año siguiente se destruyeron muchas obras de arte y otros tesoros se vendieron en el extranjero.

Reconciliación y cooperación

La revista dejó de aparecer a comienzos de la Segunda Guerra Mundial. Al terminar la guerra, muchos museos estaban destruidos, los presupuestos para financiar la cultura fueron considerablemente reducidos, disminuyó el interés real del público en los museos y no hubo dinero para resucitar la Asociación de Museos ni su revista. Esta no renació sino en 1960 y con mala estrella; en efecto, como la publicaba una editorial privada, su precio aumentó tanto que la mayoría de los directores o conservadores no podía costear la suscripción. Así pues, *Museumskunde* volvió a sufrir dificultades financieras, comenzó a publicarse de manera irregular y finalmente desapareció en 1972.

Mientras tanto, la Asociación Alemana de Museos reinició sus actividades, aunque con estructuras y políticas fundamentalmente diferentes. Si antes era más o menos un club selecto de directores de museos, ahora había pasado a ser una organización democrática compuesta, por supuesto, por directores, pero también por muchos conservadores, asistentes y otros museólogos. A la Asociación le hacía mucha falta una publicación. Después de largas negociaciones, la antigua editorial cedió el título *Museumskunde,* que se transfirió al Deutscher Museumsbund. La Asociación tenía pues su propia revista para reflejar sus actividades y políticas.

La nueva época de *Museumskunde* se inicia en 1977. En ese entonces, el autor de este artículo se desempeña como presidente de la Asociación Alemana de Museos y como redactor de la revista. *Museumskunde* presenta un nuevo formato que es más pequeño que el anterior, abarca más temas de actualidad y se envía a todos los miembros de la Asociación.

¿De qué temas nos ocupamos?

Por primera vez, la Asociación evaluó el número anual de visitantes de los museos alemanes y publicó los notables resultados en la revista.

Se estudió y se comparó la situación de los museos en materia de finanzas y de personal y se dieron a conocer las conclusiones. Otro de los temas tratados fue una nueva rama, la pedagogía museológica, a la que se refirieron muchos artículos. Tanto en la revista como en la Asociación se discutieron cuestiones relativas a la seguridad y la formación de técnicos para los museos (en restauración, conservación y dermoplástica). El problema de los visitantes minusválidos se trató a menudo en la revista, donde se expusieron también muchos asuntos políticos y de orientación cultural así como algunos debates con hombres públicos. Gracias a todas estas actividades, el número de miembros de la Asociación y la tirada de la revista se han duplicado con creces; la circulación de esta última nunca había sido tan importante.

En el momento actual parece plantearse una nueva tarea para la Asociación Alemana de Museos y para su revista. En 1958, los museos de la República Democrática Alemana crearon *Neue Museumskunde,* revista que a pesar de su marcada tendencia política está bien editada y contiene artículos teóricos y prácticos sobre la tarea museológica. Como consecuencia del proceso de democratización entre ambos países, ya se han iniciado algunos contactos. Es posible, pues, que en el futuro se establezca una estrecha cooperación entre *Museumskunde* y *Neue Museumskunde.* ■

Ayer y hoy en la República Democrática Alemana

Udo Rössling

Ser dinámica, salir a tiempo, adelantarse antes que seguir la innovación (tanto en el plano nacional como internacional), reforzar los niveles científicos e *incrementar la difusión, tales son, entre otros, los principales objetivos de cualquier revista que se respete. ¿Cómo le ha ido a la* Neue Museumskunde *desde su creación hace más de cuatro décadas? Udo Rössling, historiador, filósofo y jefe de redacción de la revista desde 1983, analiza su historial y sus problemas actuales.*

Al esbozar la historia de la revista *Neue Museumskunde* podemos distinguir cuatro etapas: 1958-1965, 1965-1969, 1970-1983 y de 1983 en adelante. A la primera etapa precedió un largo periodo de preparación, dada la situación en que se encontraban los museos en el territorio de la RDA después de la Segunda Guerra Mundial. En efecto, se habían destruido o deteriorado muchos museos y aniquilado parcial o totalmente fondos y colecciones. Por otra parte, los alemanes fascistas se habían servido de los museos, sobre todo de los museos locales y regionales, para difundir su ideología. Era preciso superar ese perjuicio material y espiritual y cimentar la museología sobre una nueva base. Ya en 1946, gracias al apoyo de la administración militar soviética, algunos museos pudieron abrir sus puertas para presentar a la población un patrimonio humanista y democrático.

En 1947 se dieron los primeros pasos hacia una museología reglamentada y organizada a nivel nacional. En 1954 se creó el Servicio de Museos Locales y Regionales, con el fin de guiar y asesorar dichas instituciones. Un año después se comenzaron a sentar sus primeras bases jurídicas gracias al Decreto sobre la Labor en los Museos Locales y Regionales, garantizándose así su reconocimiento social. En 1954 también empezó a funcionar una escuela de museología cuyo objetivo era formar especialistas en esta disciplina y brindar cursos de perfeccionamiento. La creciente importancia de los museos en la RDA fue evidente en 1956, cuando más de 7,1 millones de personas visitaron los museos locales y regionales. Como el personal de los museos sentía cada más la necesidad de intercambiar ideas y experiencias, se fundó la revista. En 1958 apareció el primer número de *Neue Museumskunde,* concebida al principio como boletín informativo de los museos de historia y de ciencias naturales. Según sus fundadores, dicha revista debía servir de foro para el intercambio de experiencias y para facilitar una orientación continua, además de prestar especial apoyo a los museos locales y regionales.



El primer número de *Neue Museumskunde,* 1958.

En la segunda fase, que se inició con la sustitución de la directiva anterior de la revista por la Junta de Museos (organismo asesor del Ministerio de Cultura) creada en 1966, se publicaron cada vez más artículos concernientes a los museos especializados y a los grandes museos nacionales, quedando bastante relegados los museos locales y regionales.

En la tercera fase la revista se publica en un formato más grande, con el fin de dar a conocer la museología de la RDA especialmente en el extranjero, sobre todo la política de los museos y más adelante lo concerniente a la conservación de monumentos. Esta evolución se caracterizó por una reestructuración "socialista" de la museología, que fundamentalmente imponía una ideología, sobre todo en la manera de presentar la historia. Las restricciones administrativas resultantes, la incom-

Fotografías del *Neue Museumskunde*—Breftenborn



El número 2 de 1988, con tarjetas postales originales de la Feria de Leipzig de 1897 en las que figuran el Castillo y el Museo del Naipe de Alternburgo.

petencia de las personas que organizaban las exposiciones permanentes y temporales y de la administración museológica en general, además de otros factores, empobrecieron el contenido de los artículos de *Neue Museumskunde*. Veamos ahora la cuarta fase, que comenzó hacia 1983.

Oscuros autorretratos

En octubre de 1983, cuando me incorporé a la redacción de la revista, enfrenté numerosos problemas. Como la institución que financiaba y publicaba la revista pertenecía al mundo de los museos, el hecho de que yo trabajase para una editorial resultó bastante útil. El equipo de redacción creció en autonomía y responsabilidad. Sin embargo, había muchas restricciones. La dirección de ese entonces, la Junta de Museos, se valía de disposiciones legales que en parte remontaban a los años cincuenta, y que ya habían caducado. La mayoría de los artículos eran oscuros autorretratos, sobre todo de los grandes museos. Debido a una cláusula del contrato de 1972 entre la dirección y la editorial, la redacción, integrada únicamente por dos personas, se veía obligada a trabajar con una junta editorial de veintiocho miembros. La dirección institucional era una entidad sin estatuto jurídico, que desde el punto de vista legal nunca debió estar encargada de la revista. En esa época, el tiempo transcurrido entre la entrega del manuscrito a la imprenta y su publicación era de seis meses.La tirada había pasado de 1.700 a 1.600 ejemplares. La equivocada política económica del país hizo que desde 1970 los costos de la revista se quintuplicaran, mientras que los ingresos sólo habían aumentado en un 150%.

A comienzos de los años ochenta se inició la transformación del mundo de los museos de la RDA. Había que mejorar y renovar la labor museológica, que debía recurrir mucho más a las experiencias de otros países dado el creciente número de exposiciones de los museos de la RDA en el extranjero. Todo esto exigía una revista de mejor calidad. En 1983, inesperadamente, hubo cambio de jefe de redacción. Mi predecesor se retiró por enfermedad tras dieciocho años de actividad, lo que coincidió con una época en que el cambio estaba a la moda.

Como primera medida se disolvió la junta de veintiocho miembros y se creó un consejo realmente eficiente, compuesto de diez especialistas. El Instituto de Museografía sustituyó a la Junta de Museos como directiva institucional de la revista. En esta forma la redacción quedó aún más unida a la museología y más vinculada a las fuentes de información necesarias para una revista especializada. Se amplió el círculo de colaboradores, el número de artículos propuestos cada año aumentó de 80 a 180 y se incrementó la participación de colaboradores extranjeros. Gracias a una mejor diagramación se logró ofrecer anualmente un 30% más de texto, reservando a las ilustraciones el mismo espacio que antes. El haber acordado con la imprenta que en la etapa de compaginación pudieran introducirse informaciones de última hora, notas biográficas, etc., dio a la revista una mayor actualidad. Desafortunadamente no se pudo acortar el largo plazo destinado a la impresión debido a la escasez de personal; es más, el plazo pasó de seis a siete meses.

La revista se dividió en tres secciones principales: *a*) artículos de fondo con resúmenes en alemán, ruso, inglés, francés y, desde la Conferencia del ICOM en Buenos Aires, también en español; *b*) informes y observaciones; y *c*) reseña bibliográfica. Esto hizo posible una presentación más viva y polifacética de la labor museológica tanto nacional como internacional. Como fruto de este esfuerzo la tirada pasó de 1.600 a finales de 1983 a 2.100 en 1990 y todavía sigue aumentando. No obstante, persiste la gran diferencia que hay entre los costos y los ingresos.

En vista del largo periodo necesario para la impresión, "Informes y observaciones" y "Reseña bibliográfica" son las rúbricas que más despiertan la atención de los lectores. En ellas se presentan artículos breves relativos a todos los campos de la museología, como crítica de exposiciones, técnicas museológicas, el museo como educador, restauración, conservación y preservación e informes sobre conferencias concernientes a la investigación museológica nacional e internacional y sobre las actividades del ICOM. Se publican además notas biográficas y se reseñan libros de museografía, catálogos y obras especializadas de importancia para la investigación museológica.

¿Nada nuevo que decir?

Como sólo se publican cuatro números anualmente y persiste la dificultad relativa a la impresión, no es fácil registrar con rapidez la actualidad y lograr cada año una presentación equilibrada de todos los tipos de museos y todos los campos de la museología. En conse-

cuencia un trabajo teórico a largo plazo es tan necesario como el obtener rápidamente la colaboración de ciertos autores, sobre todo de aquellos que poseen los conocimientos y el saber necesarios además de las capacidades de análisis y de síntesis que no sólo les permitan escribir artículos de carácter teórico, sino formular conclusiones generales en relación con los museos. A mi juicio, una de las formas de lograr este objetivo es procurar que los comentarios acerca de las exposiciones no sean escritos por personas que trabajen en el museo respectivo, sino por otros autores. Otra vía, hasta ahora no muy aceptada en este país, es la de la investigación comparativa. Se pueden comparar varias exposiciones organizadas por el mismo tipo de museos y aún más, la manera como se refleja en los distintos museos un tema específico, por ejemplo, la vida de un grupo social particular.

La acentuada disminución de los artículos sobre el tema de la museología como ciencia plantea un problema. En el pasado, los museólogos de la RDA contribuyeron en gran medida a la investigación museológica y promovieron el debate internacional. Muchos autores se han jubilado o sólo publican de vez en cuando. Algunos no tienen nada nuevo que decir o no han podido seguir el ritmo de la investigación internacional. Los museólogos jóvenes no consideran necesario conjugar la teoría y la práctica. Los esfuerzos de la redacción en este sentido solamente han tenido éxito en contadas ocasiones.

La revista *Neue Museumskunde* ha procurado desde un comienzo dar a conocer el trabajo de los museos en el extranjero. En un principio escribían sobre todo autores soviéticos y checoslovacos, pero más tarde aumentó el número de museólogos de otros países. Desde de que los museos de la RDA entraron a formar parte del ICOM (la admisión del Comité Nacional de la RDA en el ICOM tuvo lugar en 1968) en la revista empezó a reflejarse de modo notable la actividad de esta organización internacional. En la actualidad, la redacción trata de incorporar de manera más sistemática las experiencias internacionales. Además de informes sobre reuniones del ICOM y de sus comités, se han publicado informes especiales y series completas de artículos (véase el número 2 de 1989) sobre los centros más importantes de formación museológica (por ejemplo, la Reinwardt-Academie de Leiden[1] en el número 1 de 1988, el Departamento de Leicester en el número 1 de 1989 o bien la exposición sobre la museología de Brno en el número 4 de 1990), en los que al mismo tiempo se tratan importantes cuestiones acerca de la ciencia de la museología. La publicaciónde artículos de autores extranjeros infunde un nuevo aliento al trabajo museológico nacional.

En el pasado sólo podía viajar a Occidente un círculo selecto de personas. Esto condenaba los museos al estancamiento y se hacía poco caso de la evolución internacional, o bien se la rechazaba por no ajustarse al marxismo-leninismo. Incluso informes a menudo útiles, preparados por el personal de los museos sobre misiones en el extranjero, quedaban relegados al olvido en las dependencias oficiales. La decisión adoptada en 1969, según la cual la revista *Neue Museumskunde,* publicada hasta entonces en octavo (146 mm × 296 mm), se convertiría a partir de 1970 en una revista especializada representativa de todos los museos de la RDA, con un formato de 210 mm × 296 mm y alcance de categoría internacional, contrasta de manera radical con lo expuesto anteriormente. Sin embargo, la verdadera naturaleza de esas intenciones se refleja en el hecho de que ni mi predecesor ni yo mismo tuvimos la posibilidad de relacionarnos con la redacción de revistas extranjeras, sobre todo occidentales, si se exceptúa el esporádico intercambio de revistas y cartas.

Tras los cambios sociales que se produjeron en la RDA en el otoño de 1989 han aumentado las posibilidades, pero éstas, sin embargo, se ven malogradas por falta de divisas. Sigue pues sin concretarse un deseo que hemos abrigado desde hace mucho tiempo: promover en el ICOM-CIDOC la creación de un grupo de trabajo sobre revistas especializadas, que cumpliría, en mi opinión, un papel importante en lo que concierne al intercambio de ideas y la ayuda mutua.

Como ya lo hemos visto, la revista ha tenido en el curso de su historia distintas direcciónes institucionales. A raíz de los cambios sociales que se están produciendo en la RDA se prevé crear una federación de museos cuyo órgano informativo sería la revista *Neue Museumskunde.* Tal es, al menos, la naturaleza de los debates actuales. En este caso dicha federación sería la cuarta institución en asumir la dirección de la revista. Mientras tanto nuestro trabajo editorial obtiene grandes beneficios de:

la estrecha colaboración de todos los museos y del personal de los mismos;
la participación en las conferencias de los museos y en las de las comisiones especializadas de los distintos tipos de museos, así como en otras manifestaciones;
las conferencias del jefe de redacción de *Neue Museumskunde* en los cursos de postgrado de museología que se imparten en la Universidad de Humboldt de Berlín, conferencias que permiten presentar a los estudiantes la revista, sus problemas y sus posibilidades;
la estrecha colaboración con la dirección, algo necesario puesto que, como ya lo he señalado, trabajo en una editorial;
la evaluación de las revistas especializadas (la redacción mantiene intercambio con unas treinta revistas de todo el mundo);
la colaboración con un amplio círculo de autores nacionales e internacionales. ■

1. Véase el artículo de la página 239 de este número. [N. de la R.]

China: dos millones ochocientas mil palabras en cinco años

Su Dong-hai

Jefe de redacción de la revista especializada *Museo Chino*.

Museo Chino es una revista trimestral especializada que publica la Sociedad China de Museos. ¿Cuál es nuestro ámbito de trabajo y cuál es fundamentalmente la situación de los museos en China?

La República Popular China es a la vez rica y pobre en materia de museos. En términos absolutos, parecen multiplicarse. Hay aproximadamente un millar de museos en los que trabajan más de veinte mil personas; de estas, dos mil (un promedio de dos empleados por museo) pertenecen a la Sociedad China de Museos. En nuestro país, además, la preservación y la colección de los vestigios del pasado es una tradición que tiene varios milenios y que últimamente ha evolucionado de distintas maneras. Durante la primera mitad de este siglo, se asimilaron los métodos de los museos occidentales; más tarde, se incorporó la experiencia de los museos soviéticos para crear una nueva tradición museológica socialista.

Por otra parte, en términos relativos, es obvio que todavía queda mucho por hacer. En China no hay sino un museo por cada millón cien mil habitantes[1] y un museo por cada 9.600 kilómetros cuadrados. Por lo tanto, se la considere buena o mala, la situación general de los museos en China ofrece perspectivas y posibilidades de desarrollo. *Museo Chino* que, con toda modestia, es muy apreciada por sus lectores, se ha propuesto explorar y explotar dichas posibilidades.

Les actividades de la Sociedad China de Museos, que subvenciona a *Museo Chino,* cubren todo el territorio nacional pese a que en la mayoría de las provincias y regiones autónomas, las sociedades locales de museos publican sus propias revistas. En este aspecto, *Museo Chino* sirve para fomentar los intercambios entre el personal de los museos y los museólogos de todo el país. En esta revista académica, nos hemos propuesto fomentar, a la vez, el desarrollo de una museografía específicamente china (poniendo al alcance de los miembros de la Sociedad todos los estudios teóricos) y los intercambios intelectuales y profesionales entre los medios museológicos chinos y extranjeros.

A diferencia del *Boletín de Museo Chino*, un boletín de información mensual que circula exclusivamente entre los miembros de la Sociedad, *Museo Chino* cuenta con unos dieciocho mil lectores a los que se suman los dos mil miembros de la Sociedad que hay a título personal o institucional y que la reciben gratuitamente.

Seminarios para los lectores

Museo Chino sustituyó, a principios de 1985, a *Museo,* una revista que se había creado en la segunda mitad de 1984. Los veinte números publicados hasta la fecha cuentan con noventa y seis páginas impresas en las que se incluyen unos veinticinco artículos que representan alrededor de ciento cuarenta mil palabras. En cinco años de existencia publicamos, exactamente, quinientos tres artículos que representan, aproximadamente, unas dos millones ochocientas mil palabras. La distribución de los artículos por tema ha sido la siguiente:

Museología	28%
Aplicaciones de la museología	27%
Actividades concretas de los museos	21%
Museos extranjeros	13%
Técnicas museográficas	6%
Historia de los museos	4%
Varios	1%
TOTAL:	100%

Estas cifras muestran que una de las prioridades de nuestra revista ha sido la de estimular el debate teórico y proporcionar información para mejorar la calidad del trabajo de los museos. También se dedica bastante espacio a la presentación de museos extranjeros para información del personal de los museos chinos. Pero probablemente los artículos que tuvieron el mayor éxito inmediato fueron los que trataban sobre la elaboración de las orientaciones teóricas y las aplicaciones prácticas de la museología específicamente china. Aparentemente, son estos temas los que mayor aprecio han despertado entre los lectores.

En el material dedicado a la teoría se ha puesto el énfasis en la definición de la museología, su estado actual, los sistemas museográficos y el análisis de distintos aspectos teóricos.

Pero, para compensar los artículos teóricos, últimamente hemos abordado nuevos temas. En 1987, por ejemplo, la redacción de *Museo Chino* creó una sección permanente llamada "Diálogo con los lectores"; en ella, los investigadores expresan sus opiniones y formulan las sugerencias que les parecen útiles para el desarrollo de la museología china. Puede que a los lectores de *Museum* les interese conocer el enfoque que utilizamos para mejorar la revista, es decir, la organización de seminarios de lectores. Como consecuencia de las sugerencias formuladas en dichos seminarios, la redacción decidió aumentar el espacio dedicado a la práctica museológica, es decir, a los aspectos técnicos y organizativos de las exposiciones, la conservación, la formación, la divulgación de la información y la evolución de la profesión.

Para dar una mayor orientación práctica recurrimos a especialistas en diversas disciplinas, como la sociología, la psicología, la pedagogía, la estética, la protección del medio ambiente y la estadística. También publicamos informes sobre unas veinte exposiciones representativas y los planes de desa-



Fotos cortesía del autor

¿De qué se "nutre" el jefe de redacción? Pues de comunicación, tanto oral . . .

. . . como electrónica.



rrollo de los museos de una docena de provincias. Por lo general, los lectores se han mostrado satisfechos con esta nueva orientación y la han acogido con entusiasmo.

Nuevos problemas, nuevas tareas

En nuestro país, al igual que en el resto del mundo, el desarrollo de la museología y de los museos nunca es simple, lineal y constante. Además de interrogarse sobre el sentido y la naturaleza de la evolución futura de los museos chinos, los colaboradores de la revista también han analizado temas tales como los relativos a la solución de los problemas económicos que afrontan los museos de pequeñas y medianas dimensiones y las relaciones entre las consecuencias sociales y económicas de las actividades museográficas, y cómo integrarlas en la práctica.

Para encontrar soluciones a los nuevos problemas de la museología china y poder definir las nuevas tareas que deberá incluir nuestra revista, decidimos adoptar una doble orientación. En primer lugar, durante los últimos dos o tres años, prestamos una importancia considerable a la selección y publicación de artículos sobre la historia de los museos, con la esperanza de que una investigación más amplia en este sentido permitiría encontrar respuestas a los dilemas contemporáneos. En segundo lugar, presentamos las opiniones de algunos investigadores extranjeros sobre temas tales como la organización y la administración de los museos.

En conclusión, la nueva tarea primordial de *Museo Chino* consiste en estrechar los lazos con los lectores extranjeros. Hemos iniciado intercambios con publicaciones extranjeras proponiéndoles, por ejemplo, suscripciones gratuitas sobre una base recíproca. Sin embargo, estos intercambios son limitados y son muchos los investigadores y los especialistas del resto del mundo que no saben nada, o casi nada, sobre la situación de los museos de nuestro país, y menos aún sobre nuestra revista. En un principio, sólo podíamos publicar el índice de la revista en chino y en inglés. Desde 1988 se incluye un resumen en inglés de algunos artículos importantes. A pesar de que nuestros limitados recursos nos impiden encarar la publicación de la revista en idiomas extranjeros, a partir de 1990 se publicarán resúmenes más detallados de los artículos en inglés.

Esperamos realmente poder intensificar nuestras relaciones con nuestros colegas y con los amigos de los museos de todas partes del mundo. Por ejemplo, quisiéramos entablar nuevos intercambios recíprocos con las publicaciones museológicas. Los interesados me pueden contactar en la siguiente dirección:

Museum of Chinese Revolution
The Chinese Society of Museums
Beijing 100006
República Popular China

Además de los intercambios recíprocos de publicaciones, se podría encarar la creación de un sistema de revistas asociadas o una forma de "hermanamiento" de distintas revistas museológicas. Un estrechamiento de los lazos entre las revistas museológicas podría contribuir, considerablemente, a mejorar las actividades presentes y futuras de los museos. ■

1. En Finlandia hay un museo por cada cinco mil habitantes. [N. de la R.]

Francia:

mensaje recibido

(para alegría del Museo de Perpiñán)

Robert Bourgat

Conservador del Museo de Historia Natural de Perpiñán y corresponsal del Museo Nacional de Historia Natural de París.

"Es preferible que un museo carezca de imagen a que dé la imagen negativa de un museo pasivo", declaró Geoffrey Lewis, ex presidente del ICOM. Efectivamente, tal como la Bella Durmiente del Bosque, muchas colecciones esperan discretamente, en la penumbra de las reservas, la llegada del Príncipe Azul que las despertará. Esto no contribuye a que nuestras venerables instituciones tengan una imagen de agentes culturales dinámicos. Por suerte, a veces, la intervención de curiosos ilustrados permite liberar tesoros adormecidos. En estos casos felices, las publicaciones de los museos pueden desempeñar un papel de primer orden, tal como sucedió con la revista *Musées et collections publiques de France,* cuando llamó la atención sobre la colección de objetos procedentes de Oceanía del Museo de Historia Natural de Perpiñán.

En 1986, Jacqueline Exbroyat organizó una exposición temporal de los objetos de arte y artesanía de Melanesia que se conservaban en dicho establecimiento y que se proponía ser "una mirada a la Nueva Caledonia", lo que la



El autor, a la izquierda, con un grupo de etnólogos que visitaron su museo atraídos por el artículo.

Foto cortesía del autor.

condujo a intentar definir el significado etnográfico de los elementos de la colección, su origen geográfico y las vías por las que llegaron hasta la capital del Rosellón.

Una dedicatoria ("En homenaje al Sr. Jean Pla") encontrada al dorso de una foto perteneciente a la colección le permitió suponer que dicha persona habría participado en el traslado de los objetos. En los archivos de Aix-en-Provence se encontró después un expediente administrativo relativo a Pla, un funcionario que trabajó hasta 1985 en la Dirección de la Defensa de las Colonias, donde ocupaba el cargo de agente de la Comisaría Colonial de Nueva Caledonia.

Otro personaje originario del Rosellón llamó también la atención de Jacqueline Exbroyat. Se trata de Albert Lavigne, donante de colecciones malacológicas y entomológicas, que residió en la Nueva Caledonia en penosas condiciones ya que había sido deportado por motivos políticos (como Louise Michel) a la península Ducos, cerca de Numea, a raíz de los acontencimientos de la Comuna de París.

Fue gracias a un trabajo de "sabueso", por lo tanto, que la colección empezó a revivir. Cada uno de los elementos identificados se convertía en el intérprete mudo, aunque elocuente, de las actividades domésticas y rituales de unas sociedades remotas; juntos, todos relataban páginas de nuestra propia historia.

El impacto de un solo artículo

Al publicar las notas de Jacqueline Exbroyat junto con un inventario preliminar, *Musées et collections publiques de France* llamó la atención sobre los múltiples e interesantes aspectos de unas piezas relegadas al olvido durante mucho tiempo.

En términos materiales, la publicación de este artículo contribuyó a que se rehabilitara, con rapidez y de conformidad con las reglas del arte, la sala Companyo del museo, destinada a albergar la colección procedente de Oceanía. Por otra parte, entusiasmada por las investigaciones que había comenzado, la autora se interesó profundamente en la personalidad de Albert Lavigne, nacido en Peyrestortes, en el Rosellón, comisionista en vinos, periodista y republicano visto con malos ojos por la administración pública, cuya trayectoria pasó por Suiza, París y, debido a la deportación, por la península Ducos, desde donde alimentó sin rencor las colecciones del museo de Perpiñán. Estimulada por una primera experiencia tan positiva, Jacqueline Exbroyat se halla, actualmente, consagrada a escribir una minuciosa biografía de Albert Lavigne.

Pero el artículo también tuvo otras consecuencias.

Anne Lavondès, etnóloga y ex conservadora del Museo de Tahití, al enterarse de su existencia, visitó la exposición consagrada a la Polinesia, sobre la que redactó un inventario comentado. Además, varios especialistas, procedentes de distintos puntos de Francia, felices de haber descubierto un nuevo "yacimiento", se reunieron en el museo de Perpiñán el 15 de febrero de 1989 con objeto de examinar las colecciones y dieron una serie de conferencias públicas sumamente interesantes en torno a varios temas eruditos.

Una revista como un príncipe encantado

Esa jornada, presidida por el adjunto del alcalde y encargado de los asuntos culturales de Perpiñán, atrajo a un público muy variado y hubo asistentes, sobre todo estudiantes, que se desplazaron desde Tolosa y Montpellier para estar presentes en este acontecimiento. La prensa regional dedicó al acto dos medias páginas ilustradas con once fotografías, lo cual contribuyó a que se mantuviera el flujo de visitantes durante varias semanas.

Desde el punto de vista científico, también tuvo un eco importante. V. Mu-Liepman, conservador del Museo de Tahití y de las Islas, felicitó calurosamente a Jacqueline Exbroyat y aportó informaciones complementarias sobre varios objetos (cofres y calzado) de la colección de Perpiñán. Además, el boletín de la Sociedad de Estudios de Oceanía publicó los textos de tres conferencias.

Debemos rendir homenaje al Museo de Perpiñán por haber sabido mantener una colección tan valiosa, sin duda codiciada, durante más de un siglo, a pesar de los traslados y los periodos difíciles que se vivieron como consecuencia de los grandes conflictos mundiales. Su conservación era un primer paso indispensable.

Los museos tienen actualmente la ambición de superar su misión primordial, que es la de conservar, para incorporarse al gran movimiento de solidaridad que recorre nuestro planeta. De solidaridad, en el sentido de movimiento conjunto, y no de caridad en una sola dirección. Los museos son lugares de diálogo entre hombres y mujeres dispersos en el espacio y el tiempo. Las colecciones han dejado de ser objetos de estudio o de curiosidad en estado latente y se han convertido en factores de conjunción. Para ello son necesarios los vehículos de esta comunicación universal y, hasta la fecha, los más eficaces, por ser los de más fácil acceso, los más reproducibles y los más duraderos, son las revistas, documentos escritos.

Quisiera que los responsables de las publicaciones de los museos encuentren en estas páginas (en este artículo sobre un artículo) una prueba de gratitud y, por consiguiente, un estímulo para que perseveren en sus tareas. En cuanto a los pesimistas y a los detractores del peyorativo tríptico museo-colección-polvo, pueden albergar esperanzas. La noche nunca es eterna y, cuando una mágica mañana amanece, se hace la luz y los objetos despiertan. En todo caso, la Bella Durmiente del Bosque del Museo de Perpiñán despertó gracias a una publicación del museo que llegó, hasta ella, cual un Príncipe Azul. ■

México: anatomía de un boletín

Eugenio Sisto V.

Toda regla tiene su excepción. Por ello decidimos incluir, en un número sobre las publicaciones periódicas "nacionales", *un artículo sobre el boletín de un solo museo. En realidad, el impacto del Museo Franz Mayer de México va mucho más allá de sus propios muros porque su boletín, que se presenta a continuación, tiene una influencia casi nacional. Damos la palabra al licenciado Eugenio Sisto V., director del Museo Franz Mayer.*

Las publicaciones son uno de los medios de comunicación más eficientes y atractivos porque pueden conservarse para consultas posteriores en el lugar y momento que más convenga. Desde el punto de vista económico, bien manejadas, pueden llegar a ser una de las principales fuentes de ingresos de un museo.

Primero el boletín y después el museo

Podemos manejar dos tipos de publicaciones: las que se hacen con un fin específico, que se cumple al poner en manos del público la edición –por ejemplo libros, folletos y catálogos– y las que aparecen periódicamente para ilustrar al público sobre temas variados relacionados con la vida y propósitos de la institución que las publica, tales como boletines y revistas.

En julio de 1984 apareció el primer número del boletín bimestral del Museo Franz Mayer, correspondiente a los meses de mayo-junio; desde entonces se ha publicado ininterrumpidamente. En aquel momento todavía no se había inaugurado el Museo –su apertura tuvo lugar en julio de 1986–, pero se consideró importante iniciar una labor de comunicación con quienes pudieran o debieran tener interés en él. En el pequeño editorial de ese número inicial se decía:

"En 1975 murió Don Franz Mayer, dejando en fideicomiso una importantísima colección de obras de arte y recursos económicos para establecer y mantener un museo en la ciudad de México.

"Desde entonces, se ha trabajado intensamente en la creación del Museo Franz Mayer. Hasta ahora actuamos en silencio, pero hemos llegado a la conclusión de que nos encontramos en una etapa en que es conveniente comunicarnos con los amantes de la cultura para informarlos sobre lo que estamos haciendo y cómo lo estamos haciendo. Esta es la razón por la que decidimos iniciar la publicación de este boletín informativo con el cual pretendemos evitar la incomunicación o una comunicación parcial o distorsionada. Pero, ¿qué tenemos que comunicar? Poco a poco iremos explicando en qué consiste la colección, en qué edificio se decidió albergarla, cómo avanzan las obras de restauración y adaptación de dicho inmueble a museo, cómo está organizándose este último, en qué actividades culturales estamos involucrados mientras tanto, quiénes y cómo nos están ayudando y todo aquello que consideremos de interés para nuestros lectores."

Preguntas, críticas, sugerencias

Desde un principio consideramos que nuestro boletín debía incluir tres tipos de información: *a)* la referente a las colecciones del museo y, en forma genérica, al tipo de bienes culturales en él exhibidos; *b)* la relacionada con las actividades que se llevan a cabo en nuestra institución; y *c)* las relativas a la actividad museística en general.

Para cubrir los aspectos anteriores decidimos imprimir, en las doce páginas de cada número, un corto mensaje editorial, uno o dos artículos, según su extensión, y las siguientes secciones fijas: "Extramuros", para informar sobre eventos que suceden fuera del museo pero relacionados de alguna manera con él; "Donaciones", para agradecer e informar sobre donativos recibidos; "Eventos", para explicar cuáles se realizaron en el museo durante el periodo al que se refiere el número; y "Opiniones", para mantener un diálogo permanente con nuestros lectores. Sobre esta última sección se dijo en el editorial del número 12:

"Muy importante y fructífero ha resultado el diálogo con nuestros lectores a través de la sección 'Opiniones'. Muchas gracias a quienes se tomaron la molestia de escribirnos para motivarnos con su interés haciéndonos preguntas, críticas y sugerencias. Apreciamos esta actitud que ayudará a que no se disocien las actividades del Museo de los intereses culturales de sus visitantes y amigos. Pocas cosas conozco más deplorables que el aislamiento, en su torre de marfil, de quienes dirigen organizaciones relacionadas con la cultura. Ojalá sean muchos los que con sus ideas y comentarios colaboren para que esto no suceda en nuestro Museo."

¿Recuperar el costo?

Después de inaugurado el Museo y, en la medida en que se intensifican sus actividades, sentimos la necesidad de incrementar la información y algunos números tuvieron que ampliarse a dieciséis páginas y, últimamente, se publicó uno de veinte.

Se agregó, casi desde el principio, atendiendo la sugerencia de un lector, la sección "Piezas selectas de la colección" en la que se van presentando las más notables del acervo. Una vez abierta la biblioteca se inició otra sección titulada "Adquisiciones" para informar sobre las publicaciones que constantemente incrementan su acervo.

Inicialmente obsequiábamos el boletín como un esfuerzo de divulgación y lo enviábamos a quienes suponíamos estaban interesados en él. Años después decidimos cancelar nuestro direc-

torio y enviar el boletín únicamente a quienes se suscribían por una cantidad simbólica, que ni siquiera cubría el costo de envío, pero mostraba el interés de quien se tomaba la molestia de hacer el trámite de suscripción. De esta manera reorientamos nuestro directorio positivamente. Recientemente incrementamos el precio del boletín para tratar de recuperar el costo de edición, aunque su envío nos sigue colocando en números rojos. Esperamos, en un futuro cercano, lograr alguna utilidad o, cuando menos, recuperar el costo de edición y distribución.

De boletín a revista

Además de la problemática financiera, enfrentamos dificultades para obtener artículos sobre las artes aplicadas y los asuntos museológicos. Conviene, no obstante, hacer notar que la política del Museo ha sido retribuir adecuadamente a los investigadores y técnicos que aceptan colaborar con nosotros. Tampoco la respuesta a la solicitud de opiniones del público ha sido tan abundante como deseamos, aunque afortunadamente las opiniones que recibimos son muy interesantes.

Estamos satisfechos, en los casi seis años de vida del boletín, de haber logrado alcanzar nuestros objetivos. Al superar los obstáculos que actualmente estamos tratando de sortear, esperamos acometer una segunda etapa con las siguientes miras:

hacer mensual la periodicidad del boletín;

crear una revista que inicialmente podría ser semestral y más adelante trimestral. Esta revista contendría exclusivamente artículos técnicos sobre el Museo Mayer y sus colecciones, las artes aplicadas, y la problemática museística, procurando presentar tanto autores mexicanos como de otros países; y

concentrar el contenido del boletín en la información sobre las actividades y planes del Museo e incluir artículos cortos de divulgación artística y museística.

¿Mi conclusión? La profunda creencia de que las publicaciones periódicas de los museos forman parte importantísima de su dinámica comunicativa. ■

Y en eslovaco . . .

María Riháková

En la sección "Una ciudad y sus museos" del número 164 presentamos a Bratislava. Ahora volvemos a la capital de Eslovaquia para conocer la revista museológica de esa región de Checoslovaquia. Lo haremos de la mano de María Riháková, nacida en 1952 y graduada en humanidades, en 1979, en la Universidad Carolina de Praga. Desde 1988 dirige Múzeum, *la revista que nos presenta a continuación.*

Cuando los museólogos eslovacos hablan de *múzeum,* casi nunca se refieren a un edificio donde se exhiben colecciones sino a la revista que, con una ortografía ligeramente distinta, lleva el mismo nombre que ésta que usted está leyendo en este momento. El Museo Nacional Eslovaco publica desde hace treinta y cinco años *Múzeum,* que es el instrumento metodológico de investigación e información del personal de los museos y galerías de arte de Eslovaquia.

Sin embargo, no es la primera revista especializada en museos de nuestra región de Checoslovaquia; su predecesora, la *Revista de la Sociedad Museológica Eslovaca,* se publicó de 1898 a 1950 con una sola interrupción, la de 1914 a 1918. La Sociedad había sido fundada en 1893, en el centro de la vida nacional y cultural eslovaca, que entonces formaba parte del Imperio Austro-Húngaro. No se trataba de una institución oficial, sino de una entidad privada que se proponía iniciar la constitución de colecciones e investigar sobre nuestra región con vistas a la creación del futuro Museo Nacional Eslovaco, que abriría sus puertas en 1908. La *Revista* informaba sobre la Sociedad Museológica Eslovaca, publicaba las listas de sus miembros y donantes, y divulgaba artículos sobre temas nacionales. Sus redactores fueron los notables pioneros de la museología eslovaca.

No se pretendió violar ningún derecho de autor

En diciembre de 1953, con motivo del sexagésimo aniversario de la Sociedad, se publicó el primer número de nuestra revista con el nombre de *Materiales de investigación y formación.* Sin embargo, ya en el segundo número (1954) dicho nombre se convirtió en el subtítulo de una nueva denominación: *Múzeum.* Por increíble que parezca (y este hecho subraya la necesidad de mejorar la comunicación internacional en el mundo de los museos), los redactores ignoraban que la Unesco publicaba, desde hacía varios años, una revista con el mismo nombre. Por consiguiente, si se violó algún derecho, el "crimen" fue involuntario.

Durante los años cincuenta, *Múzeum* fue publicada por la Unión de Museos Eslovacos. Al final de ese decenio, la Unión y la Sociedad de Museos Eslovacos desaparecieron y la publicación de *Múzeum* se interrumpió. En 1961 se promulgó una nueva ley sobre museos y se reorganizó la estructura de la museología eslovaca. Esto se reflejó en la creación, el mismo año, de un nuevo Museo Nacional Eslovaco. El Gabinete de Museos y Actividades Nacionales de esta institución resucitó a *Múzeum,* aunque en 1961 sólo se publicó un número. En 1962 la revista no se publicó pero desde 1963 hasta la fecha ha venido editándose trimestralmente.

Un acontecimiento importante de comienzos del decenio de los sesenta fue la retirada de *Múzeum* de la famosa *Bibliografía selecta de la literatura museológica mundial.* Este cambio significó una reestructuración de nuestra revista y, en particular, permitió la inclusión de nuevas categorías de materiales. Tal vez la mejor manera de resumir el contenido actual de *Múzeum* sea presentarlo en forma de cuadro sinóptico, de la siguiente manera:

Artículos e investigaciones
Aspectos de la museología

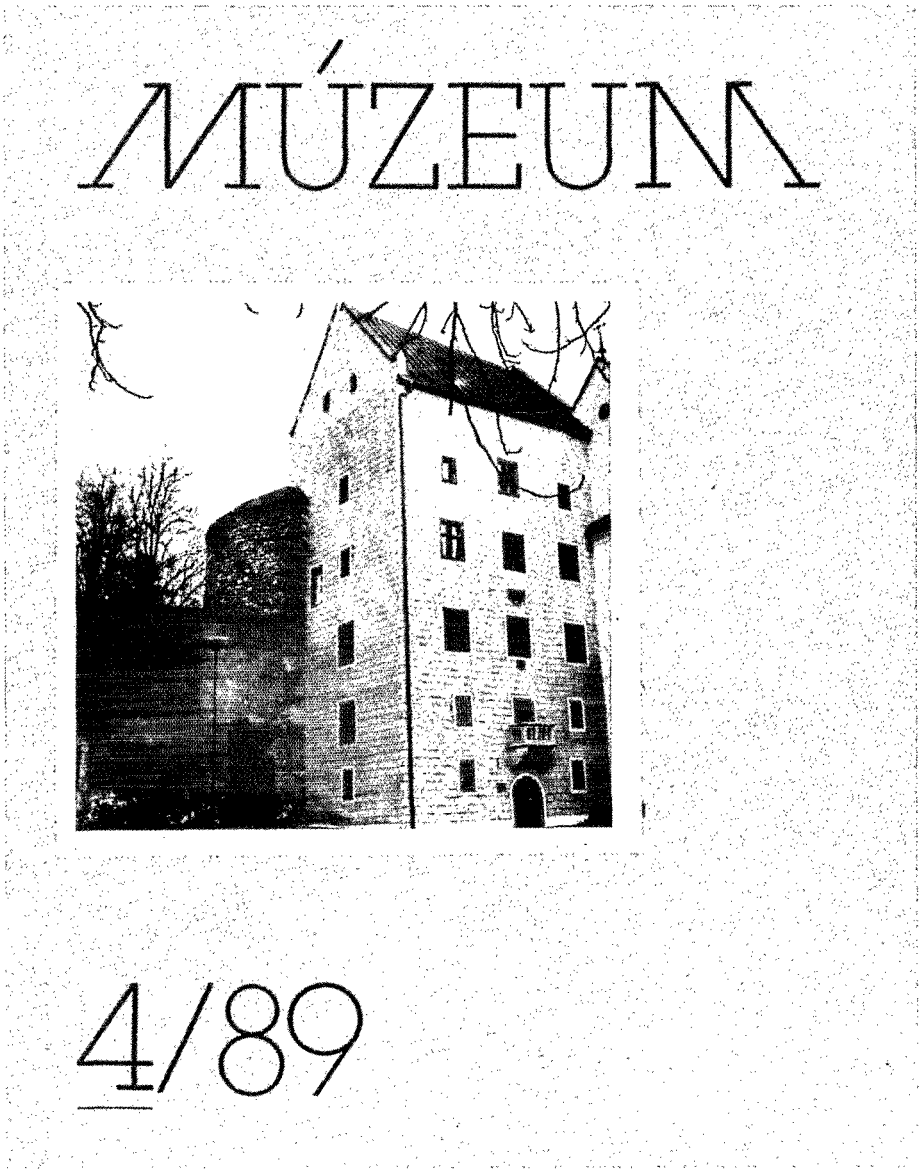


Foto cortesía de la autora.

Disciplinas relacionadas con los museos (historia, arqueología, etnografía, etc.)
Administración y conservación
Problemas de informática
Actividades culturales y educativas
Debates
Intercambio de opiniones entre museólogos
Respuestas a artículos publicados
Historia
Etapas de la museología eslovaca
Aniversarios de museos y galerías eslovacas
Horizontes
Museos extranjeros
Exposiciones importantes en el extranjero
Exposiciones
Reseñas de las exposiciones temporales y permanentes en Checoslovaquia
Análisis de las exposiciones organizadas en Eslovaquia
Noticias e informaciones
Actividades organizadas en museos y galerías
Informes anuales sobre la afluencia de visitantes
Otros asuntos de interés general
Literatura
Reseñas de libros nacionales y extranjeros
Comentarios anotados de los libros y revistas más recientes
Datos personales
Aniversarios y necrologías de museólogos
Asesoría jurídica
(Se trata de una rúbrica ocasional)

Múzeum se imprime con la técnica tradicional, en blanco y negro; cada número tiene de noventa a cien páginas y la tirada trimestral es de mil ejemplares. La reviste no se vende; se distribuye gratuitamente a todos los museos o galerías de arte checos y eslovacos, y se intercambia con las publicaciones de más de trescientos museos e instituciones afines del extranjero. De ahí que, aunque se publique en eslovaco, todos los números de la revista contengan índices en alemán, francés, inglés y ruso. Además, se resumen en inglés los artículos más importantes. El último número de cada año incluye un índice de los cuatro números del año y, en 1986 se publicó, una separata con el índice de los tres primeros decenios.

Se acabaron los tabúes

Múzeum se esfuerza porque los lectores eslovacos conozcan las nuevas tendencias de la museología mundial, un hecho digno de mención en esta publicación internacional. Por ejemplo, en la sección "Horizontes" hemos publicado artículos sobre los museos de más de cuarenta países y, también, textos comparativos sobre, por ejemplo, los museos de agricultura en el extranjero; los museos marítimos de varios países; los museos y las colecciones de fotografías de todo el mundo; los museos de viticultura y enología de Europa, y la industria minera en algunas colecciones y museos extranjeros. Tuvo gran éxito un artículo publicado en 1986 sobre "Los objetos de origen eslovaco en los museos británicos"; el texto despertó el interés de varios museólogos eslovacos que contribuyeron a su vez en la identificación de algunos objetos expuestos en museos británicos cuyos orígenes se desconocían. También informamos regularmente a nuestros lectores acerca de las actividades del ICOM, de las reuniones de su Comité Internacional y de las tareas del Comité Checoslovaco del ICOM.

Recientemente pudimos ampliar la sección "Debates" para introducir una mayor variedad de temas. Entre otras cosas, se abordan ahora problemas sobre terminología, clasificación y tipología de las colecciones de los museos y se hace referencia a la competencia de las colecciones privadas. Estamos preparando un debate sobre el tema "¿Podemos aumentar el número de visitantes de los museos?"

El que los debates sean ahora más vivos en nuestras páginas puede explicarse a la luz de la evolución democrática de la vida política, social y cultural checoslovaca. Durante los últimos cuarenta años nuestros museos se vieron obligados a presentar informaciones poco objetivas sobre la naturaleza y el desarrollo de la sociedad. En museología, como en otras esferas, se habían prohibido una serie de temas y es precisamente sobre ellos que queremos hablar actualmente.

¿Qué más tenemos en reserva para *Múzeum*? Al analizar las necesidades prácticas de nuestros lectores nos damos cuenta de que sería necesario incluir materiales sobre gestión y economía de los museos, tales como los que se han publicado últimamente en

Sovietskii Musei. También estamos estudiando la posibilidad de preparar números sobre un tema central, como ha hecho *Museum;* pero ello exigiría una planificación a largo plazo y supongo que la tarea de encargar una serie de artículos sobre el mismo tema y reunirlos con un mínimo de coherencia debe ser abrumadora.[1] Además, nos proponemos volverla más amena mediante enfoques periodísticos novedosos que incluyan, por ejemplo, series de artículos y entrevistas con museólogos famosos ("Charlando con el director"), tanto de Checoslovaquia como del extranjero.

Por otra parte, queremos difundir los resultados de las investigaciones realizadas sobre los visitantes, tanto los que frecuentan habitualmente los museos, como los menos interesados, es decir, los que acuden únicamente cuando hay un programa particularmente atractivo como, por ejemplo, el Día Internacional de los Museos. Ya que nos referimos a este Día, pensamos que sería una ocasión magnífica para publicar un número especial, de contenido y presentación totalmente innovadores. Si hasta el momento no hemos aprovechado esa ocasión, es porque nuestros esfuerzos fracasan por falta de medios de impresión. Estamos decididos a innovar, pero son demasiadas las tareas que pesan sobre los hombros de una simple directora.

No quiero terminar con una nota pesimista. En realidad, mis últimas líneas serán para formular una invitación. No hace falta saber escribir en eslovaco para enviar una colaboración a *Múzeum.* Quiero añadir, con ánimo de reciprocidad, que ponemos a disposición de los colegas de otras publicaciones de museos nacionales los artículos ya publicados por nosotros. Además, podemos indicarles los especialistas que podrían escribir artículos sobre los temas que ambas partes estimen de interés. Nuestra dirección es la siguiente:

Redakcia *Múzeum*
Lodná 2
814 36 Bratislava
Checoslovaquia

Resumiendo, queremos y podemos fortalecer la cooperación para mejorar la difusión de ideas e informaciones museísticas. ■

1. ¡A quién se lo dice! [N. de la R.]

Una revista trimestral se convierte en anual

Cheryl Brown

Hace cinco años, los museos neozelandeses asistieron a la transformación de un simple boletín en revista trimestral. Los museólogos necesitaban una tribuna profesional de información y debate, en la que se abordaran el trabajo y los problemas nacionales y extranjeros. Pero ahora la revista se publica una sola vez al año. ¿Qué sucedió? ¿Por qué? Cheryl Brown, que después de dirigir la tienda del Museo de Wellington ocupó, entre 1988 y enero de 1990, el cargo de responsable de la Art Galleries and Museums Association of New Zealand Inc., editora de dicha revista, nos expone su punto de vista.

Recientemente, la Art Galleries and Museums Association of New Zealand Inc. (AGMANZ) cambió su nombre por el de Museums Associations of Aotearoa New Zealand Te Ropu Hanga Kaupapa Taonga. Aotearoa, que es el nombre maorí más corriente de Nueva Zelandia, significa "la tierra de la larga nube blanca". El nombre maorí de la asociación quiere decir "el grupo que se preocupa por cuidar los tesoros". La publicación de revistas ha sido unas de las formas importantes de promoción del grupo.

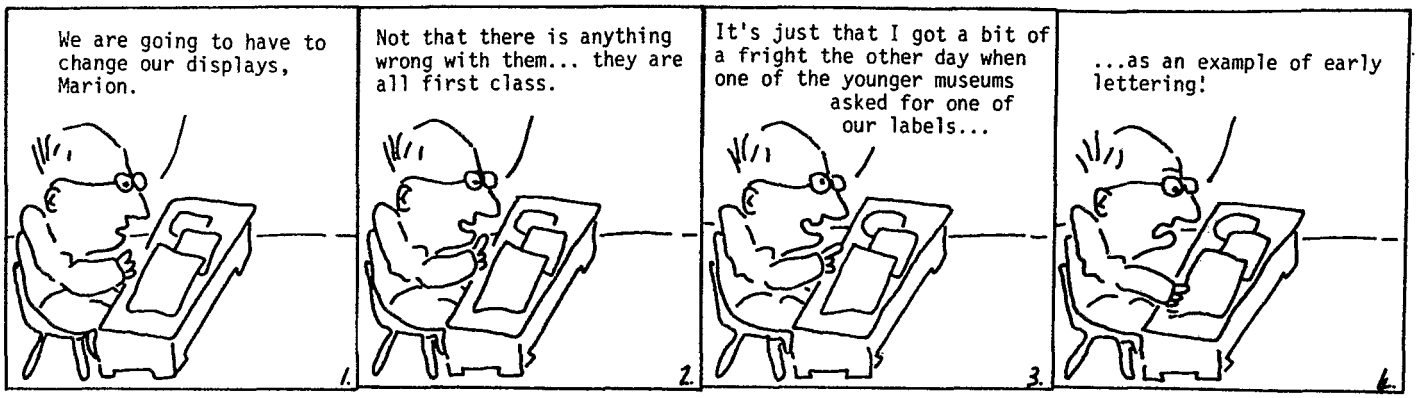
AGMANZ se fundó en 1947, y en septiembre de 1952 editó su primer boletín, en cuya introducción se leía: "El *Boletín* se publicará a intervalos irregulares y contendrá artículos técnicos e informaciones de interés para los museos y las galerías de arte." El *Boletín* se editaba a muy bajo costo y con subsidios del Consejo de Artes de la Reina Isabel II, entidad nacional encargada de promover las artes. Bob Cooper, que trabajaba de voluntario, fue su primer director.

En 1969 el formato del *Boletín* había cambiado; se publicaba en papel de 21 × 29,3 milímetros, impreso en ambas caras y encuadernado con grapas. El contenido seguía siendo similar, con secciones sobre la actualidad local y reportajes y artículos de interés sobre el extranjero. El nombre se convirtió en *AGMANZ News* e incluía artículos sobre los nuevos proyectos de los museos, noticias de índole general e información sobre la obtención de fondos. El *News* se publicaba gracias a una subvención del Consejo de Artes de la Reina Isabel II y en 1976 recibió fondos de la Todd Foundation, un fondo fiduciario local, que más tarde se convertiría en su única fuente de subsidios. El último número de la primera serie costeada con subsidios se publicó en 1987.

Bajo la influencia del ulterior director voluntario, Ken Gorbey, la revista fue evolucionando. Comenzó a entablarse un diálogo profesional y los editores empezaron a requerir colaboraciones de la comunidad internacional de museos. Comenzó a reflejar y a representar el desarrollo de una verdadera profesión museológica en Nueva Zelandia. "Los especialistas en historia natural, que habían sido los primeros en colaborar con AGMANZ fueron reemplazados, paulatinamente, por una nueva generación de expertos en arte hacia finales de los años setenta", dice Ken Gorbey, y agrega: "También intentamos introducir algo de humor" (véanse más adelante las tiras cómicas).

De boletín a revista

En 1981, Jan Bieringa fue la primera directora remunerada del *News,* cuya versión más sofisticada, el *AGMANZ Journal,* se lanzó en 1985. El *Journal* comenzó a publicar material de colaboradores de otras especialidades, debates sobre temas museológicos e información de índole general. Las secciones fijas de aquellos años fueron los acontecimientos importantes, la conservación, la formación sobre el cuidado de las colecciones maoríes y se introdujo una columna de crítica de arte.



1. Vamos a tener que cambiar los letreros de presentación . . .

2. No es que estén mal. Son espléndidos.

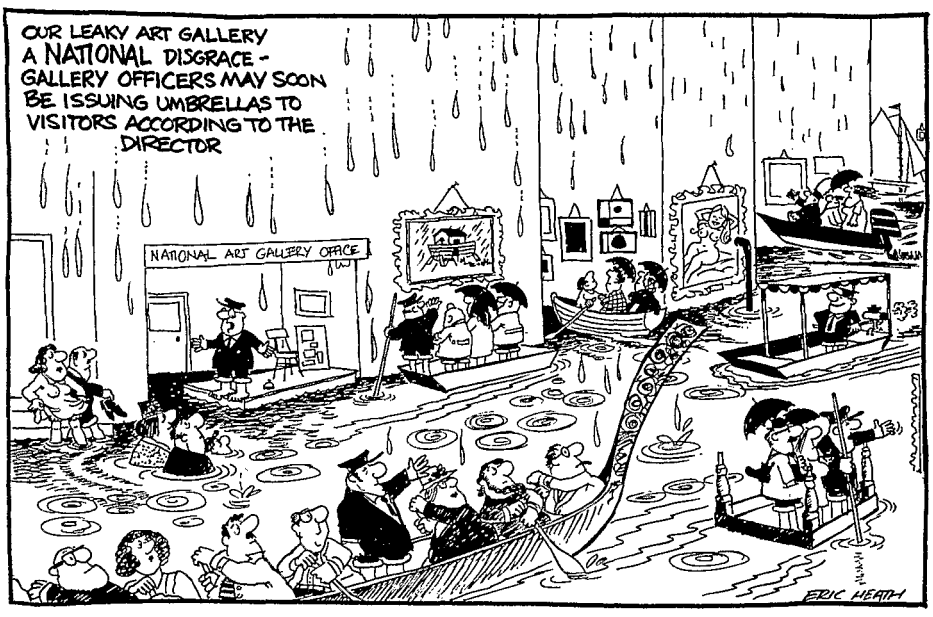
3. Lo que pasa es que me asusté un poco cuando un nuevo museo me pidió uno de los nuestros . . .

4. . . . ¡como ejemplo de escritura primitiva!

El humor se introdujo primero en el *AGMANZ News* (gracias, por ejemplo, a esta tira cómica de Jim Barr) . . .

Nuestro museo de arte lleno de goteras.
Una desgracia nacional.
Puede que muy pronto se autorice a los empleados a prestar paraguas a los visitantes, declaró el director.

. . . y luego en el *AGMANZ Journal* (que reprodujo esta colaboración de Eric Heath por cortesía de *The Dominion*).



"I'M TERRIBLY SORRY! WE'RE OUT OF BROLLYS — BUT THERE'LL BE A COVERED BOAT ALONG IN A MINUTE."

A medida que avanzaba la década de los ochenta, el estilo y la diagramación del *Journal* se volvieron más profesionales y se dio mayor importancia a su contenido. Se dedicaron números notables a las colecciones maoríes de los museos de Aotearoa Nueva Zelandia y a la Exposición *Te Maorí* que viajó a los Estados Unidos de América en 1986.[1] El *AGMANZ Journal* fue uno de los primeros en publicar artículos críticos sobre la exposición y las necesidades de conservación de los *taonga* (tesoros), así como los comentarios de personas que colaboraron en la exposición o que tenían una relación especial con los *taonga,* lo que resultó de gran interés. En otro número se trataron tópicos de actualidad del mundo artístico y, en particular, temas relacionados con el feminismo; en un número ulterior se ahondó en este aspecto. Se comenzaron a publicar entrevistas e información general sobre cursos, seminarios y otros temas profesionales.

Números especialmente dignos de mención fueron consagrados a "El aspecto monocultural de los museos y el racismo", el "Acceso a las imágenes" (en función de las colecciones de fotografías de Nueva Zelandia, lo cual incluyó un debate sobre las imágenes maoríes) y "Los museos y la enseñanza".

En 1988, el Consejo emprendió un proceso de reorganización y decidió que la revista sería publicada por un Comité de Consejeros de AGMANZ; desgraciadamente, este proyecto idealista no logró sobrevivir. Bill Milbank, miembro del Consejo, tomó a su cargo un número y el propio Comité otro. En febrero de 1988 la autora de estas líneas fue nombrada directora; en sus atribuciones se especificaba que se encargaría de la edición, pero no de la redacción del *Journal.* A continuación, un



5. Lo siento mucho, pero no puedo permitir que Rodney se jubile.

6. Ya sé que se quedó dormido durante dos días en una vitrina, pero no se puede marchar.

7. Porque si lo dejo ir, me reprocharán que no respeto la divisa del museo.

8. "Puesto que es viejo... lo debemos conservar."

Todas las ilustraciones son cortesía de la autora

grupo de trabajo sobre comunicación deliberó acerca del futuro de la revista y se formularon directrices que reforzaban su aspecto monográfico, estipulando que habría secciones fijas y encargando a los redactores que velaran por el fomento de la política bicultural de AGMANZ. Además, se introdujo la novedad de recurrir a redactores invitados para que dirigieran algunos números.

En 1989, el grupo de trabajo sobre comunicación convino en volver a editar el *Boletín,* que publicaría información de índole general, a título de prueba. El *Boletín,* producido a muy bajo costo en las oficinas de AGMANZ, ha tenido mucho éxito, sobre todo entre los museólogos de ciudades más pequeñas y aisladas. El Consejo desea proseguir su publicación.

La rueda gira

A pesar de las repetidas discusiones y dudas acerca del costo de la revista trimestral, se decidió confiar su nueva diagramación a Lyn Peck, un especialista local, que junto con el redactor (en aquel entonces Geri Thomas) y la autora de estas líneas, produjeron una revista de aspecto moderno con una sección fija importante: "Vistazo a Aotearoa Nueva Zelandia", una entrevista regular y una sección especial destinada a informes. El nuevo diseño tuvo éxito y el primer número del nuevo estilo se agotó. Sin embargo, cuando se publicó el segundo, el Consejo había vuelto a evaluar sus prioridades: la Asociación tenía dificultades financieras; se decidió abandonar la publicación de la revista trimestral y no renovar el contrato de su directora a partir de 1990.

Muchos factores contribuyeron a este estado de cosas. El *Journal* se enviaba gratuitamente a todos los miembros institucionales y a título personal de AGMANZ (tan sólo trescientos cincuenta y cinco), mientras que otras cincuenta y cinco personas lo recibían previo pago de una suscripción. La imposibilidad de conseguir suficiente publicidad; el hecho de que el dinero que podría haber servido para financiar el *Journal* se había destinado a los *mass media* con motivo de los Juegos Olímpicos del Commonwealth; la interrupción de las subvenciones de la Todd Foundation y del Consejo de Artes de la

La música también puede ser un medio de comunicación en los museos como cuando se entona, por ejemplo, el *waiata* o himno del AGMANZ.



1. Véase el artículo de Arapata Hakiwai en *Museum,* n.° 165 [N. de la R.].

Reina Isabel II; el apego del *Journal* a ideas que, aunque interesantes, no eran necesariamente prácticas; las divisiones en el seno del Consejo sobre su futuro; la falta de cohesión de los miembros respecto a la definición de sus necesidades y el no haber dividido las cuotas de los miembros en dos partes, una destinada exclusivamente a la revista y la otra a los demás servicios, fueron los factores que crearon problemas.

El último fue particularmente decisivo. En su último año, la publicación trimestral del *Journal* tenía un costo anual de 22.000 dólares de Nueva Zelandia o sea que el costo unitario oscilaba entre 11 y 13,75 dólares, dependiendo del número de anuncios.[2] El precio de la suscripción era de 35 dólares anuales para los residentes en el país y de 45 dólares anuales para las suscripciones del extranjero. Los ingresos por distintos conceptos del *Journal* no ascendieron sino a 5.500 dólares en 1989. Obviamente, las cuotas de los socios estaban costeando la revista, pero esto no podía continuar. La reciente reestructuración de la Junta de Loterías de Nueva Zelandia, que ayuda a la financiación del presupuesto de funcionamiento ha significado que, en adelante, el dinero abonado por los socios se tendrá que utilizar en los gastos de funcionamiento a fin de igualar los subsidios de dicha Junta. En efecto, la Asociación tendrá que autofinanciarse antes de 1991. En esta situación, la revista no puede seguir bajo su forma actual.

Si se mira hacia atrás, se puede decir que el *Journal* ha desempeñado un papel importante en la evolución de la museología en Nueva Zelandia. En nuestro largo y estrecho país, cuyos museos son pequeños y se encuentran aislados, ha resultado un valioso instrumento de comunicación, discusión, debate e información para todos los especialistas. Pienso que sin él nos habríamos sentido profesionalmente más pobres. Muchos colegas han aducido que se tiene acceso a publicaciones internacionales en las que se debate la filosofía museológica; a ellos se les puede responder que Nueva Zelandia tiene sus propios problemas y soluciones, aunque notamos con interés que los debates en el Canadá son similares a los nuestros y recibimos con entusiasmo cada número de *Muse* (véase la página 217).

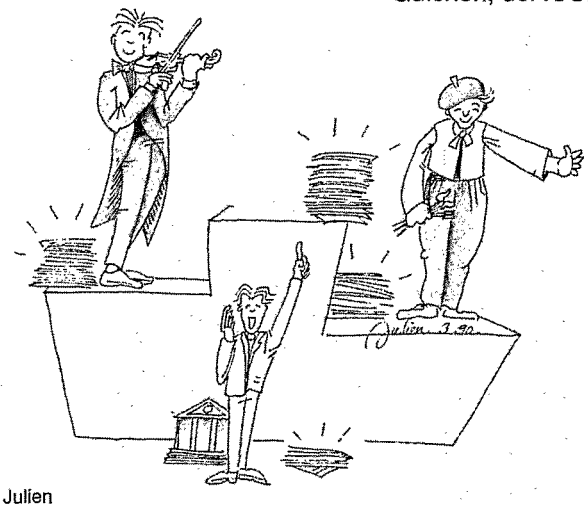
Las vastas colecciones de material maorí de nuestros museos y la necesidad de afirmar el *status* de *tangata whenua* (gente de la tierra) de los maoríes han hecho necesario dar cabida en nuestras columnas a ciertos temas específicos, como el cuidado de los tesoros de la gente de la tierra, la repatriación de la propiedad cultural, el racismo, la educación, la formación y la conservación, sin olvidar los problemas que se plantean a quienes trabajan en los museos.

Ha sido triste escribir este artículo sobre la desaparición de una publicación trimestral tan valiosa. Mientras escribía estas líneas, el Consejo decidió publicar un número anual del *Journal* y continuar con el *Boletín*. ¡La rueda giró! ■

2. Según el tipo de cambio de las Naciones Unidas en enero de 1990, un dólar de Nueva Zelandia equivale a 0,67 dólares de los Estados Unidos (N. de la R.).

Los museos y la prensa diaria en Francia e Italia

Si bien el espacio que dedica la gran prensa diaria europea a la cultura es bastante considerable, el que corresponde a los museos es mínimo. Esta es una de las conclusiones que se pueden sacar de un estudio realizado recientemente por Jacqueline Falk Maggi y Gaël de Guichen, del ICCROM (Roma).



Dibujo de Julien

centrado en cuatro "pesos pesados" de la prensa europea, dos franceses (*Le Monde* y *Le Figaro*) y dos italianos (*Corriere della Sera* y *La Repubblica*).

Así, según un muestreo efectuado a lo largo de un periodo de cuatro meses, el *Corriere* dedicó a la cultura 258.401 líneas y 1.926 artículos, de los que 83.621 líneas (462 artículos) se referían a la literatura y 72.271 líneas (608 artículos) a la música, pero tan sólo 5.596 líneas (43 artículos) a los museos. En *Le Monde*, el teatro contó con 12.564 líneas (115 artículos), la pintura con 8.082 líneas (75 artículos) y los museos con . . . 3.069 líneas (28 artículos) de un total de 103.169 líneas (855 artículos) relacionados con temas culturales.

En conjunto, los cuatro diarios dedicaron un promedio del 2,8% de su contenido cultural a los museos. Con todo, la museología italiana puede consolarse pensando que los diarios de su país consagraron a los museos el doble de espacio que los franceses.

Museo Soviético:



Dibujos de Kseniya Ostrovskaya

no sólo para especialistas

Yuri Petrovich Pischulin

La mayoría de las revistas descritas en este número de Museum *son publicaciones especializadas, dirigidas fundamentalmente a quienes trabajan en museos. No es este el caso de* Museo Soviético, *la revista que nos presenta Yuri Petrovich Pischulin, su jefe de redacción. Doctor en filología* (kandidat) *por la Universidad Estatal de Leningrado, Y. P. Pischulin desempeñó cargos de responsabilidad en el Museo de Literatura del Estado y en el Museo Central de la Revolución de la URSS y dirigió el Departamento de Museología del Instituto de Cultura. Autor de numerosas publicaciones consagradas a la teoría y la metodología museológicas, participó en la compilación* del Dictionarium museologicum *multilingüe (Budapest, 1986). Miembro del ICOM, desde 1983 desempeña el cargo de jefe de redacción de* Museo Soviético.

Recientemente recibimos una carta de un lector que vive en una pequeña aldea de Uzbekistán. Se trataba de la respuesta a un cuestionario publicado en uno de nuestros últimos números. "*Museo Soviético* es una revista universal, que interesa por igual al especialista, al conocedor del arte y al público en general", escribe el lector. "Produce ternura y tristeza, es instructiva y contiene mucha información; novela policial y galería de arte al mismo tiempo, es para mí una fuente de vitalidad".

Como podrán apreciar, en la fastidiosa vida de los miembros de nuestra redacción hay algunos momentos luminosos. Este lector remoto fue, para nosotros, fuente de inesperado regocijo al aportarnos la respuesta adecuada y la comprensión profunda que necesitaban nuestros esfuerzos.

Es cierto que *Museo Soviético,* revista que publican el Ministerio de Cultura y la Academia de Ciencias de la URSS, no sólo se destina a los especialistas que trabajan en el ámbito museológico sino, también, al público en general, es decir, a personas de las más diversas edades, ocupaciones y preferencias. Está dirigida a todos cuantos estiman que la comunión con los tesoros de la historia y la cultura no es sólo un deber de toda persona civilizada sino, además, una profunda necesidad espiritual. Ello explica la gran variedad de temas y géneros de la revista, y su estructura un tanto compleja. Junto a los más intrincados problemas de teoría, historia y metodología de la museología, y a profundos artículos sobre los diversos tipos de museos, la revista publica artículos de divulgación científica sobre historia social, historia de la cultura material, arte, etnografía, literatura, ciencias naturales, historia de la tecnología, etc. Entre sus trabajos figuran recomendaciones metodológicas, consejos de especialistas, ensayos, cuentos breves, entrevistas, debates, cartas de lectores, fragmentos de novelas y reseñas de viajes.

La revista es bimensual, pero su pre-

Museum (Unesco, París), n.° 168 (vol. XLII, n.° 4, 1990)

paración exige varios meses. De ahí que se dé prioridad a los artículos de análisis especializados, postergándose a veces la información de actualidad, por ejemplo, sobre las últimas exposiciones.

La perestroika *en los museos*

En la actualidad, el público se interesa particularmente por el proceso de reestructuración política, económica y cultural de la Unión Soviética conocido como *perestroika*. También la vida de los museos está atravesando un espectacular proceso de revisión.

Varias secciones de nuestra revista se refieren a lo que llamamos los "blancos" de las exposiciones históricas y artísticas de los museos de Rusia, Ucrania, Lituania, Kazajstán, Azerbaiján y otras repúblicas. Sus títulos son: "Perestroika: crónica de los acontecimientos", "Un problema que exige solución", "Prioridad a la experiencia" y "Los documentos lo prueban". Museólogos y especialistas de distintas disciplinas entablan interesantes debates sobre temas tales como las nuevas condiciones económicas de los museos, los distintos tipos de museos conmemorativos modernos (¿museos de un estilo de vida o modelos del mundo?) y las formas de aprovechar el enorme acervo de objetos museológicos y documentos de archivo a los que durante decenios ni los investigadores ni el público tuvieron acceso. La publicación de todo este material, además de generar nueva información, muestra un enfoque nuevo y más polémico y da pie, a la vez, a un enfrentamiento radical de ideas y a una estimulante libertad para el pensamiento científico.

La revista no se limita a reflejar los nuevos enfoques o las nuevas soluciones a los problemas del ámbito profesional. Con gran frecuencia nuestros periodistas participan directamente en los acontecimientos y facilitan concretamente la creación y el desarrollo de museos en diversas regiones del país. Citemos, como ejemplo, la labor de la sucursal de Krasnoyarsk, importante centro económico y cultural de Siberia oriental. En tres ocasiones nuestra revista publicó textos enviados por dicha sucursal sobre los problemas que afectaban a los museos regionales de Krasnoyarsk. Los llamamientos al público, las persistentes gestiones ante las autoridades locales y las consultas con los principales expertos permitieron alcanzar algunos resultados importantes: se construyeron nuevos edificios para el Museo de Tradiciones Locales, se está convirtiendo en realidad la idea de fundar un Museo de la Naturaleza con una colección única de ciencias naturales y se han entablado conversaciones con las organizaciones interesadas para dotar a los museos locales de las tecnologías más recientes.

En las secciones "Nuevos museos, nuevas exposiciones" y "Proyectos, ideas, práctica" se incluye material sobre los museos nuevos de importancia, que ofrecen interés por su concepción científica, su enfoque arquitectónico o artístico o las características particulares de sus colecciones. También se habla en ellas de los museos basados en métodos tradicionales como, por ejemplo, el Museo Fedor Chaliapin, en el que se expone una notable colección de material sobre el gran cantante ruso, y otros museos de carácter bastante diferente. Por ejemplo, la revista publicó un artículo sobre un intento sorprendente, audaz y original de presentar, de manera claramente metafórica, la vida y la obra poética y artística de Maiakovski. El material que a veces se publica en estas secciones también intenta brindar informaciones sobre algún museo que acaba de fundarse, ya sea para informar a los especialistas, ya para definir su concepción. Un ejemplo de ello es el artículo publicado en 1990 sobre el proyecto de crear una reserva museológica dedicada a la industria minera en los Urales.

La cara oculta de los museos

"El ABC de la profesión" es una sección en la que se informa a los lectores sobre las distintas disciplinas museológicas. En ella se publican artículos sobre metodología general ("La conservación del material de museo", "Un objeto museológico", "Una visita guiada"), consultas sobre problemas concretos ("Descripción científica de los objetos numismáticos"), informes, etc.

Uno de los propósitos de nuestra revista es el de dar a conocer a los especialistas y al público en general, por igual, las enormes posibilidades de las colecciones de los museos y mostrar sus facetas menos conocidas, en las que radican posibilidades ilimitadas para el desarrollo de las actividades museológicas. Esto se examina en las secciones "Taller del conocimiento universal", "Las reservas museológicas de la Unión Soviética", "Obras en restauración", "Monumentos, reliquias y joyas" y "El rincón de los coleccionistas". En esta última se describen obras maestras poco conocidas que se hallan en los museos de las repúblicas, reliquias históricas singulares y nuevas técnicas de restauración, y se da información sobre las principales colecciones privadas. Con todo, esto es sólo una parte del abundante material que *Museo Soviético* presenta actualmente a sus lectores. La revista incluye, además, secciones como "Los museos y sus visitantes", "En el espejo de las artes", "Diálogo de culturas", "La versión de los investigadores" y muchos otros temas interesantes.

También quisiera referirme brevemente a nuestras ilustraciones, que para nosotros tienen una importancia capital. Cada número incluye aproximadamente veinte ilustraciones a color y entre cincuenta y sesenta en blanco y negro. La selección de este material está a cargo del director artístico, el jefe de redacción y los jefes de sección. Como norma, nuestras ilustraciones reproducen objetos de museo y monumentos históricos y culturales originales. No son simplemente un material accesorio, sino un elemento sumamente importante de la publicación.

Museo Soviético hace frente, por supuesto, a numerosos problemas de carácter creativo, profesional y financiero, además de los relativos a la impresión. Sin embargo, en su constante evolución sigue buscando los nuevos modos e ideas que le permitan, más que nunca, ser una revista al alcance de todo el mundo. ■

Muse: el órgano de expresión de la museología canadiense

Nancy Hall

Bilingüismo,, una superficie de extensión casi continental y una densidad de población sumamente baja; estas características de la realidad canadiense no han obstaculizado el reciente auge de sus museos ni tampoco la evolución de su órgano de expresión, la revista trimestral Muse. *Su directora, que además ocupa el cargo de responsable de la comunicación de la Asociación Canadiense de Museos, expone en este artículo la historia de la revista. Nancy Hall también ha participado activamente en distintas labores de fomento cultural a lo largo del último decenio.*

Muse, la revista trimestral de la Asociación de Museos Canadienses (AMC), que se encuentra en su octavo año de vida, se ha convertido en una publicación sumamente respetada; en ella se abordan los principales temas de interés del personal de los museos nacionales. Además de publicar una revista destinada a los especialistas, la AMC edita *Museogramme,* un boletín informativo mensual y bilingüe, e informes periódicos en los que se reseñan los temas de actualidad relacionados con las actividades de los socios: los actos importantes, las iniciativas en materia de política federal y provincial y las actividades de la AMC.

La gran calidad de las publicaciones de la Asociación (la revista y el boletín) son el resultado de una evolución que empezó con *CMA Bulletin,* un boletín que se mecanografiaba en papapel grueso, antes de encuadernarse. Después vino *Gazette,* a medio camino entre el boletín y la revista. *Gazette* se transformó en 1972 en la publicación oficial de la AMC, creándose el nuevo boletín llamado *Museogramme.* A comienzos de los años ochenta se decidió mejorar la presentación y el contenido de la publicación y, en 1983, después de su reestructuración y cambio de diseño, *Muse* vio la luz. Esta última sirve de tribuna para el intercambio de ideas y opiniones, incluye las últimas tendencias de la museología y publica los informes de sus socios sobre las exposiciones de los museos y galerías de arte, además de reseñas de libros relacionados con la museología. El Comité Nacional de Redacción, compuesto por profesionales de los museos, decide la política editorial y el contenido de la revista. *Muse* es una publicación única en su género, totalmente bilingüe (inglés y francés), al igual que los miembros del Comité Editorial y el personal encargado de seleccionar los artículos y los colaboradores.

Desde su creación, los objetivos de *Muse* siempre han sido los mismos:

Convertirse en la publicación periódica museológica más importante de Canadá y contar con la oportuna colaboración de los especialistas.

Servir de tribuna en la que puedan expresarse las más diversas opiniones sobre temas museológicos.

Brindar a los lectores medios, programas e información de vanguardia que les sean útiles en sus labores museológicas.

Impulsar el conocimiento de las nuevas tendencias.

Publicar artículos que sean, a la vez, estimulantes y muy profesionales, y reseñas y comentarios en inglés y en francés.

Fomentar la participación de los suscriptores de la revista en la vida de la Asociación.

Servir de órgano de expresión a los profesionales de los museos para que puedan publicar artículos sobre su especialidad.

Incitar a los profesionales de los museos para que se asocien a la AMC.

Museum (Unesco, París), n.° 168 (vol. XLII, n.° 4, 1990)

Encuesta entre los lectores

Como resultado de las sugerencias que hacían los lectores y de las nuevas tendencias en el ámbito museológico canadiense, tanto el contenido de la revista como el método de selección de los artículos destinados a la publicación experimentaron grandes cambios en los últimos años. Antes de 1986, *Muse* dependía prácticamente de los manuscritos que le suministraban los miembros del Comité de Redacción y de sus sugerencias sobre las ponencias presentadas por ellos mismos o por otras personalidades en diversas conferencias. Había momentos en que era difícil conseguir colaboraciones de calidad o encontrar un nexo lógico entre los muchos y diversos artículos que se publicaban.

En 1986, la AMC efectuó una encuesta entre los lectores que puso de manifiesto el interés que había por los números monográficos. A comienzos de los años ochenta se publicaron dos números especiales que tuvieron mucho éxito entre el público. Uno de ellos trataba sobre la evolución de la profesión y el otro sobre los museos y el mercado del arte. Como consecuencia de ello, *Muse* publica ahora tres números monográficos al año. Además, la mayor parte de los artículos se redactan por encargo y ya no se depende sistemáticamente de manuscritos voluntarios, aunque siempre se los acoge con agrado y se procura publicarlos.

La encuesta entre los lectores también aportó a la AMC una valiosa información sobre el público de *Muse*. Los encuestados, asiduos lectores de *Muse* eran, por lo general, profesionales con un buen nivel de estudios y habían colaborado durante por lo menos ocho años con la AMC y durante alrededor de once años con los museos. Aproximadamente el 92% de los encuestados había leído por lo menos los tres últimos números de la revista y el 80% los cuatro últimos números.

El 97% de los encuestados opinó que *Muse* era una revista de calidad muy superior a la media. Los resultados revelaron que un 52% pensaba que la publicación tocaba temas directamente relacionados con su trabajo y que un 80% también leía artículos a los que era ajeno profesionalmente. Los lectores de *Muse* dieron dos motivos para justificar su interés por la revista: declararon que les permitía mantenerse al corriente de los acontecimientos y que les servía de referencia. La mayor parte de los interrogados respondió que recomendaría la revista a sus colegas. Además de desear que se prosiguiera la publicación de temas monográficos, expresaron el deseo de que se incluyera un mayor número de artículos especializados, de descripciones de museos y de datos sobre los museos de pequeñas dimensiones y de carácter local. Los encuestados también opinaron que les gustaría que el ochenta por ciento de la información estuviera consagrada al Canadá y el 20 % al resto del mundo.

Desde que se hizo la encuesta se prepararon algunos números monográficos que despertaron un gran entusiasmo, sobre los siguientes temas: un número especial conmemorativo del cuadragésimo aniversario de la AMC; el diseño industrial en el Canadá; los museos y las poblaciones autóctonas; la fotografía en los 150 años de su invención; los museos y la educación; y la administración de los museos.

Ya se ha previsto la publicación de algunos números de la revista dedicados a temas específicos, tales como la venta de obras pertenecientes a una colección para adquirir obras más modernas o de jóvenes artistas contemporáneos; los museos del Norte; los museos y la preservación del medio ambiente; el cometido de los conservadores; los museos y la tecnología informática; los museos de pequeñas dimensiones o de orientación local; la mujer y los museos.

¿Transformarse en bimestral?

Estamos estudiando la posibilidad de publicar *Muse* con mayor frecuencia, seis veces al año, para incrementar el número de socios de la AMC y de suscripciones. Una mayor periodicidad nos permitiría utilizar muchas de las ideas que nos sugieren los lectores.

Nos esforzaremos además por alcanzar un mayor número de lectores, procurando aumentar las suscripciones a la revista *Muse* y el número de socios de la AMC. El año próximo se realizará otra encuesta entre los lectores y contemplaremos las posibilidades de efectuar intercambios con los anunciantes, dar más espacio publicitario a los socios y los suscriptores de nuestra revista, ofrecer suscripciones a precio reducido a los miembros de las asociaciones u organizaciones afiliadas y solicitar a empresas y/o fundaciones que financien los futuros números monográficos.

La AMC siempre ha tenido la firme convicción de que un programa de publicaciones dinámico constituye la piedra angular del progreso constante de la museología canadiense. Nuestra meta consiste en que *Muse* siga siendo una revista de calidad, leída por un creciente número de profesionales, tanto del Canadá como del extranjero. ■

El balance de *Svenska Museer*

Agneta Lundström

¿Cuánto cuesta la publicación de una revista consagrada a los museos nacionales? ¿Cuáles son los rubros más importantes y cuáles los menos importantes del debe? ¿De dónde provienen los ingresos? ¿Qué innovaciones pueden intentarse en el delicado arte de rentabilizar la economía de una revista especializada en museología? La jefe de redacción ad honorem de Svenska Museer *(cuyo otro puesto de tiempo completo es el de directora del Museo Skoklosters Slott Hallwylska de Estocolomo), nos expone, en este artículo, las soluciones que se han ensayado a lo largo de casi sesenta años de experiencia en la revista de los museos nacionales de Suecia.*

El primer número de *Svenska Museer* (Museos Suecos) se publicó en 1932. En su primer editorial, el jefe de redacción manifestaba que la revista sería "uno de los principales vectores para alcanzar el objetivo de la Asociación" y que "trabajaría con gran tesón y persistencia en favor del desarrollo de los museos suecos y de la defensa de los intereses de la museología sueca".

Es importante señalar que la publicación de *Svenska Museer* está en manos de la Asociación Sueca de Museos. Siempre fue así, a pesar de que la organización de la Asociación cambió a lo largo de los decenios; por ejemplo, durante los años cincuenta y sesenta, estrechó sus lazos con los sindicatos. Evidentemente, esto influyó en los objetivos del periódico y en el público al que se lo destinaba. *Svenska Museer* es, básicamente, una revista de la Asociación y la mayor parte de los lectores son sus miembros (es decir, los funcionarios de los museos) a quienes se suman, dada la actual composición de las juntas directivas de los museos, ciertas personalidades políticas y los miembros pertenecientes a otras profesiones.

La revista se publica unas cuatro veces al año y tiene actualmente una tirada de cuatro mil ejemplares. De ellos, unos tres mil se envían a los miembros de la Asociación, es decir, a los distintos departamentos de los museos y a los funcionarios de los mismos suscritos a título individual. Ninguno de ellos abona la suscripción, puesto que el envío de la revista está incluido en los derechos de inscripción en la Asociación, que ascienden a 120 coronas suecas[1] para los particulares y entre 1.200 y 12.000 coronas para los departamentos de los museos, en función de su tamaño. Sin embargo, la Asociación financia la revista en un 88%. Ésta cuenta con unos quinientos suscriptores que pagan, la mayoría de los cuales reside en Suecia y reciben directamente la revista, que no está a la venta en quioscos ni en ningún museo sueco, pero se encuentra en la mayoría de las bibliotecas públicas. No se ha emprendido ninguna campaña para aumentar el número de suscriptores.

Estos hechos deben considerarse a la luz del enfoque expuesto: el público a quien se dirige la revista es, en primer lugar, el personal de los museos, el 35% del cual ya pertenece a la Asociación; simultáneamente, casi todo los departamentos de los museos también la reciben. La impresión de cada número cuesta unas cincuenta mil coronas. Los principales rubros del presupuesto de la revista son la distribución (23%) y la producción técnica (72%).

Los costos editoriales son muy bajos. El jefe de redacción trabaja *ad honorem;* el diseñador gráfico percibe unas dos mil coronas por número y no hay secretaría editorial. Los artículos publicados no se retribuyen, porque es el mismo personal de los museos el que escribe la mayoría de ellos. Hasta hace cierto tiempo se acostumbraba retribuir modestamente a los colaboradores (entre doscientas y trescientas coronas), pero hace dos años, la nueva jefe de redacción decidió abandonar esta práctica, precisamente porque su monto era demasiado bajo. Con el presupuesto actual no es posible encargar colaboraciones a personas exteriores a los museos, como por ejemplo, a periodistas independientes.

¿Se buscarán anunciadores?

Los gastos de la revista se financian de la siguiente manera: un 88% con los fondos de la Asociación de Museos, un 6% con una subvención del Consejo Nacional para Asuntos Culturales (apoyo a las revistas culturales) y un 6% con las suscripciones.

Los anuncios se aceptan, pero no se los busca. Sin embargo, el Comité Ejecutivo de la Asociación recomendó que se cambie esta política con miras a mejorar la situación financiera de la revista. El único problema es que la búsqueda de anunciadores requiere tiempo y no se dispone de personal para realizar dicha labor. De hecho, el mayor problema que enfrentan el jefe de redacción y el diseñador gráfico es el de publicar la revista y cumplir simultáneamente sus tareas habituales en el museo, ya que carecen de un presupuesto que les permita contratar a un jefe de redacción de medio tiempo.

Volviendo a la publicidad, se la ha incluido de manera intermitente desde el comienzo, y casi siempre se trataba

1. En mayo de 1990, una corona sueca equivalía a 0,16 dólares de los Estados Unidos.



Finn Martner, cortesía de la autora.

La autora (a la derecha) somete su producto terminado al examen crítico de Inger Kåberg, directora artística del Museo Nacional de Antigüedades.

de anuncios relacionados con las actividades de los museos. Dado el limitado número de lectores de la revista, no es probable que otro tipo de anunciadores se interesen en nuestra publicación. No obstante, en 1989 se intentó un experimento que consistió en publicar un número financiado con publicidad de los programas de verano de los museos suecos. En los números precedentes se incluía con bastante regularidad un calendario de información trimestral, columna en la que los museos podían anunciar gratuitamente sus actividades. Esto, en mi opinión, ocupaba una parte demasiado grande de un espacio bastante limitado. Por consiguiente, el verano pasado se invitó, con suficiente antelación, a todos los museos suecos a que publicaran, en un cuarto de página de formato tabloide, la publicidad de sus actividades veraniegas, por un monto de dos mil quinientas coronas. A cambio, los anunciadores recibirían quinientos ejemplares adicionales gratuitos, libres de gastos de envío.

Unos cien museos participaron en el número "Los museos suecos este verano", que fue completamente financiado con los anuncios. Se hizo una edición de cincuenta mil ejemplares, por un costo de setenta y cinco mil coronas. El número se publicó en papel de periódico y en formato tabloide. El experimento fue un éxito por lo que este año se está preparando un nuevo número de verano, que se distribuirá en numerosas oficinas de turismo suecas.

Debemos agregar que actualmente no existe ninguna revista nacional destinada a las personas ajenas a la museología, que informe sobre los acontecimientos y las actividades de los museos suecos.

Se está discutiendo en la Asociación el futuro de *Svenska Museer* en función de los resultados de un estudio, actualmente en curso, sobre todas sus actividades. Las conclusiones del estudio muestran, entre otras cosas, que la revista debería ser "un foro de opiniones, puntos de vista y debates. Debería permitirse que las personas que tienen distintas opiniones sobre los temas relacionados con los museos puedan expresarse rápida y fácilmente en la revista. Ésta también debería reflejar las actividades de los museos suecos mediante artículos y entrevistas. La revista debería intentar ubicar a la comunidad museística en una perspectiva nacional e internacional a la vez".

Esto, sin embargo, implica dos condiciones previas cuyas consecuencias económicas son obvias: una publicación más frecuente (preferiblemente mensual) y un jefe de redacción de medio tiempo que trabaje en la Secretaría de la Asociación Sueca de Museos.

Actualmente, la revista se publica de una manera demasiado irregular para que pueda colocarse a la vanguardia de los acontecimientos o servir de vehículo a debates interesantes. La limitación del espacio es otro problema que hay que superar junto con la irregularidad de su publicación. Además, según las normas actuales, el tiempo de producción es demasiado largo. Esto se debe, en parte, a que la revista funciona con un Comité Editorial reducido y *ad honorem,* que además debe cumplir con sus funciones cotidianas. Mi otro cargo, por ejemplo, es el de directora de museo.

La segunda condición previa es que, para que *Svenska Museer* llegue a ser un órgano viable dentro de la comunidad de museos suecos, la contratación de un jefe de redacción de medio tiempo es absolutamente indispensable. Actualmente se está discutiendo si se debe nombrar a un especialista en museología o a un periodista profesional. Si se opta por la primera posibilidad será preciso prever los recursos financieros necesarios para contratar a periodistas cuando sea menester.

Hasta tanto la Asociación de Museos no tome las decisiones relativas a este tema importante, el Comité Editorial seguirá esforzándose para que la revista se siga publicando con los recursos disponibles. Nosotros continuamos luchando por la revista de este modo, con la esperanza de que pronto podremos publicarla mensualmente, convirtiéndola en "uno de los principales vectores para alcanzar el objetivo de la Asociación", cosa que ya se había intentado en 1932. ■



Dibujo de A.K. Hutt

El Tritón cruza el Canal de la Mancha

En 1989, el prestigioso Museums Journal *del Reino Unido decidió mejorar su presentación y adoptar un tono más incisivo. Para la segunda innovación (y no para la primera –véase la ilustración–) recurrió a los servicios de un anfibio de cola corta llamado El Tritón.*

La elección no estuvo totalmente desprovista de lógica, porque a los tritones les gusta salir a merodear cuando el tiempo está húmedo... y cuanto más mojado mejor. ¿Y adónde va la gente cuando llueve? A pesar de que El Tritón era completamente desconocido, tanto dentro como fuera de los museos, la columna mensual que publica en el Museums Journal *conquistó rápidamente a más de un conservador (y de una conservadora). Evidentemente, hay quien presenta y mantiene informado a El Tritón. Y si bien sus mordaces comentarios pueden arrancar gruñidos, las más de las veces provocan sonrisas de complicidad.*

Los museos pueden *ser lugares divertidos, y la columna de El Tritón ha demostrado que no hay ninguna razón (¡todo lo contrario!) para ocultarlo.*

Aquí tenemos el agrado de presentar el artículo que escribió El Tritón especialmente para Museum, *con motivo de su visita al Segundo Salón Internacional de Exposiciones y Museos celebrado en París. El autor* debe *hacerse responsable de su contenido (nunca se sabe). No sobra aclarar que incluso sus detractores se declararon satisfechos con su viaje al extranjero. Parece que, en Londres, durante su ausencia, los suspiros de alivio aumentaron en un 17 %.*

Después de pasar unos días en París, siempre se siente cierta extrañeza al volver a Londres. En París, la vida es simplemente más agradable, sobre todo cuando uno se puede alojar en un hotel del elegante *septième arrondissement* por menos de lo que cuesta un cuartucho miserable en Londres. Y como la guarida londinense de El Tritón se encuentra a unos doce kilómetros del centro, el contraste con su vida en el extranjero es aún más flagrante.

Pero esta vez los contrastes fueron todavía más marcados que otras veces. No habiendo estado en París desde hacía varios años, El Tritón no conocía el Museo de Orsay, la Cité des Sciences et de l'Industrie ni el nuevo Gran Louvre. El estado francés lleva gastados en esos proyectos más de mil millones de libras esterlinas* y parece que gastará unos cientos de millones más antes de que el Louvre esté terminado, en 1993.

En el Reino Unido, la National Gallery de Londres parecía condenada a vender una parte de sus terrenos para financiar una ampliación relativamente modesta cuando la salvaron, *in extremis,* los dueños de una cadena de supermercados, con una donación de veinticinco millones de libras esterlinas. Ese limitado proyecto, financiado con fondos privados, es el mayor que se ha visto en Londres en mucho tiempo. ¡Qué diferencia con los fastos de otrora!

Para poder ver la nueva ala de la National Gallery habrá que seguir esperando y, por ahora, de lo único que se habla en Londres es de las nuevas presentaciones de la Tate. Al parecer, es la primera vez en más de cuarenta años que se redistribuyen los cuadros en la Tate. Para ello se invirtió un millón de libras. Parece que Margaret Tatcher estaba tan entusiasmada con las innovaciones de la Tate que declaró: "París siempre se consideró el centro cultural de Europa. Pero ya no es así. Ahora nosotros estamos a la vanguardia". Asombroso lo que unas manos de pintura pueden hacer por la autoestima cultural de un país. El nuevo periódico británico *The Independent on Sunday* calificó el juicio cultural de la Primera Ministra de "excéntrico e insular", criterio que El Tritón comparte.

En Londres, la cultura tiene un carácter cada vez más privado. Los principales logros culturales contemporáneos de Gran Bretaña se alcanzan en el

* Aproximadamente mil seiscientos millones de dólares de los Estados Unidos.

sector privado (música popular, moda juvenil, pintura y escultura). Las instituciones culturales públicas se privatizan mientras los museos, que antes eran gratuitos, cobran ahora entrada y el patrocinio de las empresas se vuelve cada vez más indispensable. Naturalmente, en París también existe este tipo de patrocinio, pero parece ser más marginal. En todos los artículos sobre la nueva disposición de la Tate se destacó que la empresa petrolera British Petroleum sufragó un tercio de los gastos y el logotipo de BP aparece por todas partes. En París las empresas se dan por satisfechas con que su nombre figure discretamente en una pequeña placa.

El aislamiento cultural de Londres se plasma en las dificultades que experimentan quienes no hablan inglés para visitar sus museos. En París, en cambio, los museos regalan planos en varios idiomas. En el Museo de Orsay, los carteles de orientación están en francés, inglés, alemán y japonés; muchas de las computadoras interactivas de La Villette trabajan en seis idiomas. Los museos de París parecen considerar que su deber no es sólo educar a los ciudadanos franceses, sino a los de todo el mundo. En París nadie trataba de saber si Londres estaba a la vanguardia (en realidad, poco se menciona a Londres), ya que el tema en discusión era la posibilidad de que los acontecimientos de Europa oriental afectaran la importancia de París y que, en el año 2000, Berlín se convirtiera en el centro cultural del continente.

Evidentemente, estos temas nacionalistas no deberían preocupar a los lectores de una revista como *Museum,* donde el internacionalismo es de rigor al considerar los asuntos de la comunidad mundial de museos. También El Tritón iba animado por un espíritu internacionalista cuando visitó, en París, el Salón Internacional de Museos y Exposiciones, el SIME para los íntimos.

En el marco espectacular del SIME, los museos presentaron sus actividades al público y a los museógrafos, en más de un centenar de *stands* de costoso diseño. El exhuberante empresario cultural Jean-François Grunfeld, *commissaire général* del SIME, se refirió al "ejercicio peligroso y excitante" que significa "presentar la quintaesencia del espíritu" de un museo en unos pocos metros cuadrados. Declaró que "los *stands* de los museos ilustran la vanguardia de la presentación escénica pues obligan a los conservadores y especialistas a utilizar el espacio con ingenio y fantasía para presentar a sus museos de la manera más atractiva posible". Hubo un buen nivel general de presentaciones, con algunas notas destacadas. El *stand* de la Escuela del Louvre sólo constaba, en apariencia, de dos mesas y algunas sillas. Pero sólo en apariencia, pues con su mirada penetrante El Tritón descubrió las palabras "diseñado por Eric Gizard". A continuación figuraban los nombres de las once personas y organizaciones que habían participado en la creación de lo que parecía ser una obra maestra del minimalismo. Si lo único que deben hacer los diseñadores es asegurarse de que todo sea blanco o negro, El Tritón piensa que podría ganarse la vida con ese oficio.

El Tritón siempre se ha interesado en las actividades de los diseñadores, así que se lanzó a recorrer los otros *stands* con ojo avizor. En el del Alimentarium, el museo suizo de la comida –íntegramente blanco–, se podían probar gratuitamente unos bombones envueltos en papel también blanco (y sin el nombre de ningún patrocinador; en Gran Bretaña el nombre de la empresa se habría repetido hasta el cansancio). El *stand* de los Museos de la Ciudad de París, en cambio, era totalmente negro, haciendo juego con las carpetas de prensa que también eran negras. Era tan elegante que, según Marie-Catherine Croix, la encargada de prensa, había ahuyentado a los profesionales de los museos. Por suerte, parece que el público en general no tuvo tantos escrúpulos. El *stand* más notable era el de los Ecomuseos de Francia. En un extremo se proyectaban imágenes de las actividades que se realizan en los veintiocho ecomuseos; en el otro, se hacía correr agua sobre un mapa de Francia. Irónicamente, la contaminación se manifestaba en esta parte de la exposición y se veían burbujas de detergente en la zona correspondiente al Mediterráneo septentrional. Otro detalle irónico: en ese *stand* se mencionaba más a los patrocinadores que en los demás.

El Tritón no sólo se interesó en los preciosos *stands,* sino también en las encantadoras personas. Por ejemplo, en la conservadora de textiles, que estaba envolviendo un traje con un papel no ácido; lucía unos pantalones ajustadísimos, una blusa escotada con lentejuelas y unas botas negras bordadas; los curadores de la Asociación de Conservadores de Museos de la región central de Francia tenían un aspecto tan intimidante que El Tritón no se atrevió a dirigirles la palabra (lamentable, porque su sistema de información por computadora, que inevitablemente suministra una abrumadora cantidad de gráficos, funcionaba inevitablemente mal y no le dio ninguna información); y finalmente pudo ver al propio Jean-François Grunfeld, que recorría la exposición con Jack Lang, ministro francés de Cultura, Comunicación, Bicentenario, Grandes Obras y cualquier otra cosa vagamente cultural que todos los otros ministerios hubieran rechazado, muy garboso con una bufanda de colores vistosos.

En el catálogo del SIME, Grunfeld se refiere, en términos muy franceses y filosóficos, al "museo mundial", dando a entender que el SIME cubre al mundo entero. Un poco más adelante se ve obligado a reconocer que, hoy en día, "el territorio del SIME es Europa". Seis líneas más abajo explica que, en verdad, no se trata de *toda* Europa, sino solamente de la Europa occidental. En realidad, la mayoría de los museos representados eran franceses y la unidad de Europa occidental (sin hablar de una comunidad mundial) era apenas perceptible. Las únicas culturas representadas eran las de Europa occidental, por lo cual surgía el angustioso espectro del creciente aislacionismo de esa zona del continente cuando, en 1993, se supriman las barreras comerciales.

Sin embargo, Grunfeld afirma que en el próximo SIME, en 1992, los europeos del Este estarán presentes. Pero tal vez para esa fecha el SIME haya abandonado París y se celebre en Berlín o en Varsovia.

En el viaje de regreso (entre paréntesis, parece probable que el tren expreso transeuropeo llegue sólo hasta Swanley, un pueblito situado a unos cuarenta kilómetros al sur de Londres), El Tritón oyó decir que un museo nacional británico no identificado había respondido a Grunfeld que sólo participaría en el SIME si se le garantizaba cierto beneficio económico. Volvió a mirar el *dossier de presse* del SIME y sintió una oleada de orgullo nacionalista al descubrir que el número de visitantes de los museos británicos es el mayor de Europa. ¿Para qué aumentar los gastos culturales?, pensó con satisfacción... En el fondo, lo mejor que tiene Francia son los vinos y la comida.

*T*ras su *R*egreso –encantado con el *I*tinerario y el vino–, el *T*ritón se *O*cupa *N*uevamente de sus tareas habituales.

(El Tritón asoma todos los meses en el *Museums Journal.* Para mayor información, dirigirse a: *Museums Journal,* 36 Bloomsbury Way, London WC1A 2SF, Reino Unido). ■

Algunos colaboradores voluntarios de *Museum* opinan sobre *Museum*

Judith Panitch

El ejemplar de *Museum* que llega a sus manos cada tres meses no es producto exclusivamente de los periodistas, editores, artistas a impresores. A través de la Unesco, la revista recibe además a colaboradores voluntarios –estudiantes, por lo general– que durante un periodo de varios meses verifican las informaciones, elaboran listas, revisan artículos, hacen investigaciones de campo, presentan sus propias colaboraciones e, incluso, meten las revistas en sobres para su despacho. A comienzos de 1990, varios de estos colaboradores voluntarios se reunieron con el jefe de redacción para compartir impresiones y hacer sugerencias.

Prácticamente todos coincidieron en que en los últimos números se apreciaba una voluntad de renovación que se traducía en la mayor coherencia de las entregas, que ahora se concentran en torno a un tema determinado; en una evidente mejora de la calidad y la creatividad de los artículos y en un mayor número de colaboraciones consagradas a temas de actualidad. También apreciaron el que, de vez en cuando, se procure incluir notas de humor y la nueva voluntad de suscitar debates constructivos. Sin embargo, señalaron que, con mucha frecuencia, se percibe un cierto "tono de disculpa" ("Es como si dijéramos: de verdad, los museos son fantásticos", afirmó uno de los colaboradores) unido a una frustrante reticencia ante los nuevos y continuos problemas de los museos.

El material gráfico de *Museum* fue juzgado con mayor severidad. Todos se alegraron ante el anuncio de que este año se volverán a incluir fotografías en color, ya que consideraban su ausencia como imperdonable en una revista como ésta. También se pronunciaron por una mayor variedad en las fotografías; por lo general encuentran que hay un exceso de "fachada del museo X" y de "visitantes admirando Y", acompañadas además por pies de fotos que repiten lo que es obvio. Pidieron igualmente una mayor selectividad en materia de tiras cómicas, que muy a menudo sólo sirven para llenar espacio en lugar de llamar la atención de manera creativa.

Se criticaron muchos otros aspectos de la presentación. Opinan que es preciso agilizar (y así se hará) las biografías de los autores, que en la actualidad son un batiburrillo de información y estilos, tal vez incluyéndolas en un párrafo de introducción a cada uno de los artículos. Criticaron el interior y el exterior de la cubierta por sus importantes omisiones. Sugirieron que se ampliara la información relativa a las suscripciones, se indicara el precio en la portada y se hiciera figurar el nombre de los traductores. También se coincidió en que la mala diagramación del interior de la portada dificulta la lectura y la comprensión de la información.

No todo el debate versó sobre la presentación de *Museum*. Se abordaron también temas de fondo como, por ejemplo, el determinar a qué público se dirige la revista. Además de los museólogos, ¿qué grupos podrían interesarse por su contenido? ¿Cómo se los podría alcanzar? Y si se pretende abarcar, a la vez, a educadores, museólogos y público de los museos, ¿cuál debe ser el equilibrio entre artículos técnicos y artículos de interés general? ¿Qué estilo y qué tono son los más convenientes?

La mayoría de estos interrogantes sigue sin respuesta. Si gracias a los comentarios de los jóvenes voluntarios se examinaron algunos aspectos particulares, no puede decirse que éstos impusieran soluciones. *Museum* es una publicación en plena fase de cambio, abierta a las sugerencias y opiniones del personal, los colaboradores y, muy especialmente, de sus lectores.

Nota del jefe de redacción: agradezco a Judith, Molly, Katerina, María, Elise y Francis por su trabajo y sus críticas constructivas. Algunas de las sugerencias que hicieron ya han sido adoptadas.

¿Y *usted* qué opina? (Encontrará nuestra dirección en el interior de la cubierta).

La opinión de otro jefe de redacción

Yuri Petrovich Pischulin, jefe de redacción de *Museo Soviético* (véase su artículo en este mismo número), nos declaró recientemente: "Creo que la revista *Museum* debe convertirse en un centro de coordinación, en el reflejo de las experiencias constructivas de los museos y en un punto de confluencia donde los museólogos puedan encontrar la solución a sus problemas profesionales. Pero para ello deberá cambiar de una manera radical. Actualmente es demasiado general, abstracta, uniforme y académica."

Lista provisional de revistas especializadas

En 1989, Museum *llevó a cabo una encuesta sobre las revistas museísticas de carácter nacional. Las quince respuestas recibidas pusieron de manifiesto una gran diversidad de estrategias, objetivos y problemas. Sin embargo, casi todos los autores consignaban su deseo de tener más información sobre otras publicaciones existentes, con miras muchas veces al intercambio de experiencias o al establecimiento posible de lazos de colaboración. Teniendo presente estas aspiraciones,* Museum *se complace en presentar el siguiente directorio de revistas museísticas, realizado fundamentalmente a partir de la información existente en el Centro de Documentación del Unesco–ICOM de la sede de la Unesco en París. Hay que señalar el carácter estrictamente provisional de esta lista;* Museum *pide excusas por todas las omisiones o inexactitudes que pueda contener y agradecerá las rectificaciones que oportunamente le hagan llegar.*

Las listas están organizadas alfabéticamente por títulos, seguidos (entre paréntesis) del nombre de la organización editora cuando no aparece en el título o en la dirección. También figuran otras informaciones, según la clave siguiente: dirección de la redacción; números publicados al año; idioma del texto (si no es evidente); índice en otros idiomas; resúmenes en otros idiomas.

Alemania (República Federal de)

Deutsches Museum. Abhandlungen und Berichte. R. Oldenbourg Verlag GmbH, Rosenheimer Str. 145, 8000 Munich 80. Tres números al año.

Kultur und Technik. Deutsches Museum. Karl Thiemig AG, Pilgersheimer Str. 38, 8000 Munich 90. Cuatro números al año.

Museumskunde. Deutscher Museumsbund e.V., Colmantstr. 14-16, D-5300 Bonn 1. Tres números al año.

Australia

Muse News. Museums Association of Australia Inc., 304-328 Swanston St., Melbourne, Victoria 3000. Cuatro números al año.

Museums Association of Australia. Quarterly News. Museums Association of Australia Inc., New South Wales Branch, c/o Museum of Applied Arts and Sciences, P.O. Box K346, Haymarket, N.S.W. 2000. Cuatro números al año.

Austria

Neues Museum. (Die Osterreichische Museumszeitschrift). Oö Landesmuseum, A-400 Linz Museumstrasse 14.

Bangladesh

Bangladesh Lalit Kala. Dacca Museum, G.P.O. Box 355, Dacca 2. Dos números al año, en inglés.

Bélgica

Museumleven. Nederlandstalige afdeling van de Belgische Museumvereniging. Stedelijk Museum voor Volkskunde, Rotweg 40, 6000 Brujas.

La Vie des Musées. Association Francophone des Musées de Belgique, 1 Parc du Cinquantenaire, 1040 Bruselas.

Botswana

The Zebra's Voice. National Museum, Botswana 331 Independence Ave., Private Bag 00114, Gaborone. Cuatro números al año, en inglés; índices y resúmenes en setswano.

Canadá

Muse. Canadian Museums Association, 280 Metcalfe St., Ste. 400, Ottawa, Ontario K2P 1KZ. Cuatro números al año, en inglés y francés.

Checoslovaquia

Muzejní a Vlastivědná Práce. Národní Muzeum, Ústřední Muzeologický Kabinet. Panorama, Halkova 1, 120 72 Praga 2. Cuatro números al año, en checo; índices y resúmenes en alemán, inglés y ruso.

Múzeum. Slovenské národné múzeum. Lodná 2, 814 36 Bratislava. Cuatro números al año, en eslovaco; índices y resúmenes en alemán, francés, inglés y ruso.

Múzeum, metodicky, studijný a informacný materiál. Ustredna Sprava Muzei a Galerii, Lodna 2, 815 77 Bratislava. Cuatro números al año, en eslovaco; resúmenes en alemán, francés, inglés y ruso.

Národní Muzeum V Praze. Časopis: Rada Historiciká. Národní Muzeum, Historické Muzeum, Vítézného Února 74, 115 79 Praga 1. Cuatro números al año; resúmenes en alemán, francés, inglés y ruso.

China (República Popular de)

Chinese Museum. c/o Museum of the Chinese Revolution, Chinese Society of Museums, Beijing, 100006. Cuatro números al año; en chino y algunos resúmenes en inglés.

Dinamarca

Museumsavisen. Holsted-Broerun-Vejen Egnens Museumsforening. H. og A. Frandsen, Kirkevej 7, Askov, 6600 Vejen. Dos números al año.

Museumsmagasinet & Meddelelser fra Danmarks museer. (Museumstjenesten for Statens Museumsnaevn). Frederiksholms Kanal 22, 1220 Copenhagen.

España

Boletín del Museo del Prado. Museo del Prado, Paseo del Prado, 28014 Madrid. Tres números al año.

Museos. Ministerio de Cultura, Plaza del Rey, 1, 28071 Madrid. Un número al año.

Revista de Museus. Diputació de Barcelona, Servei de Cultura, Secció Técnica de Museus, Montalegre 7, E 08001 Barcelona. En catalán; índices y resúmenes en español e inglés.

Estados Unidos de América

Art Institute of Chicago. Museum Studies. Art Institute of Chicago, Michigan Ave. at Adams St., Chicago, IL 60603. Dos números al año.

AVISO. American Association of Museums, 1055 Thomas Jefferson St., NW, Washington, DC 20007. Doce números al año.

Curator. American Museum of Natural History, 79th St. and Central Park W., Nueva York, NY, 10024. Cuatro números al año.

Museum Magazine. Museum Magazine Associates, c/o Universal Publishers, 571 A White Plains Rd., Eastchester, NY 10709-1510. Seis números al año.

Museum News. American Association of Museums, 1225 Eye Street, N.W., Suite 200, Washington, D.C. 20005. Seis números al año.

Finlandia

Museo. Suomen Museliitto. Suomen museliitto ry., Annankatu 16B50, 00120 Helsinki. En finés; resúmenes en inglés.

Francia

Musées et Collections Publiques de France. Association Générale des Conservateurs de Musées et Collections Publiques de France. Palais du Louvre, Pavillon Mollien, 75041 París Cedex 01. Cuatro números al año.

Revue du Louvre et des Musées de France. Réunion des Musées Nationaux, Direction de Musées de France. 60 ter, rue de Lille, 75007 París. Seis números al año.

India

Journal of Indian Museums. Museums Association of India. c/o National Museum, Janpath, Nueva Delhi, 110011. Un número al año.

Italia

Musei e Gallerie d'Italia. Associazione Nazionale dei Musei Italiani. De Luca Editore, Via Gaeta 14, Rome 00185. Dos números al año.

Japón

Gendai No Me. National Museum of Modern Art, Tokyo, 3 Kitanomaru Koen, Chiyoda-ku, Tokyo 102. Doce números al año, en japonés.

Hakubutsukan Kenkyu (Museum Studies). Japanese Association of Museums, 3-3-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku, Tokyo. Doce números al año, en japonés; índices en inglés.

Museum. Museum Shuppan Co., Ltd., Tokukaiya Bldg., 1-12-4 Kudankita, Chiyoda-ku, Tokyo 102. Doce números al año, en japonés; índices en inglés.

Malawi

Ndiwula. The Museums of Malawi, P.O. Box 30360, Chichiri, Blantyre 3. Un número al año, en inglés.

Noruega

Museumsnytt. Norske Kunst- og Kulturhistoriske Museer, Ullevalsv. 11, 0165 Oslo 1. Dos números al año, en noruego; resúmenes en inglés.

Nueva Zelandia

Agmanz Journal. Art Galleries and Museums Association of New Zealand, Inc. P.O. Box 467, Wellington. Un número al año, en inglés y maorí.

Países Bajos

Museumjournaal. Netherlands Ministry of Culture, Rijksmuseum Kroeller-Mueller, Stichting Kunstpublicaties, Otterlo. Seis números al año, en holandés; resúmenes en inglés.

Museumvisie. (De Nederlandse Museumsvereniging). Postbus 874, 1000 AW Amsterdam.

Polonia

Biblioteka muzealnictwa i ochrony zabytków. Ośrodek Dokumentacji zabytków. ul. Brzozowa 35, 00-258 Warszawa. En polaco; índices y resúmenes en inglés.

República Democrática Alemana

Informationen für die Museen in der DDR. Institut für Museumswesen der Deutschen Demokratischen Republik, Information-Dokumentation, Mueggelseedamm 200, 1162 Berlín. Seis números al año.

Neue Museumskunde. Zeitschrift für Theorie und Praxis der Museumsarbeit. Institut für Museumswesen der DDR. Brüderstrasse 10, 1020 Berlín. Cuatro números al año, en alemán; índices y resúmenes en español, francés, inglés y ruso.

Rumania

Revista Muzeelor şi Monumentelor. Muzee. Consiliul Culturii si Educatiei Socialiste, Calea Victoriei 117, Sector 1, Bucaresti. Doce números al año, en rumano; índices en francés, inglés y ruso; resúmenes en francés.

Reino Unido

AIM Bulletin: Bi-monthly Journal of the Association of Independent Museums. Park Cottage, West Dean, Chichester, West Sussex PO18 ORX. Seis números al año.

British Museum Society Bulletin. British Museum Society, Great Russell St., Londres WC18 3DG. Tres números al año.

Museums Journal. Museums Association, 34 Bloomsbury Way, London WC1A 2SF. Doce números al año.

Scottish Museum News. Council for Museums and Galleries in Scotland. County House, 20-22 Torpichen St., Edinburgo, EH3 8JB.

Sudáfrica

SAMA. A journal of museology. Southern African Museums Association, Suider-Afrikaans Museumvereniging, Box 11021, Southernwood 5213. Cuatro números al año, en afrikán e inglés.

Suecia

Svenska Museer. Svenska Museiförengingen –Swedish Museums Association, Alsnoeg 7, VII, S-116 41 Estocolmo. Cuatro números al año, en sueco.

Suiza

Information VMS/AMS. Mitteilungsblatt der Museen der Schweiz. Sweizerrisches Landesmuseum, Postfach 8023 Zurich. Tres números al año, en alemán y francés.

URSS

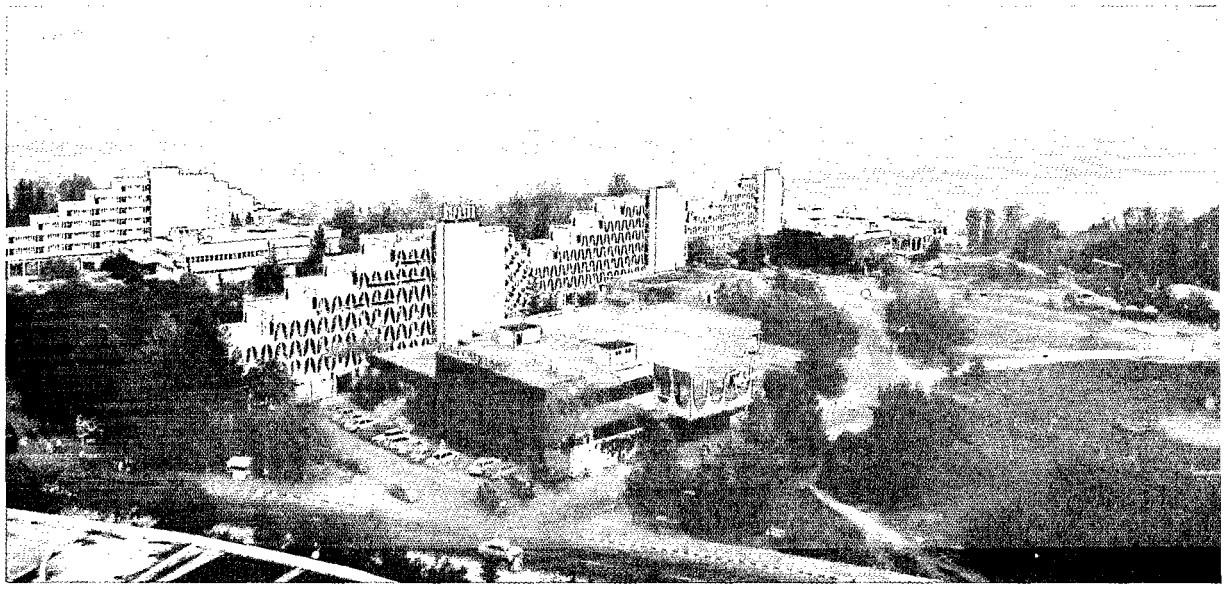
Soviet Museum. Ministerio de Cultura de la URSS y Academia de Ciencias de la URSS. Smolenskaya-Sennaya Place, D. 27, Stroyenie 3, 119121 Moscú. Seis números al año, en ruso; índices en francés e inglés.

Yugoslavia

Vijesti Muzealaca I Konzervatora Hrvatske. Muzejsko Drustvo Hrvastke, Mesnicka 5, 41000 Zagreb. Seis números al año, en croata; resúmenes en alemán.

SECCIONES

Varna: sol, mar. . . ¿y museos?



Una entrevista de Museum

¿Están reñidos el sol y los museos? ¿El turismo de masas, estival e internacional, se reduce casi obligatoriamente a la reclusión de los turistas en playas como ghettos? ¿O se puede conciliar ese turismo con cierto contacto (incluso con un verdadero contacto) con la cultura del respectivo país gracias, entre otras cosas, a los museos?

Estas preguntas no tienen respuestas claras, definitivas ni universalmente válidas. Pero en una época en que varios millones de personas se desplazan todos los veranos a las playas extranjeras, merecen una reflexión más profunda. *Museum* abordó este tema con Nedeltcho Kolev, funcionario de la Dirección Municipal del Patrimonio Cultural de cinco importantes museos de Varna, la mayor estación balnearia de Bulgaria.

¡Varna . . . ! Su solo nombre evoca kilómetros de playas de arena blanca, un sol casi permanente de junio a septiembre, precios relativamente módicos, es decir, todo o casi todo lo que necesitan los veraneantes extranjeros que acuden a razón de millón y medio todos los años (la población local es de 310.000 habitantes).

¿Pero cúantos de estos turistas saben que Varna tiene seis mil años de historia, que su litoral fue colonizado por Grecia en el siglo VI antes de nuestra era, que su puerto desempeñó un papel capital en la vida de la región a lo largo de toda su historia, que su suelo encierra aún verdaderos tesoros del ingenio del hombre y que los museos de la ciudad ponen a su disposición muestras de todo ello y de muchas cosas más? Y, si lo ignoran al llegar, ¿lo descubrirán durante su estadía?

Museum: Nedeltcho Kolev, ¿cúantos turistas extranjeros visitan anualmente sus museos, de dónde proceden y cómo evolucionan de un año a otro?

Nedeltcho Kolev: Desde hace tres años tenemos, de un total de 250.000 visitantes, 120.000 extranjeros. Esto significa que, aproximadamente el 8,8% de los turistas extranjeros presentes en las playas visitan nuestros museos o, más bien, su equivalente, porque probablemente algunos de ellos nos visitan más de una vez.

M.: ¿Cómo llegan a los museos?

N. K.: La mayoría viene con viajes organizados y visita los museos previstos por el guía. En lo que se refiere a las visitas individuales, que podríamos calificar de espontáneas porque los turistas las deciden cuando ya están aquí, en su lugar de destino, pues bien, ¡nuestro mejor aliado son las nubes, como podrá usted imaginar! Los días sin sol (afortunados para nosotros, aunque no para todos), la agencia nacional Balkantourist pone autocares a disposición de los turistas que se alojan en los hoteles de la costa para que se trasladen a la ciudad. Algunos, por último, encuentran el camino por iniciativa propia.

Profesores en camiseta

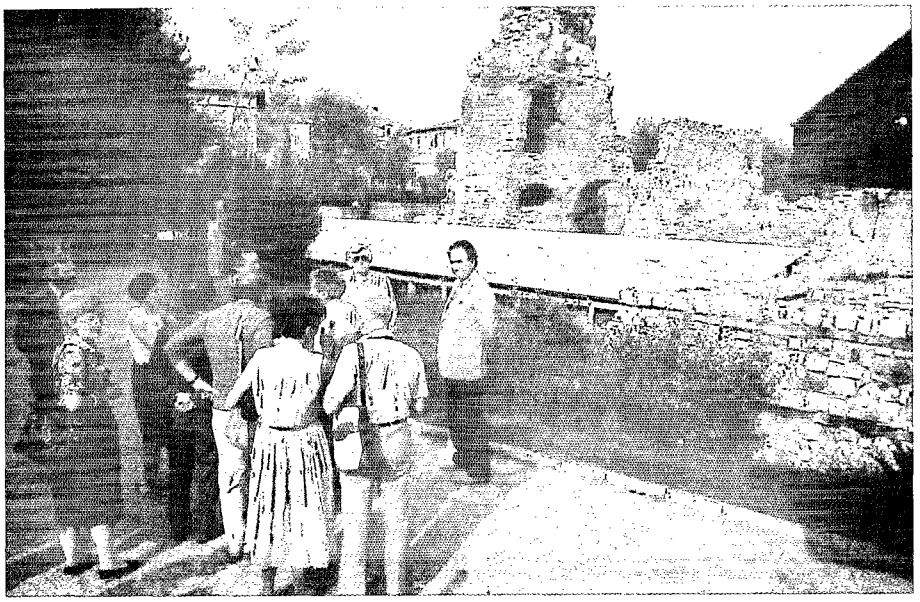
M.: ¿Qué clase de turistas extranjeros visitan los museos?

N. K.: No dispongo de estadísticas, sólo de algunas impresiones. La primera es que hay muy pocos jóvenes. Se trata sobre todo de adultos, por lo general sin niños, y de personas de edad.

En cuanto al nivel de estudios, es difícil, claro, determinar quién es chofer de camión y quién es profesor de universidad, porque todos están en traje de baño y camiseta. Dicho esto, me parece que las visitas que he calificado de "espontáneas" son, ante todo, las de personas con un nivel de estudios bastante alto.

Respecto al origen geográfico, disponemos de cifras que nos permiten afirmar que se trata fundamentalmente, y en orden decreciente, de visitantes de la Unión Soviética, la República Federal de Alemania, la República Democrática Alemana, Polonia y Francia.

M.: ¿Qué es lo que más interesa a los visitantes extranjeros? ¿Cúales son las preguntas que más hacen?

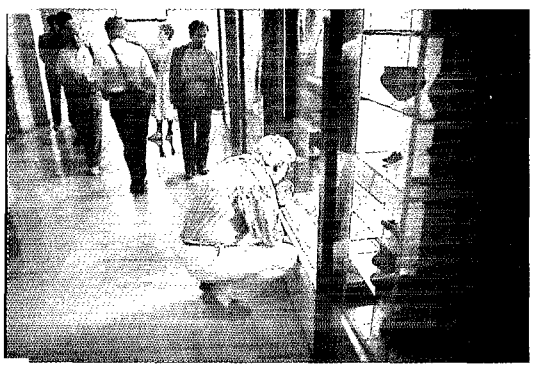


◄ Complejo hotelero en la costa, cerca de Varna.

Nedeltcho Kolev (a la derecha) con un grupo internacional en las termas romanas de Varna.

Fotos de Arthur Gillette

La curiosidad no se va de vacaciones, al menos no la de uno de cada once turistas que pasan sus vacaciones en Varna y encuentran el camino de los museos.



N. K.: Se interesan sobre todo por los objetos más antiguos, las técnicas con que se fabricaron y los lugares dónde se encontraron. Muchos se sorprenden al descubrir que nuestro territorio está habitado desde hace más de seis mil años y, al ver los vestigios de esos antiguos asentamientos humanos, también quieren saber en qué países se han presentado nuestras exposiciones itinerantes.

M.: ¿Cómo hacen para informar a los turistas extranjeros sobre sus actividades y atraerlos a los museos?

N. K.: Hemos hecho muchas cosas, pero puede que no sean suficientes. Con todo, es mucho lo que se ha realizado. Constantemente solicitamos a la agencia nacional de viajes, Balkantourist, que nos envíe visitantes. Hemos publicado folletos en varios idiomas sobre nuestras actividades, que se distribuyen en los hoteles turísticos. En verano participamos en los programas que Radio Varna emite regularmente en los principales idiomas de Europa occidental y oriental. Quizás haya observado que hasta en las playas hay altavoces; pues bien, se usan para sugerir a los turistas que visiten los museos. Además, buscamos formas de animación atractivas: conciertos de música folclórica y clásica, espectáculos de danza, etc., que se celebran en los patios de los museos.

¿Vitrinas en los hoteles?

Se ha reservado el vestíbulo del Museo Municipal de Historia y Arte para celebrar, todos los fines de semana, las bodas de mis compatriotas; desearía encontrar fórmulas análogas para atraer a los turistas extranjeros, aunque sin empujarlos necesariamente a casarse . . .

M.: ¿Cúales son las reacciones de los visitantes extranjeros? ¿Se sorprenden?

N. K.: Bueno, nuestro territorio ha sido teatro de tantos conflictos y ambiciones, y de tantos enfrentamientos estratégicos, que comprendo muy bien que los extranjeros no capten los meandros de nuestra historia. Sin embargo, a veces me deja perplejo que ignoren que pasamos cinco siglos bajo el dominio otomano. Lo que me sorprende aún más es que algunos de mis propios estudiantes de la universidad (pocos, por fortuna) ignoren prácticamente nuestra historia. Podría citar una larga serie de disparates, pero nos alejaríamos del tema.

M.: Si el director de un museo de una gran estación turística le pidiera consejo, ¿qué le diría?

N. K.: En primer lugar, lo que no debe hacerse: herir a los visitantes en su amor propio. Aquí somos más bien internacionalistas. Estamos en un pequeño país cuyas decisiones no afectan al resto de la humanidad; sabemos que somos parte de un mosaico. Lo que queremos, es entendernos con nuestros visitantes, es lo mejor que puede suceder.

M.: ¿Y qué debería hacer?

N. K.: Ir al turista extranjero, buscarlo donde se encuentre, llamar su atención (¿por qué no se podría instalar vitrinas con réplicas en los hoteles?) y provocarlo en el buen sentido del término. ■

Conservadores y policías: objetivos comunes

Étienne Clément

En esta época en que el robo y el tráfico internacional de obras de arte aumentan sin cesar, las personas e instituciones afectadas por este grave problema son cada vez más numerosas. Sería deseable que conservadores, aseguradores, policías, aduaneros y anticuarios encontraran un lenguaje común y adoptaran medidas conjuntas. Étienne Clément, jurista belga especializado en derecho internacional y especialista adjunto del Programa de la Sección de Normas Internacionales de la División del Patrimonio Cultural de la Unesco, representó a nuestra organización en un original simposio sobre el tema.

En Lyon, en la nueva sede de la Organización Internacional de la Policía Criminal, más conocida como Interpol, tuvo lugar del 5 al 8 de diciembre de 1989 un simposio internacional sobre el robo y el tráfico ilícito de bienes culturales y obras de arte. La reunión fue ideada y organizada por la Interpol y contó con la cooperación entusiasta de la Unesco, que desde hace muchos años se esfuerza en fomentar una colaboración más estrecha entre conservadores, arqueólogos, aduaneros y policías. La originalidad de la reunión estribó en la gran diversidad de los ciento diez participantes ya que, por primera vez a escala mundial, policías, aduaneros y detectives pudieron dialogar con conservadores, arqueólogos, abogados, comerciantes de arte, coleccionistas, editores, aseguradores y empresas especializadas en la seguridad de los museos. La Interpol y la Unesco habían solicitado a unos veinte expertos de todo el mundo, de gran renombre, que presentaran sus opiniones y experiencias.

Se recupera un diez por ciento de las obras

R. E. Kendall, secretario general de la Interpol, inauguró el simposio felicitándose por la cooperación que acababa de instaurarse entre su organización y la Unesco. Sus colaboradores explicaron cómo Interpol difunde en todo el mundo sus famosas "notas" en las que se reproducen fotografías de las obras de arte robadas y de los objetos encontrados cuyo origen es dudoso. Según afirmaron, la difusión de dichas notas conduce, en un 10% a la recuperación de los objetos robados.

El representante de la Unesco se refirió a la forma en que esta organización participa en la lucha contra el tráfico ilícito de bienes culturales, en particular, mediante la aplicación de la Convención sobre las Medidas que Deben Adoptarse para Prohibir e Impedir la Importación, la Exportación y la Transferencia de Propiedad Ilícitas de Bienes Culturales, aprobada en París en 1970. Después de la reciente aceptación de Australia y China, ya son sesenta y ocho los Estados que han adoptado este importante instrumento destinado a establecer una real cooperación internacional para combatir el tráfico ilícito de bienes culturales e instaurar normas éticas referentes a su circulación.

En sus ponencias, los expertos llamaron la atención de los funcionarios policiales (que formaban la mayor parte de la asistencia) sobre las preocupaciones de los responsables de la protección del patrimonio cultural, en especial los pertenecientes a los países en desarrollo. Por ejemplo, T. Shaje Badi-Banga (Zaire), T. Gisbert (Bolivia) y H. Sirisoma (Sri Lanka) hicieron notar a los participantes las crecientes dificultades con que tropezaban sus países para proteger sus bienes culturales en momentos en que las obras de arte alcanzan precios astronómicos en los mercados internacionales.

¿Y los Estados "importadores"?

El presidente del ICOM, A. Konaré (Malí), L. San Román Johanning (Costa Rica) y P. Makambila (Congo) expusieron los problemas de los museos en los países del Tercer Mundo. A las excavaciones clandestinas, motivo de gran preocupación, se refirieron L. Vlad Borelli (Italia) y C. Asmar (Líbano); este último describió la situación en su país como verdaderamente alarmante. El príncipe Subhadradis Diskul (Tailandia) explicó, ayudándose con fotografías, de qué manera, recurriendo a negociaciones bilaterales, su país había logrado el retorno del famoso dintel de Phnom Rung (véase el n.° 162 de *Museum*). La intervención de A. Guthrie Hingston (Estados Unidos de América) sobre la aplicación de la Convención de 1970 por parte de un Estado "importador" de bienes culturales dio origen a discusiones apasionadas y apasionantes sobre la oportunidad de que otros Estados "importadores", como el Reino Unido y Francia, representados en el simposio, adhirieran a la Convención para reforzar su eficacia.

J. Chatelain (Francia) hizo un análisis comparado de los instrumentos internacionales existentes en materia de protección de los bienes culturales muebles. Inclinándose por un enfoque regional del problema, subrayó la urgencia de establecer una concertación europea en vísperas de la instauración del Mercado Único de 1993 y

abogó por una definición limitada de los bienes culturales que deberían ser objeto de posibles medidas de protección en la Comunidad Europea. Por último, J. G. V. Radcliffe (Reino Unido) anunció la creación, por iniciativa de la compañía de seguros Lloyds de Londres, de un fichero internacional de obras de arte robadas.

Cada una de las ponencias dio lugar a verdaderos debates, tanto durante las reuniones plenarias como en los alfombrados corredores del gran edificio de cristal. A diferencia de lo que suele ocurrir en las reuniones de este tipo, el pragmatismo policial indujo a los participantes a abordar estos asuntos de manera muy concreta.

Al término de las deliberaciones, los participantes adoptaron una recomendación en la que subrayaron la necesidad de mejorar la circulación de la información sobre los objetos de arte robados (en especial, mediante una mayor difusión de las "notas" de Interpol) y fortalecer la colaboración, a nivel nacional e internacional, entre los museos, la policía, las aduanas y los demás servicios interesados. En este sentido, se felicitaron los esfuerzos de la Unesco, el ICOM y la Interpol y se convino en proseguir, a nivel nacional, los fructuosos contactos establecidos en Lyon. ■

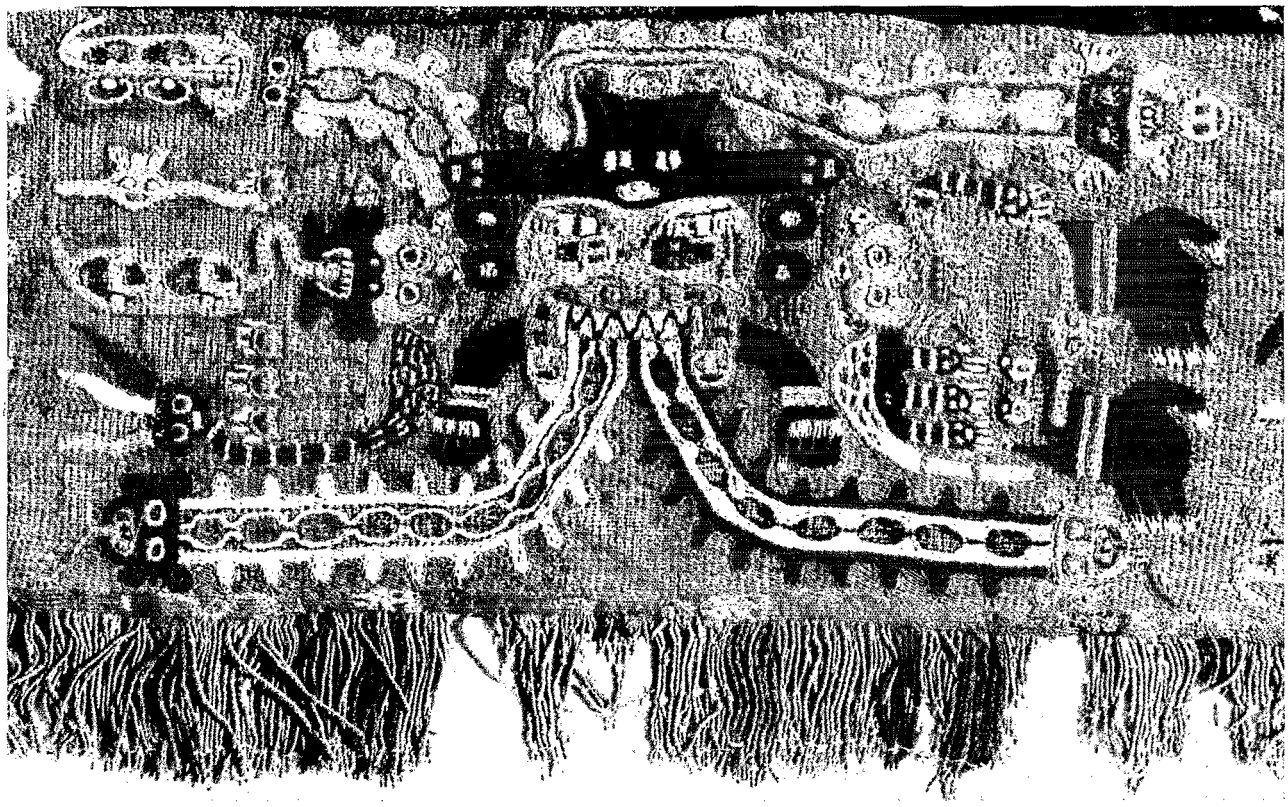
La Galería Nacional Australiana restituye al Perú un sudario antiguo

En una ceremonia celebrada recientemente en la Galería Nacional Australiana de Canberra se restituyó al pueblo peruano un sudario de hace dos mil años, según informó el Ministerio de Asuntos Exteriores y Comercio de Australia.

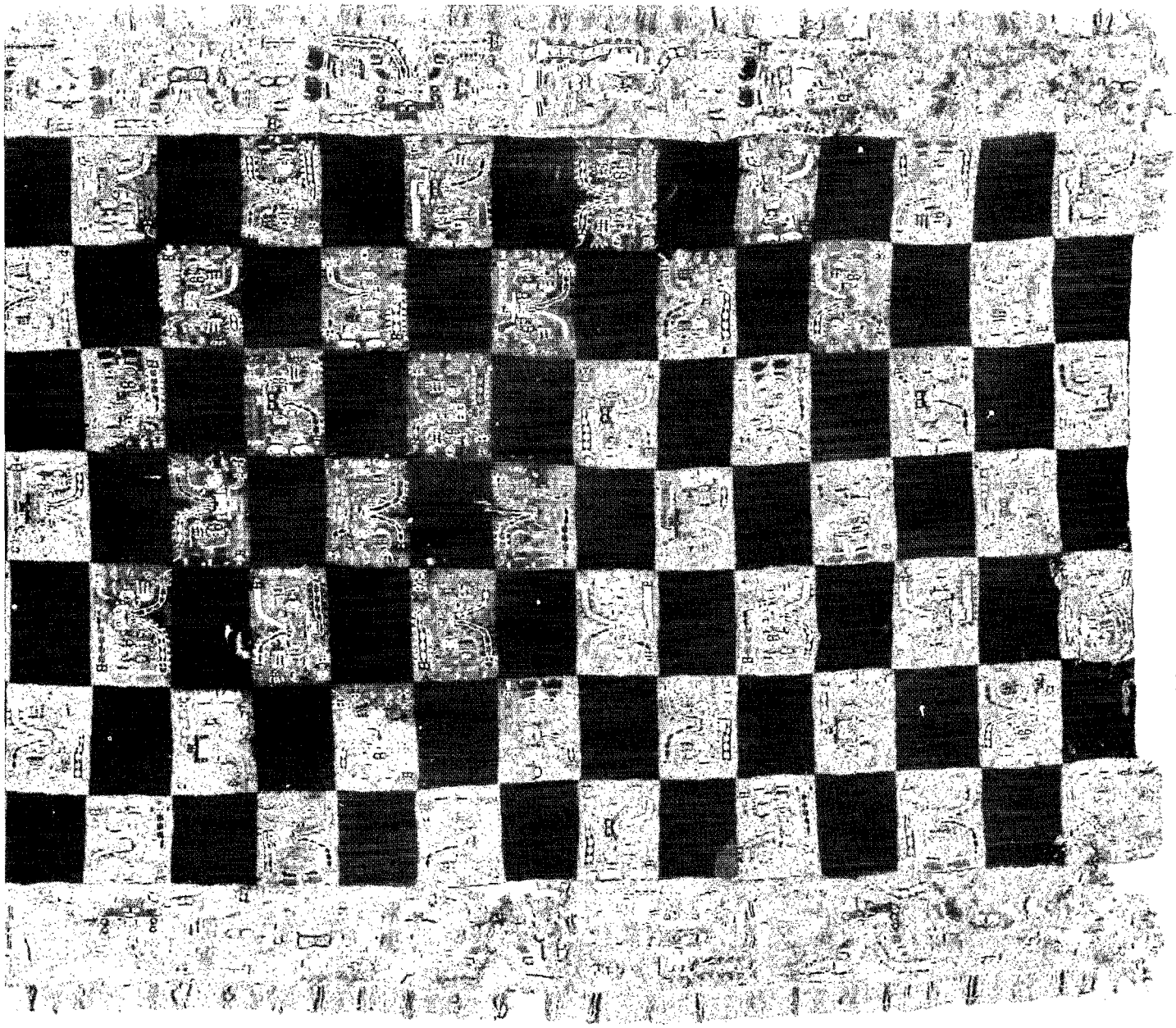
Exhumado en 1927 en la necrópolis de Paracas, a unos 280 kilómetros de Lima, capital del Perú, el sudario es un ejemplo del fino trabajo de artesanía que se prodigaba a los atavíos mortuorios que serían recubiertos por las vendas que envolvían las momias. Este lienzo data de la época comprendida entre los años 600 y 150 A.C., y se encontró sobre un cuerpo momificado en posición sedente, con las rodillas pegadas al pecho.

No tenemos noticia de que los antiguos peruanos poseyeran un lenguaje escrito en el sentido que hoy damos al término escritura. Se supone más bien

La capa de Paracas. Detalle y . . .



Australian National Gallery



. . . vista del conjunto.

que expresaban y registraban la información con el concurso de los colores y las formas. Esto es perfectamente cierto en el caso del método *quipu* de comunicación de mensajes mediante cordeles entrelazados, y pudo haberse aplicado también a los tejidos utilizados con propósitos funerarios. La iconografía de objetos tales como el sudario restituido al Perú cobra entonces un nuevo significado y los investigadores esperan que, una vez analizada toda la envoltura de la momia, se pueda dar con la clave para descifrar el lenguaje descriptivo.

Aunque se considera que cada tejido es en sí mismo un objeto bello, su valor expresivo radica en la posibilidad de contemplarlo como parte de un todo. Esta es una de las razones que llevó al gobierno peruano a pedir la restitución del sudario de Paracas.

Un bien adquirido de buena fe

En 1974, el gobierno australiano compró de buena fe el sudario a un conocido comerciante de arte de los Estados Unidos de América. En 1989, el gobierno peruano presentó las pruebas irrefutables de que en realidad el sudario había sido robado del Museo Nacional de Perú en 1973.

En la ceremonia celebrada en la Galería Nacional, Clyde Holding, ministro de Artes, Turismo y Territorios de Australia, explicó la razón por la cual el gobierno de su país había decidido restituir el sudario. La Ley de Protección de los Bienes Culturales Muebles de 1986, mediante la cual se propicia la restitución al país de origen de bienes culturales robados, no era aplicable al sudario de Paracas porque fue adquirido e importado a Australia antes de 1986. No obstante, se juzgó importante respetar el espíritu de la legislación y restituir una pieza tan significativa para el patrimonio cultural del Perú.

Al hacerse la entrega del sudario, Gonzalo Bedoya, embajador de Perú en Australia, declaró: "Todos somos testigos de un gesto de buena voluntad. Los tejidos eran una de las expresiones más refinadas del arte de las culturas preincaicas del Perú. Según los cánones de la belleza, los sudarios de Paracas (y éste es un ejemplo palpable) son verdaderas obras de arte. El gobierno peruano se siente muy conmovido por este gesto y expresa su más profundo agradecimiento a Australia."

La museología: una vocación



Dibujo de Kseniya Ostrovskaya

¿Qué piensa hoy en día un dignatario de la Iglesia ortodoxa rusa sobre los museos? Para saberlo, Museum *entrevistó al metropolita Vladimir, obispo de Rostov y Novocherkask, responsable ante el Patriarcado de los asuntos de Europa occidental.*

Museum: Monseñor Vladimir, ¿cuáles son las funciones más importantes de los museos en la sociedad contemporánea?

Metropolita Vladimir: Son muchas, desde luego, pero hay dos que me parecen particularmente destacadas. La primera, a mi juicio, es una función orientadora, de iniciación del público a la historia de su cultura y del arte que ha producido la humanidad. Es ésta una misión realmente noble de los museos. Y la segunda es la de conservar. En nuestro caso, esta función ha tenido dos caras. La cara negativa se vio cuando las iglesias fueron despojadas de muchos objetos religiosos después de la Revolución. Pero, a pesar de las apariencias, ese pillaje fue una suerte, ya que muchos de los objetos quedaron protegidos en las colecciones de los museos. De no haber sido así, tal vez se los hubiera vendido al extranjero y, simplemente, habrían desaparecido.

Actualmente se están devolviendo algunas de esas valiosas reliquias a las iglesias. Hace unos meses, en vísperas de la celebración del Milenario del cristianismo en Rusia, varios museos de Moscú, Leningrado, Kiev, Voronej, Vladimir y otras ciudades, restituyeron una serie de iconos y otros objetos sagrados a la Iglesia. Yo creo que se seguirán produciendo devoluciones. Esto es posible porque los museos conservaron los objetos que tenían bajo su custodia.

M.: En su opinión, ¿qué impide que los museos cumplan sus funciones de manera más completa?

M. V.: Muchos museos, entre ellos algunos de los más importantes, poseen demasiados objetos; en muchos casos que conozco, las reservas están repletas de piezas que no se pueden exponer por falta de espacio. Es una verdadera lástima ya que, por esta razón, no puede producirse un "encuentro" creativo entre los visitantes y todo ese material almacenado en las reservas.

Otro de los problemas es que la revolución tecnológica todavía no se ha integrado totalmente en el mundo de los museos. Me parece que estos últimos deberían aprovechar mucho más las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías.

Por último, también existe el problema de la actitud de las personas que trabajan en los museos. Al igual que sucede en la Iglesia, y en las otras profesiones, algunos museólogos sienten una auténtica vocación, pero también los hay que se limitan a ocupar un puesto. A mi juicio, estos últimos abundan y a mí me gustaría que los museólogos vocacionales fueran más numerosos.

¿Maratones o paseos?

M.: Los museos han sido comparados a las catedrales. Se ha dicho que hoy en día cumplen algunas de las funciones sociales, cívicas e, incluso, espirituales que tenían las catedrales en la Edad Media. ¿Qué le parece esta comparación?

M. V.: Humm . . . A decir verdad, me parece exagerada. Pero me recuerda otra imagen. En mi país solía decirse que los teatros eran los "templos de las artes"; pues bien, yo diría que actualmente los museos han tomado el relevo. Dicho de otra manera, se han convertido en lugares propicios para el "encuentro" al que acabo de referirme; el "encuentro" entre las personas y las obras de arte y, también, entre las distintas personas y las distintas generaciones.

Este tipo de encuentro se produce en los museos, pero es obvio que no todos alcanzan ese nivel.

M.: ¿Cómo definiría usted un "buen" museo?

M. V.: Tomemos como ejemplo a

Leningrado. Allí estudié teología durante cuatro años y llegué a conocerla bien. Muchas personas visitan el Palacio de Invierno que es, sin duda alguna, un museo muy interesante, pero recorrerlo supone un maratón: hay interminables series de salas y escaleras, de entradas y salidas... Comparémoslo con el Museo de Arte Ruso, que se encuentra también en Leningrado, con su colección de iconos. La colección es muy importante, pero no es abrumadora. Las obras están expuestas con inteligencia, de manera "compacta" como se suele decir. La visita de este museo se asemeja más a un agradable paseo que a un maratón agotador. Definitivamente, prefiero los museos más modestos.

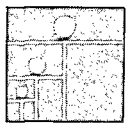
M.: ¿A qué se debe que un museo sea "malo"?

M. V.: Bueno, eso depende de los criterios que se apliquen. Por lo que respecta a Occidente, debo reconocer que sólo he visitado los museos más famosos, que por lo general están bien organizados. Pero en mi país... Sí, recuerdo que una vez visité un pequeño museo del sur de Rusia. Era una especie de museo militar, que contaba con una furgoneta, un uniforme y una ametralladora. Era llevar la humildad al extremo...

M.: ¿Cómo ve el futuro de los museos?

M. V.: Evidentemente, deben seguir preservándose las obras preeminentes de la humanidad; me parece que nadie discutiría esta responsabilidad. Pero deberían ocuparse más de los problemas contemporáneos. Pienso, sobre todo, en los problemas ecológicos y en la educación del público en ese sentido. Si no se solucionan estos problemas, las generaciones futuras tendrán que acudir a los museos para poder ver las frutas, verduras y plantas naturales que habrán desaparecido. Y si desaparecen, la humanidad tendrá que volver a empezar a partir de cero; sería una vergüenza. ■

CRÓNICA DE LA FMAM



Federación Mundial de Amigos de los Museos
FMAM
Dirección postal:
Palais du Louvre, 34 quai du Louvre,
75041, París Cedex 01, Francia
Tel.: (1) 48 04 99 05

Flash

La organización del coloquio de 1992, que se celebrará bajo los auspicios de la Federación Mundial de Amigos de los Museos, correrá por cuenta de la Federación Chipriota de Amigos de los Museos. Es la segunda iniciativa de este tipo; la primera fue el coloquio de Atenas, organizado en noviembre de 1986 por la Asociación de Amigos del Museo Benaki. El tema central de esta reunión será "Las relaciones del hombre con los monumentos y los lugares de interés histórico y artístico".

¿El éxito y la popularidad no perderán el alma de los museos?

Como si no le bastara con ser el conocido y brillante conservador del Met (Museo Metropolitano de Arte Moderno de Nueva York), Philippe de Montebello es, además, un seductor. Prueba de ello fue su charla del 15 de diciembre de 1989 en la sala de conferencias del Louvre, en París, donde gracias a su elocuencia, y a su encanto personal, el numeroso y apasionado público pudo descubrir las paradojas con que tropieza actualmente.

Aunque reside en Estados Unidos de América desde hace cuarenta años, y trabaja allí desde hace veinticinco, Philippe de Montebello no ha perdido su visión europea del arte y de la concepción tradicional de los museos. La moda actual, el entusiasmo sin límites por las exposiciones y las diversas manifestaciones que invaden los museos, que a menudo no guardan relación alguna con el arte le parecen, a la vez, benéficos y peligrosos.

¿Por qué?

Puesto que el Museo Metropolitano de Nueva York suele servir de ejemplo en Europa por su dinamismo y por la calidad de sus instalaciones y exposiciones, es interesante analizar las paradojas a que aludía Philippe de Montebello.

En los Estados Unidos de América, a diferencia de Europa, los museos están instalados en edificios concebidos para tal efecto y las colecciones se disponen según un plan general. Los museos son organismos privados que reciben donaciones, fondos municipales y los beneficios de diversas actividades comerciales y que se preocupan de modo constante por la animación cultural y la acogida del público en general. Pero es ese precisamente su talón de Aquiles, puesto que el deseo de ganar más dinero obliga a multiplicar las actividades y, en la medida en que aumenta el número de entradas, el público se transforma en tropel a expensas, por supuesto, del arte.

Estadios y zocos

Hoy en día, los museos son más acogedores que nunca y esto se debe, con frecuencia, al trabajo voluntario. Los métodos modernos de prospección y publicidad, los programas educativos para todas las clases sociales, las organizaciones de grupos especiales, los guías que hablan varios idiomas, las conferencias, los seminarios y los coloquios se multiplican para atraer al público. Se crean restaurantes, tiendas y estacionamientos para su comodidad y distracción. Se utilizan las salas para recepciones privadas. En pocas palabras, los museos son prósperos; reciben más visitantes que los estadios. Aparentemente, el arte atrae más que el deporte; las estadísticas de los museos norteamericanos lo demuestran.

Sin embargo, la principal y primera fuente de ingresos siguen siendo las entradas a las exposiciones temporales que atraen grandes cantidades de público. En general, todas las obras presentadas provienen de otros museos; reunidas, adquieren un atractivo que no tenían cuando estaban aisladas. Ahora bien, a menudo la técnica de presentación tiene más importancia que el objeto presentado y la obra de arte pasa a ocupar tan sólo el segundo plano.

Esta es la primera paradoja: cuanto más popular quiere ser un museo, más pierde su alma. Vistos todos sus atractivos materiales, los museos empiezan a parecer zocos. Sufren accesos de fiebre que provocan crisis de conciencia: hoy los valores están desvirtuados.

Se olvida el placer estético, el de la vista. La vocación estética de los museos desaparece en beneficio de... los beneficios mismos. Los visitantes, su comodidad y su dinero preocupan más que su educación y su amor del arte. Se habla de compras, de ventas, de seguros, de administración y de técnicas de mercado, ¿pero se siguen amando las obras de arte?

En los Estados Unidos, los administradores y gerentes tienen tanta importancia como los directores. ¿Y dónde está el arte, en medio de todo esto?

¿Cómo garantizar la calma, la intimidad necesaria para el descubrimiento y la contemplación de las obras de arte cuando se trata, ante todo, de atraer a las multitudes y de hacerlas circular con la mayor rapidez posible para multiplicar las entradas que garantizan los beneficios?

Por otra parte, se sabe que el público atraído por el tema de una gran exposición no es un público fiel. En la mayoría de los casos no volverá al museo para descubrir las colecciones permanentes. Sólo los visitantes asiduos, mortificados durante las grandes exposiciones, vuelven; pero su número no basta para que los museos puedan vivir.

Sólo la asiduidad es rentable

El público tiene que saber que el arte es difícil; una visita rápida a un museo equivale a leer a Proust resumido en el *Readers Digest.* Sería mejor transmitirle la noción de esfuerzo, de concentración, y recordarle que la apreciación del arte es un placer. La situación ideal sería, por supuesto, un gabinete de dibujos donde cada uno pudiera contemplar, casi en secreto, la obra de arte puesta a su exclusiva disposición.

Sin embargo, hoy en día los museos son un instrumento social y deben satisfacer tanto al público en general como al público ilustrado. Es indispensable poseer cierto nivel de conocimientos, que es posible adquirir. El arte puede aprenderse desde la edad escolar. Es preciso imaginar cursillos en los museos; aquí entran en juego los conservadores, que tienen la obligación de transmitir al público los conocimientos y datos que poseen.

¿Se deben prever carteles sucintos o explícitos? Cada conservador tiene su teoría. Pero ante todo se debe expresar la inteligencia de las colecciones, su coordinación, reencontrar el sentido de las obras de arte y su función original.

Otra paradoja: como el precio de las obras de arte aumenta sin cesar, los museos se ven obligados a comprar obras secundarias y a exponerlas como si fueran obras maestras. Se produce entonces una nivelación por lo bajo, una perversión de los valores. Se difunden obras de interés marginal con el pretexto de que son caras.

Habría entonces que enseñar al público los criterios de calidad sin aburrirlo, porque si se aburre no vuelve. Y sólo los visitantes asiduos son rentables . . .

¿Se debe reducir el ritmo de las exposiciones y lograr que las obras de arte interesen aún cuando no hayan sido "traídas especialmente"? Los museos, ¿deberán volverse hacia sus propias colecciones para conseguir una clientela fiel que compense la de las grandes exposiciones monográficas?

Se debería invitar al público a que visitara los museos para su instrucción y placer. Las explicaciones, los carteles, las guías y los catálogos deberían inducir a la contemplación. Debería poder entablarse un diálogo entre el conservador y los visitantes lejos del ajetreo de la calle y a través de esas informaciones.

Como conclusión, Philippe de Montebello citó esta magnífica frase, tomada de Coleridge: "El culto no debe ser más importante que el dios."

Por nuestra parte, en nuestra condición de Federación Mundial de Amigos de los Museos, nos interrogamos sobre los medios de que disponemos para educar a los visitantes a partir de este redescubrimiento del museo, lejos de las mediatizaciones excesivas y comerciales. De nuevo se hace hincapié en la función de la palabra escrita y de la pedagogía y, también en la de los conservadores, los guías, los conferenciantes, los catálogos y los demás libros de arte accesibles a todos.

¿Son las camisetas y los distintivos que convierten a los visitantes de los museos en hombres sandwich los únicos medios de atraer al público? ¿Son las grandes exposiciones monográficas las únicas que pueden hacer descubrir las obras conocidas o desconocidas?

La pregunta la planteó con brillantez el director de uno de los grandes museos del mundo y, aunque la respuesta es difícil, no podemos eludirla. ■

Y ADEMÁS...

París: un explorador

Victor Bissengué

Los parisinos suelen dar el nombre de Centro Pompidou o, más escuetamente, de Beaubourg (tomado de la meseta donde se encuentra, a poca distancia del Sena y de la catedral de Notre Dame) al Centro Nacional de Arte y Cultura Georges Pompidou. Hoy en día su fama es mundial. Pero si exceptuamos a su personal y a un puñado de incondicionales (algunos hasta la obsesión según se dice), ¿quién conoce sus rincones inesperados y sus diversos estados de ánimo e, incluso, de alma?

Para (re) descubrirlo desde un nuevo ángulo, Museum *pidió a Victor Bissengué, un museólogo de la República Centroafricana, que olvidara por unos momentos sus conocimientos científicos (es doctor en estudios cinematográficos y audiovisuales) y prácticos (trabaja desde hace varios años como ingeniero de sonido del Centro Pompidou) y que nos acompañase por la meseta Beaubourg, haciendo las veces de guía o, mejor, de explorador, en una comarca cuyas tierras interiores merecen conocerse mejor.*

Pensamos que este diario de a bordo les reservará más de una sorpresa, incluso (¿sobre todo?) a los incondicionales del Centro Pompidou.

Lo que más impresiona al llegar al Centro Pompidou, ya sea por primera o por centésima vez, es su arquitectura. ¿Se trata de un gran barco, de una fábrica o de una refinería? En todo caso, es una estructura exótica en pleno centro del viejo París. La visión, tanto del interior como del exterior, produce una sensación a medio camino entre la curiosidad y la incomprensión, entre la admiración y el rechazo, como si nos encontráramos ante un tótem exageradamente grande y extraño.

El público es tan numeroso como variado. Inicialmente, el Centro había sido previsto para recibir entre siete mil y diez mil personas al día. En la actualidad, Beaubourg acoge entre veintiséis mil y treinta mil visitantes diarios. Todas las categorías socioprofesionales están representadas (directivos, profesionales liberales, empleados, desempleados, estudiantes, etc.), además de los turistas venidos de todo el mundo. Se trata tanto de personas solas como de parejas, familias, grupos e, incluso, de comitivas oficiales. Los vecinos del barrio, cuando vienen a tomar una taza de té en la cafetería, se pueden cruzar, por ejemplo, con una delegación de indios norteamericanos vestidos con sus prendas tradicionales y entregados a la danza.

Voces de ultratumba

Desde la *piazza* (la gran plaza que con una leve inclinación se extiende hasta las puertas del Centro y que es el primer punto de contacto con el público) se divisa la escalera mecánica que se ha convertido, a la vez, en símbolo, fetiche y logotipo semi oficial. Allí, junto al público que va a entrar en el Centro, se encuentra el "no público", que generalmente permanece fuera. Además de los transeúntes, se trata de grupos de músicos, tragafuegos, mimos, individuos aislados, retratistas y vendedores de periódicos marginales, organilleros, adivinos, poetas-filósofos, etc. Cuando los veo me froto los ojos. ¿Dónde estoy? ¿En un mercado popular africano? ¿En el "kilómetro 5" de Bangui, en la República Centroafricana, o en el barrio de Treichville de Abidján en Côte d'Ivoire? En esta feria no se vende ni se trueca nada, todo es *espectáculo.* Algo así como un cuento de hadas rayano con el hechizo.

Miren allá, un poco más lejos en esta amplia plaza; cuatro jóvenes bailan al ritmo de la música que emite una enorme radiocasete (se las llama *ghetto blaster*). Si se les pregunta, responderán que se inspiran en las escenas de la religión Vudú, practicada originalmente en los países del golfo de Benin

africano en el Centro Pompidou

(Benin y Nigeria, en particular) y posteriormente, como consecuencia del tráfico de esclavos, en la región del Caribe y en el Brasil. El movimiento del cuerpo es lento, mecánico y contorsionado. Estos bailarines imitan el caminar de los cosmonautas en la luna, las "percusiones" y las peleas rituales.

Aquí está Banana, un saltimbanqui que parece salido de mi pueblo, a seis mil kilómetros de distancia de París. Sus pertrechos son, principalmente, cubos de basura, barras metálicas, palos de madera que usa como pértigas, botellas de plástico que imitan micrófonos, rejillas de hierro que sirven de raederas y un plátano maduro atado a una cuerda. A este arreglador de multitudes, músico y obrero de la construcción a la vez, le gusta cantar "el himno a la banana" y afirma muy seguro que lo que hace es "bananear".

Por una gran puerta invisible, en realidad translúcida, pasamos de la *piazza* al interior del Centro y nos encontramos, precisamente, en el lugar llamado *Forum*. Al abandonar el aire libre entramos en un mundo distinto, como encerrado en una enorme burbuja y la transición provoca, obligatoriamente, asombro y curiosidad.

En el interior los guardias de seguridad, que sus insignias permiten identificar, deambulan al tiempo que vigilan con suma discreción. Por momentos conversan con personas invisibles; sólo se oyen sus voces. ¿Serán las voces de los antepasados, agrupados en torno a un baobab ritual para prodigar consejos de ultratumba? No, no es eso; la aparición de los antepasados no es algo tan banal. Pasado un ligero escalofrío descubro que si las voces son etéreas, se debe a que las transmiten los *walkies-talkies* que algunos agentes llevan en la cintura y otros en bandolera. En realidad, quien les habla es el puesto de mando de seguridad. Allí convergen todas las imágenes detectadas por los numerosos ojos electrónicos implantados en el edificio e, incluso, en los alrededores de la *piazza;* luego, las informaciones e instrucciones se retransmiten por radio.



¿Barco? ¿Fábrica? ¿Refinería? La arquitectura del Centro Nacional de Arte y Cultura Georges Pompidou sigue siendo desconcertante.

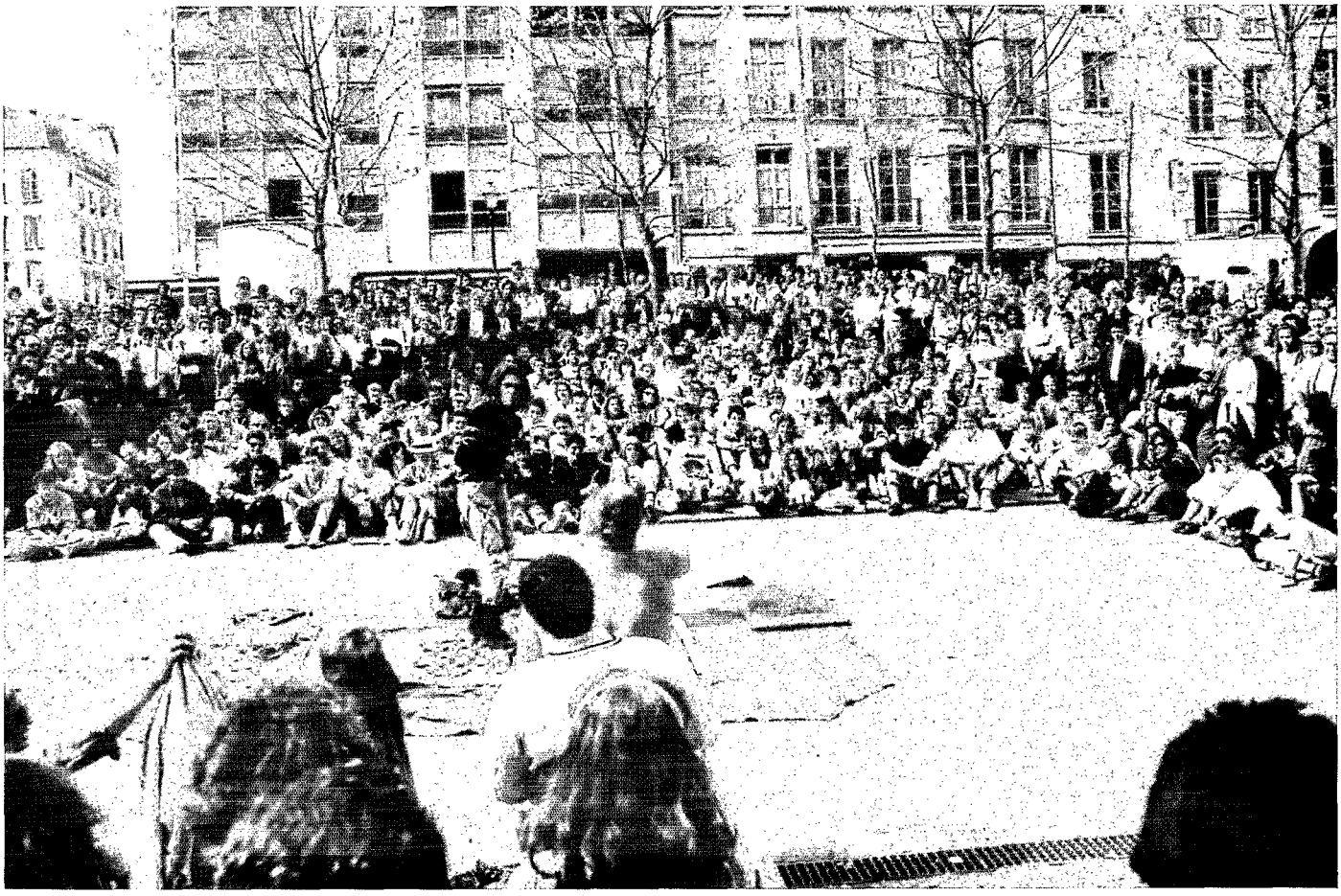
Cerca del puesto de mando de seguridad, también en la planta baja, se encuentra la recepción general, servicio encargado de informar y orientar al público dirigiéndolo hacia las diversas actividades del Centro. Por encima de las dos filas de cabezas (las que piden información y las que la brindan, inclinándose una hacia otra con un ritmo irregular) está suspendida una obra de arte. Es la efigie del presidente Pompidou, que es como una especie de tótem del Centro.

Ahora tomo la famosa escalera, el gran tubo diagonal suspendido sobre la fachada del Centro.

"Comer con los ojos"

Prosigo la ascensión hacia los pisos superiores. Este recorrido en escalera mecánica permite descubrir la *piazza,* admirar el panorama de París y observar las actividades que tienen lugar en los diferentes pisos a través de los tabiques vidriados del edificio. Y, allá lejos, lo

Todas las fotos son cortesía del autor



La *piazza* es un teatro permanente y sus representaciones son tan diversas como numerosas. Si hubiera un baobab parecería una aldea africana.

que se ve es un mosaico en movimiento febril, como un hormiguero aplastado. Todo este reflujo humano que circula en todas direcciones, ¿adónde va?, ¿qué busca? Procuraré informarme y saber algo más. Me acerco a un indígena.

– ¿Por qué ha venido a Beaubourg?
– Para ver esto.
– ¿Esto, qué?
– Eso allá, allá lejos.

Y entonces me muestra la iglesia de San Eustaquio, que se ve muy bien desde el quinto piso. "Lo que le interesa es el panorama", me explica la joven que acompaña al curioso que interrogué, uno de los muchos que suben al quinto piso, el último del Centro, lugar que parece haberse convertido en uno de los más frecuentados de París. Sobre todo porque es gratis. Y con razón, puesto que desde ahí uno puede, como se dice en África, "comerse con los ojos" los principales monumentos y lugares históricos de la ciudad.

Pero abandonemos nuestro ensimismamiento y sigamos explorando este mundo simpático y curioso; dirijámonos, por ejemplo, a la Gran Galería del quinto piso, consagrada a las exposiciones temporales. Los diversos departamentos del Centro preparan los temas de las manifestaciones que tienen lugar con material audiovisual (murales de imágenes, videos, películas, bandas sonoras), sabiamente implantado. Se ven personas que se detienen un momento, como si estuvieran en trance, escuchan, miran, continúan la visita y vuelven sobre sus pasos con el único propósito de ver una vez más el espectáculo o esperar a que se vuelva a presentar.

Una exposición de nuevo cuño abrió sus puertas simultáneamente en Beaubourg (en todos los pisos) y en el parque de La Villette (en la Grande Halle): *Magiciens de la Terre* (Los magos de la Tierra). Es sorprendente y desconcertante a la vez. Jean Hubert Martin, el promotor y comisario, hace resaltar entre otras cosas que "ha llegado la hora de salirse de las categorías habituales y de las fronteras geográficas y culturales que han dividido y pervertido a la opinión sobre las relaciones existentes entre las diferentes culturas del mundo". Las obras expuestas proceden ahora de los cinco continentes y son, a la vez, familiares e insólitas, efímeras e inmutables, aunque de lo que no cabe duda es de que son universales. Los ejemplos siguientes ilustran perfectamente este hecho: el Templo

del Culto Vudú en Benin, de Cyprien Tokoudagba; el espacio ceremonial de Dambalah Webo con los Vévés (símbolos de los dioses Vudú) reconstituido por Wesner Philidor (Haití); las paredes pintadas de la casa de Esther Mahlangu (África del Sur); el dibujo en la arena de la comunidad aborígen Yuendumu (Australia). La mayor parte de las instalaciones se realiza *in situ* y con idéntica minucia y los mismos gestos, casi siempre de memoria. Así, Wesner Philidor resume su pensamiento: "El arte es hacer una cosa bonita. En mi caso, la mente guía mi mano".

Vayamos seguidamente al cuarto piso donde se han reunido las colecciones permanentes del Museo Nacional de Arte Moderno (MNAM). Pero, ¿por dónde vamos a empezar la visita? ¿No es un verdadero rompecabezas, algo así como esos acertijos que planteamos en mi país a los niños y a los adolescentes para agudizar su ingenio? Sea lo que fuere, al ingenio aquí no se le dará descanso.

¿Kiswahili?

Verdaderas calles y alamedas, reservadas a los peatones, delimitan espacios repletos de colgadores e instalaciones de toda índole. Las obras se codean unas con otras hasta mezclarse. Aquí está la sala de artes gráficas, en la que se exponen las adquisiciones recientes, la obra de algún artista o los aspectos inéditos de determinados movimientos históricos. Los visitantes de esta sala son auténticos conocedores y especialistas.

La *Boutique* de Ben, procedente de Niza, llama especialmente mi atención. Me hace pensar en la morada de ese personaje misterioso, tan conocido en África, que vive en el lindero de los bosques y que se afana en edificar con materiales de recuperación de toda índole; los lugareños le llaman "mago" y es simpático, temido y objeto de burlas a la vez.

Tomo nuevamente la escalera mecánica exterior y empiezo el descenso.

En el segundo piso veo un cartel: Biblioteca Pública de Información (BPI). Basta con seguir el corredor de paredes de vidrio para hallarse en el interior de esta biblioteca enciclopédica y multiforme sin tener que cumplir ninguna formalidad, sin recomendación particular alguna. Es uno de los lugares más pintorescos y frecuentados del Centro Pompidou. Más académica, más universitaria y hasta más intelectual, la atracción que ejerce la biblioteca se debe a las innumerables colecciones con que cuenta: libros, imágenes fijas, vídeos y sonido. Aquí puede buscarse de todo y sobre todo, como si se fuera a consultar al omnisciente sabio del pueblo. Hasta se puede encontrar un método de aprendizaje del kiswahili.

De vuelta en el *Forum,* punto de partida de nuestra exploración del edificio, encontramos la sala de actualidades reservada a las novedades de libros, discos, periódicos y vídeos. El público de este espacio es casi siempre el mismo; cada uno tiene su lugar preferido, sus revistas, sus periódicos, su música. Es también un lugar de encuentro con el mundo literario en torno a las últimas publicaciones. A continuación, vemos las galerías contemporáneas del MNAM donde se exponen las tendencias actuales de la creación artística y también las más insólitas, como el "dispositivo para un recorrido vídeo" de Cathérine Ikam, que permite volverse a ver en una pantalla algunos instantes más tarde, como si el alma se hubiera separado del cuerpo y éste hubiera permanecido delante de la cámara. ¿Qué pensaría de esto el morabito de mi pueblo?

Una escalera mecánica nos conduce ahora al primer sótano, donde se encuentran las instalaciones de cable con varias pantallas en las que podemos contemplar imágenes televisadas de diversos países. Pero frente a este calidoscopio (una veintena de programas), *sin* el menor sonido, ¿qué pueden comprender todos esos espectadores que observan de pie, sentados o tumbados en el suelo? ¿Qué sentido tiene para ellos? Sigo planteándome la misma pregunta con cierta nostalgia al recordar unos tiempos y lugares en que no se vivía con tanto frenesí y en que se estaba más cerca de los ritmos naturales . . .

¿Esos tiempos desaparecieron para siempre? ¿Se desvanecieron ya esos lugares? De todas maneras, nadie puede poner en duda el éxito de la Revue Parlée (RP) creada en 1977 a partir de una lectura del poeta Francis Ponge y que se ha convertido en una verdadera institución dentro del Centro. Los debates de la RP abarcan diversas disciplinas, como la historia, la estética, la etnología, el arte vivo, etc. La pequeña sala en que se celebran regularmente representa el espacio en que un público curioso, a veces cándido, descubre a los invitados y participa en los debates. Todo ocurre exactamente como si estuviéramos reunidos una



Una biblioteca enciclopédica y multimediática a la disposición del público.

tarde en la plaza de mi pueblo en torno de los narradores y los sabios, a la sombra de majestuosos árboles seculares.

Gutenberg y Marconi

Este espacio es el inmenso hueco que hay en el centro mismo del Forum y cuya escenografía cambia de manera asombrosa, acogiendo diversas creaciones entre las que podemos mencionar el *Crocrodrome* de Tinguely, conjunto de monstruos mecánicos de chatarra, ingeniosamente acoplados y que causaban un gran estruendo. Allí se instaló también una montaña de chocolate de unos tres metros de altura; una máquina instalada en el interior permitía partirla en trocitos, que se ofrecían a la degustación del público. Se parecía bastante a esa otra tarta montada, gigantesca y de sabor agridulce, que tanto les gusta a las mujeres embarazadas de algunas regiones de África.

Y he aquí que nuestra expedición llega a su término. Estamos lejos de haberlo visto todo, de haber hurgado en todo, de haberlo rumiado, aunque siempre nos queda el consuelo de poder volver. Detengámonos, por último, unos instantes a reflexionar sobre lo que hemos visto, y aprovecharé para darles, en pocas palabras, mi opinión.

¡Qué curiosa situación! En Beaubourg, lo imaginario, el presente y el pasado se conjugan sin cesar. Por momentos creo reconocerme en el que fui antes o en otro lugar, o reconocer a alguien o algo a lo largo del recorrido, algo que no es nuevo para mí; empero, todo se evapora y quedo solo frente a ese desconcertante monumento moderno que es el Centro Georges Pompidou. Este desconcierto podría atribuirse a que los grandes medios de comunicación, más o menos recientes pero en constante evolución, no pertenencen a ninguna categoría social. No estamos familiarizados con el material audiovisual, porque existe un desfase entre la realidad cotidiana de la sociedad de masas francesa —industrial—, cada vez más "cableada", y la formación escolar que todavía está excesivamente orientada hacia la palabra impresa; el desfase es, pues, entre Gütenberg y Marconi.

Ahora bien, si pensamos en ello (y ésta será la última paradoja de nuestro viaje) observaremos que hoy en día, en más de un país africano, Marconi precede a Gütenberg. Quiero decir que en muchas aldeas que disponen de transistores (hasta de televisores en algunos casos), la mayoría de sus pobladores no sabe leer ni escribir. ¿Es malo? ¿Es bueno? No sabría decirlo. ■



El pasado, el presente y lo imaginario, que se confunden sin cesar, captados por el autor.

La Academia Reinwardt: retrospectiva y perspectivas

Elizabeth Croiset van
Uchelen-Brouwer

Los museos crecen, se diversifican cada vez más y necesitan por lo tanto una mayor cantidad de personal especializado. Pero son pocas las instituciones de nivel universitario que forman a los futuros museólogos. Una de ellas es la Academia Reinwardt, situada en los Países Bajos, que lleva el nombre del naturalista alemán que estudió en dicho país y que creó el Jardín Botánico de Bogor, en la actual Indonesia. Hasta hace poco tiempo, Elizabeth Croiset dictaba cursos en la Academia Reinwardt; actualmente trabaja de manera independiente y forma parte de la Junta de Amigos de la Biblioteca Real de La Haya.



Caspar Georg Carl Reinwardt (1773-1852), naturalista que dio su nombre a la Academia fundada en 1976.

La Academia Reinwardt se fundó en 1976 y es la primera escuela profesional de museología de Europa occidental. Sus primeras actividades fueron modestas y se desarrollaron en una fábrica de bebidas gaseosas privada de calefacción y de electricidad. Los primeros cursos se celebraron con la ayuda de un par de pizarras y unos pocos muebles prestados. Desde entonces, es mucho lo que ha progresado; el edificio ha sido mejorado (aunque diste de lo ideal) y cuenta con equipos de diseño, estudios audiovisuales y servicios informáticos. No se admiten sino unos ochenta estudiantes al año, lo que representa un tercio de los postulantes, porque depende de las perspectivas del mercado del trabajo. La Academia es una escuela de nivel universitario; para ingresar en ella es preciso haber terminado los estudios secundarios.

La Academia Reinwardt se fijó desde sus inicios dos normas de conducta: por un lado, sus alumnos deben completar los estudios teóricos con una formación práctica en otros museos o instituciones afines; por otro, deben cultivar los contactos formales e informales con los profesionales de los museos para mantenerse al corriente de los cambios en la materias. Estas actividades se desarrollan ahora con suma facilidad, ya que la Academia ha conseguido imponerse en el mundo museístico de los Países Bajos. Son muchos los museos que están dispuestos a aceptar a sus alumnos en calidad de colaboradores voluntarios, mientras que los cursos de la Academia son impartidos por museólogos.

El programa de estudios ha sido modificado en múltiples ocasiones (demasiadas, según la opinión de algunos estudiantes) y ello con objeto de hacer frente a las prioridades cambiantes del mundo de los museos y satisfacer la experiencia de los ex alumnos que se dedican a la práctica profesional. Son muchos los ex alumnos que, en lugar de trabajar en los museos, lo hacen en instituciones y organizaciones culturales o en empresas privadas, por lo que el programa de estudios ha ido adaptándose a las expectativas de postgrado. La reciente reorganización

Todas las fotografías son cortesía de la autora

de la enseñanza superior en los Países Bajos estimuló otras modificaciones y en 1987 llevó a la Academia a fusionarse con otros departamentos de la Escuela de Bellas Artes de Amsterdam. Con objeto de facilitar la reorientación de los estudiantes, se imparte hoy durante el primer año un amplio programa general de introducción teórica a la museografía y de estudios sobre el registro, la conservación, la comunicación, la historia cultural y el diseño de exposiciones, perfeccionándose los conocimientos de las lenguas neerlandesa e inglesa. En segundo año, los estudiantes inician su formación práctica en materia de registro de objetos de museo, conservación, preparación de exposiciones y tecnología informática. Los alumnos que aprueban el segundo año de estudios pueden cursar una maestría en administración de colecciones o en comunicación de museos, graduándose al término del cuarto año, después de haber realizado un proyecto final cuya elaboración requiere unos doce meses de trabajo. En dichos proyectos, los alumnos estudian diversos aspectos de la museología, desde el registro y la conservación de marcos de cuadros hasta la manera de montar las exposiciones y elaborar un plan de relaciones públicas o de orientación para algún organismo cultural.



Después de la Academia

Los graduados desempeñan diversas actividades en museos, instituciones como la Biblioteca Real de La Haya y archivos municipales (véanse los recuadros). Los hay que contribuyen a definir las orientaciones desde sus cargos de asesores de museos provinciales



La Academia organizó un curso de museología en Yogyakarta, Indonesia, en 1989.

o de encargados de asuntos culturales municipales. Algunos egresados han creado empresas de publicidad o asesoramiento o se han integrado a ellas. Ahora bien, no todos han encontrado un empleo. Algunos trabajan como voluntarios en proyectos temporales, lo que les permite aplicar sus conocimientos mientras encuentran un empleo. Otros han proseguido sus estudios con miras a obtener un título en una disciplina académica, decisión que se ve facilitada desde 1985, cuando se decidió establecer una estrecha cooperación entre la Academia Reinwardt y la Universidad de Leiden.

La Academia Reinwardt siempre estuvo en contacto directo con la realidad. Sus alumnos siempre viajaron a París, Londres y Berlín para presenciar lo que se estaba haciendo en sus museos. Además, la Academia abrió sus puertas organizando cursos trimestrales destinados a los profesionales de los museos de diversos países como Bostwana, Ecuador, Egipto, Gambia, Grecia, Indonesia y los Estados Unidos de América. Los cursos se adaptan en todo lo posible a las necesidades de los participantes, alternándose las conferencias con las labores prácticas desempeñadas en los museos neerlandeses. En los dos últimos años se impartieron cursos de cinco días de duración destinados al personal de museos de habla alemana. Los profesores de la Academia Reinwardt también participaron en los cursos sobre museología organizados por la Unesco en El Cairo, Egipto y Brno, Checoslovaquia. En 1989 se impartió un curso de cinco semanas de duración destinado a los profesionales de Indonesia, organizado por la Academia en colaboración con los gobiernos de Indonesia y los Países Bajos.

A lo largo de su historia, la Academia ha conocido periodos de abundancia y épocas de privaciones y reorganización. Su supervivencia se debe a la existencia de dos fuerzas unificadoras. La primera es el grupo entusiasta de profesores y estudiantes, además de los ex alumnos que han seguido en contacto estrecho con la Academia. La segunda, es el empeño de la Academia en asentar el pensamiento museológico sobre sólidas bases teóricas. Los estudiantes de Reinwardt dominan conceptos tales como "la nueva museología", "la cultura material", "la gestión de los recursos culturales" y "la ciencia del patrimonio", y todo ello gracias a las actividades innovadoras de los miembros de la facultad y a los intensos y frecuentes debates que se celebran con museólogos de todo el mundo. ■



"Variaciones en torno a 'ya saben quien'", presentación que formaba parte de una exposición organizada por los estudiantes de la Academia con motivo del ICOM'89 en La Haya.

ECOS

Hans Wolters
Nacido en 1959.
Antecedentes: diseño arquitectónico.
Estudió en la Academia entre 1982 y 1986.

Proyecto de grado: "¿Quién cree Ud. que Ud. cree que es?", exposición sobre las diferencias culturales y las actitudes que se derivan de ellas.

Experiencia profesional: delineante y diseñador en el departamento de diseño de la empresa Maarhoven Design.

Opinión
"Las visitas a los museos parecen, con frecuencia, caminatas a través de pasillos interminables e inmensos espacios con el único objetivo de encontrar un asiento cómodo o, mejor, la salida. Pensé que la mejor manera de atraer y retener la atención de los visitantes consiste en combinar una buena descripción con un diseño eficaz."

Vincent van de Ven
Nacido en 1952.
Estudió en la Academia entre 1981 y 1985.
Graduado en museología, comunicaciones y diseño de exposiciones.

Experiencia profesional: montaje de una exposición itinerante con la Universidad de Amsterdam. Asesor del Museo Marítimo de Amsterdam y responsable de relaciones públicas del Museo Histórico de Amsterdam.

Opinión
"En el Museo Histórico de Amsterdam me encargo de las relaciones públicas en el sentido más amplio del término, haciendo hincapié en los programas dirigidos al público en general y a los intermediarios entre el Museo y los distintos sectores del público. Utilizo las estrategias de mercado corrientes, sin olvidar que el Museo es un museo, es decir, una institución cultural y no una empresa multinacional. Por lo tanto, se necesitan normas adaptadas a los objetivos fundamentales del Museo."

La Asociación Norteamericana de Museos insta a los Estados Unidos de América a reincorporarse a la Unesco

Los lectores de *Museum* han debido notar que nuestra revista está alcanzando un ritmo de publicación normal. Uno de las razones principales del tremendo retraso acumulado (que para vergüenza nuestra llegó a ser de varios meses), fue la reducción de personal a la que se procedió en la Unesco como consecuencia de las restricciones presupuestarias debidas al retiro de la Organización de los Estados Unidos de América y el Reino Unido.

Dado que los Estados Unidos sigue ausente de la Unesco, la Asociación Norteamericana de Museos decidió tomar cartas en el asunto. La Asociación, fundada en 1906, cuenta con alrededor de dos mil trescientos miembros institucionales (cuyas especialidades, por orden alfabético, cubren desde el arte moderno hasta los zoológicos) y unos ocho mil miembros individuales, entre los que figuran una gran variedad de profesionales y administradores de museos.

El 12 de enero de 1990, el Consejo Ejecutivo de la Asociación Norteamericana de Museos aprobó una resolución sobre la actitud de los Estados Unidos frente a la Unesco, que reproducimos a continuación.

CONSIDERANDO:

Que la cooperación internacional es indispensable para que los museos puedan desempeñar en el seno de la sociedad su función, consistente en preservar y exponer las trazas materiales de la vida de los seres humanos y su medio ambiente;

Que la Unesco organiza en todo el mundo actividades de cooperación internacional con miras a la preservación del patrimonio cultural de la humanidad;

Que el director general de la Unesco procura intensificar tales esfuerzos;

Que el Comité del Consejo Internacional de Museos (ICOM) de la Asociación Norteamericana de Museos actúa como el comité nacional de los Estados Unidos de América ante el ICOM, una de las organizaciones no gubernamentales que asesora y ayuda a la Unesco en la realización de sus programas culturales;

Que la Unesco apoya al Consejo Internacional de Museos en el cumplimiento de su misión de mejorar y desarrollar los museos del mundo; y

Que la participación de los Estados Unidos de América es un elemento esencial de las actividades internacionales para la salvaguardia del patrimonio cultural de la humanidad;

La Asociación Norteamericana de Museos *insta* al presidente y al Congreso de los Estados Unidos de América a que tomen las medidas necesarias para que los Estados Unidos de América vuelvan a convertirse en un miembro de pleno derecho de la Unesco y, ello, a la mayor brevedad.

Caroline Gijssel
Nacida en 1967.
Estudió en la Academia entre 1984 y 1988.

Proyecto de grado: diseño y ejecución de un sistema de registro para el Museo del Cuero y el Calzado de los Países Bajos.

Experiencia profesional: conservadora del Museo del Cuero y el Calzado de los Países Bajos.

Opinión
"El Museo de Waalwijk es uno de los pocos museos del mundo (y el único de los Países Bajos) dedicado al calzado. Al comienzo faltaba personal y no era posible ocuparse del registro y la documentación. La aplicación del proyecto de grado que elaboré en la Academia permitió pasar de un enfoque puramente administrativo al 'cuidado global' de la colección de zapatos."

Dagmar Bukukru-Hempenius
Nacida en 1955.
Estudió en la Academia entre 1982 y 1986.

Proyecto de grado: Creación de *Museummap*, carpeta de documentos relativos a los trece museos de Leiden, destinada a los profesores.

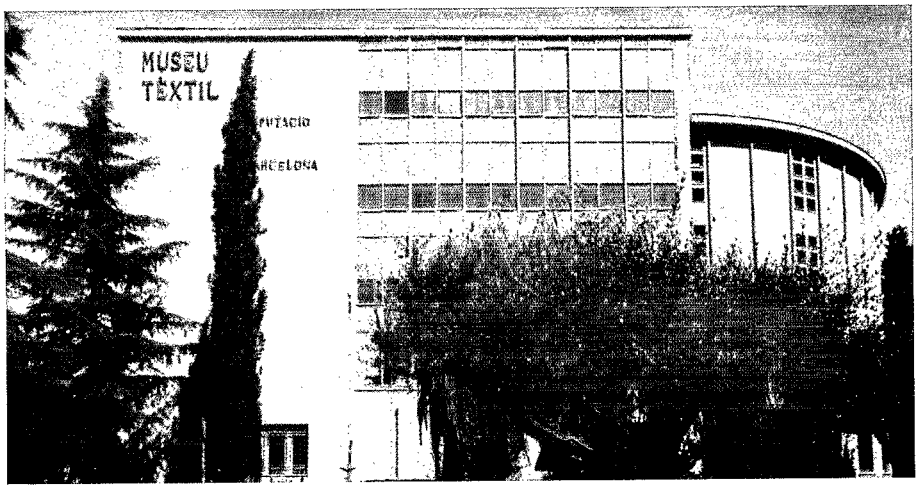
Experiencia profesional: encuesta y evaluación sobre la utilidad de *Museummap*. Encuesta sobre el público de la exposición y sobre el centro de información de la Organización Neerlandesa de Ajedrez. Colaboró en "El público de los museos en los Países Bajos", proyecto de ICOM-CECA.

Opinión
"Una vez que obtuve el título en la Academia, busqué trabajo, como es natural, en algún museo. El éxito, sin embargo, no me acompañó. En una ocasión éramos mil cien candidatos. Entonces decidí dedicarme al trabajo voluntario."

Dig Dirham
Diseñador independiente y profesor de diseño de exposiciones en la Academia Reinwardt.

Opinión
"Considero que diseñar una exposición equivale a narrar una historia en tres dimensiones. En mi curso de la Academia trato de explicar a los estudiantes la diferencia que hay entre lo bueno y lo bello. El diseño debe ser un apoyo que no se adivina; un ejercicio imaginativo sin ninguna ostentación."

El futuro de la "desmuseización"



El edificio actual, contruido en 1969.

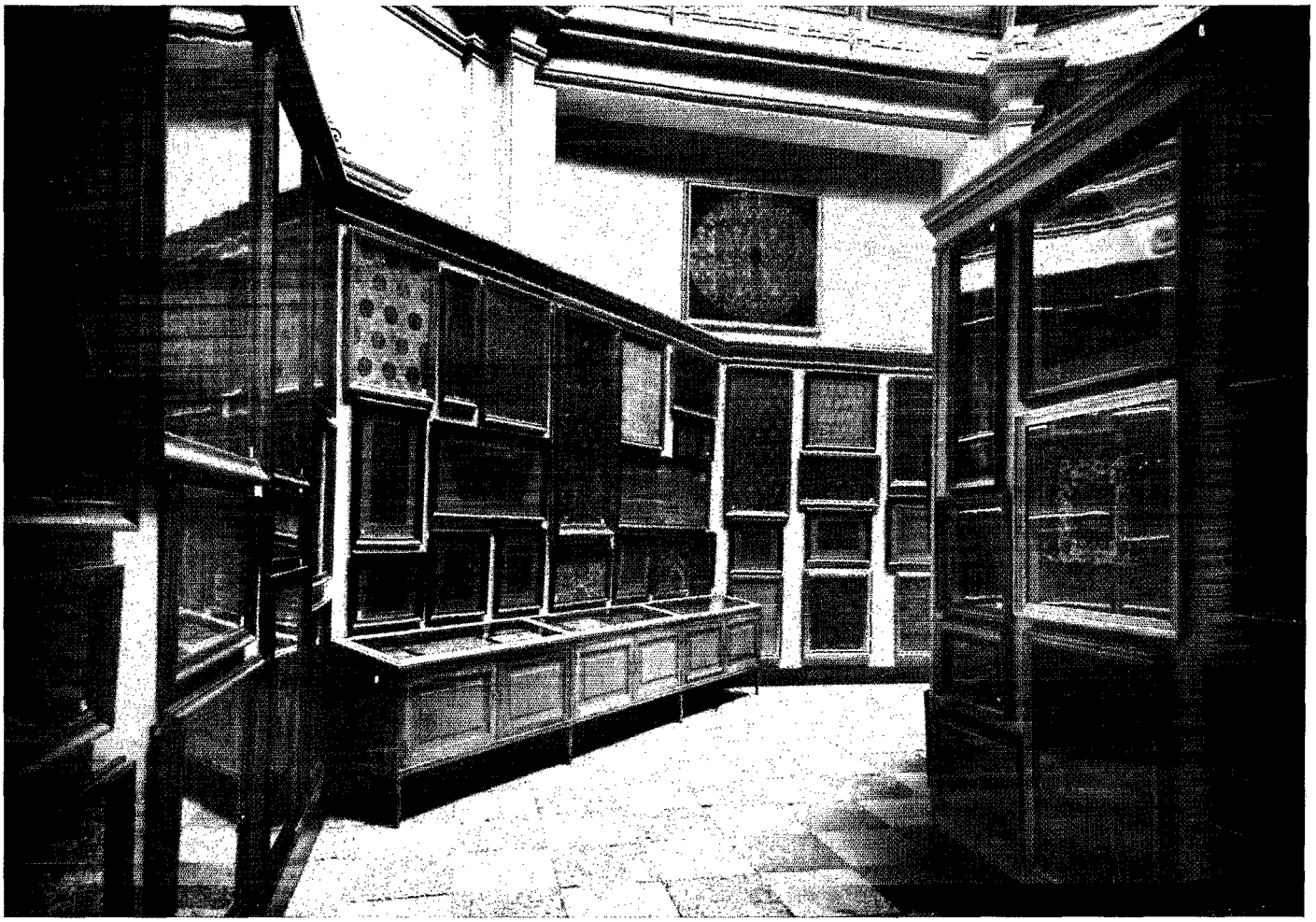
Eulàlia Morral i Romeu

Directora del Museo Textil.

La ciudad de Terrassa cuenta hoy con 165.000 habitantes y está ubicada en una de las zonas industriales más activas de España, a una veintena de kilómetros de Barcelona. La población se halla estrechamente vinculada a la producción textil lanera desde tiempos muy antiguos (las organizaciones gremiales de los oficios de la lana están bien documentadas desde mediados del siglo XVI) y aún hoy, a pesar de la profunda crisis de finales de los años setenta, y del plan de reconversión sufrido por el sector textil, la demarcación de Terrassa sigue albergando 1.388 empresas del ramo (hilaturas, tejidos, acabados, confección, género de punto, paquetería y lencería) y ofrece posibilidades para el estudio, la investigación y el aprendizaje en este campo: Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales, Escuela Universitaria de Ingeniería Técnica, Escuela de Artes y Oficios, Instituto Politécnico, etc.

Fue en 1956 que J. Biosca, un empresario textil, abrió las puertas de su

Museum (Unesco, París), n.° 168 (vol. XLII, n.° 4, 1990)
Museo Textil de Terrassa



Museo Textil de Terrassa

colección privada. Esta colección de sedas antiguas y/o exóticas (lo que entonces se llamaba "tejidos artísticos") cautivó la curiosidad y la admiración de unos fabricantes preocupados por las limitaciones (los "cupos") que el gobierno imponía a la materia prima, base de su economía. Esta colección, iniciada el 1946, en plena postguerra, había sido instalada provisionalmente en una nave industrial; en 1956 fue trasladada a un edificio noble hasta que finalmente, en 1969, tomó posesión de su sede definitiva, en una nueva planta. Entretanto, la colección había sido donada a la ciudad (1959). El ayuntamiento la enriqueció con nuevas piezas y en 1963 acordó con el gobierno provincial (la Diputación de Barcelona, que acababa de adquirir una colección semejante de otro industrial) la constitución de un museo único en el nuevo edificio antes mencionado. Hoy, el Museo Textil es importante por sus fondos; cuenta con más de catorce mil piezas, entre telas e indumentaria, además de muestrarios y documentación.

Pero no funciona

No funciona, en primer lugar, porque así lo demuestra la escasa cifra de veinticinco mil visitantes al año, que es tan solo un 10 % del total de público que los componentes demográficos, culturales y profesionales de la zona permiten considerar como potencial; y porque el 80% de estas visitas corresponden a grupos escolares y de la tercera edad, que no asisten al Museo por cuenta propia, sino porque son "traídos" por una organización colectiva.

No funciona, porque su contenido no corresponde a la historia textil de la región, y no "conecta" con la memoria o los conocimientos del visitante. Además, la presentación que ofrece (una tela al lado de otra, y de otra, y de otra más) no es atractiva ni explica absolutamente nada.

No funciona porque el sector textil no lo conoce ni utiliza, mientras busca diseños por todas partes, ni participa en sus gestión con el fin de adaptarlo a sus necesidades.

Y no funciona, tampoco, porque sufre graves problemas de índole interna que afectan inevitablemente los servicios que el centro puede ofrecer; hay muchas piezas en mal estado y la mayoría carecen de documentación. Los espacios son poco adecuados o están insuficientemente aprovechados.

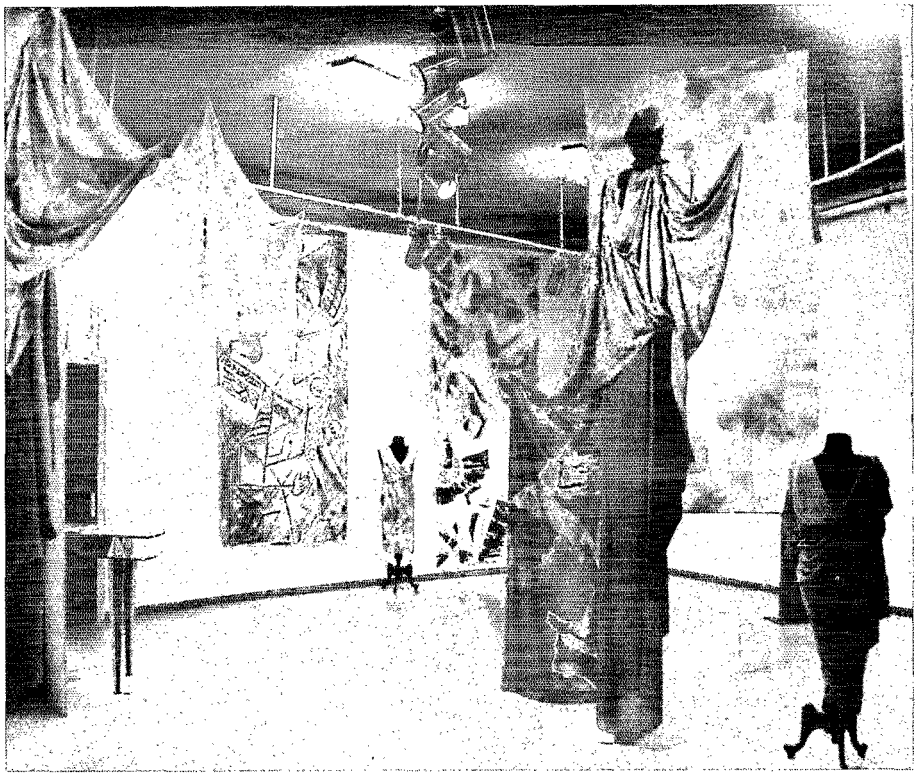
En nuestra opinión, el primer punto es consecuencia de los demás que, a su vez, pueden llevarnos a plantearnos una única pregunta:

¿Tiene sentido un museo textil, en Terrassa, a finales del siglo XX?

Creemos que el futuro de nuestro centro se puede plantear únicamente poniendo en crisis todos los puntos de partida. Y que ello debe hacerse sopesando el máximo número posible de opciones, sin descartar su propia desaparición si no se consigue atribuirle una utilidad suficiente que lo justifique. El texto que aquí presentamos es el resumen del Proyecto de Remodelación presentado a la Diputación de Barcelona en julio de 1988, en donde se encuentra un estudio más detallado de la situación que había al origen y una mejor explicación del futuro que proponemos y que, en buena parte, se ha iniciado ya.[1]

Es evidente que *un profesional del sector textil* no necesita un museo "convencional", sino un lugar donde encontrar la documentación que le facilite el trabajo; donde, de temporada en temporada, pueda hallar los elementos de línea, color y textura en que fundamentar sus creaciones. Los *estudiantes* de diseño, de moda o de artes aplicadas, no necesitan vitrinas sino entender técnicas, tocar fibras y analizar ligamentos. Los *escolares y el público en general* no encuentran ningún atractivo en ver tejidos y más tejidos, sino que piden montajes atractivos sobre nuevos temas, si es

◀ Primitiva instalación del Museo Textil (en 1956, aproximadamente).



Museo Textil de Terrassa

Ambientación de una sala para un desfile de modas (Joan Llorens, 1987).

posible con criterios interdisciplinarios.

De entrada se aprecia, por lo tanto, la necesidad de un centro que estructure su oferta en dos facetas: una, de actividades de difusión a nivel general, cambiantes y actualizadas tanto respecto a su concepto como a los sistemas de presentación; y otra, de archivo de datos, imágenes y materiales, constantemente actualizados, de acceso cómodo y rápido.

Esta doble vía nos lleva directamente a responder a la pregunta planteada más arriba. *Sí* (tiene sentido un museo textil, en Tarrassa, a finales del siglo XX), *siempre que seamos capaces de "desmuseizarlo"*, es decir, siempre que consigamos transformar lo que hemos heredado en algo capaz de hacer frente a esta doble demanda, en una simbiosis con el público a través de la cual se establezca un servicio mutuo.

Los puntos básicos de la reconversión

Disponer de un patrimonio cada vez más amplio no ha de suponer amontonarlo literalmente en los almacenes, ni siquiera ostentar jurídicamente su titularidad. Potenciar una política de préstamos e intercambios con otros centros, permite disponer en cada momento de los objetos más adecuados y poder así ofrecer al público unos fondos inmensamente superiores sin necesidad de cargar indefinidamente los capítulos de conservación, que a la larga representan siempre un lastre que amenaza con arrastrar todos los demás aspectos.

Si, además, consideramos el tejido no tanto como una obra de arte singular –que casi nunca lo es– sino como un documento, y lo equiparamos por lo tanto a registros, documentación gráfica y bibliografía, habremos ganado un banco de datos mucho más amplio y coherente, susceptible de ser ofrecido al público en conjunto y de forma interrelacionada.

Con todo ello, dejamos de ver el museo como lugar de conservación y presentación de objetos, para pasar a ser un centro de servicios:

Un centro de documentación para el profesional y el estudiante, con base en un servicio informatizado de consulta, interactivo y con imágenes de alta precisión que permitan incluso apreciar la textura de los tejidos. Este sistema tiene la ventaja de que permite acceder con rapidez a gran número de objetos, seleccionando aquellos que interesen. A partir de ellos, el consultante podrá llevarse la imagen impresa o bien pedir el original para examinarlo directamente.

Un lugar de apoyo a la enseñanza, no como continuación de la escuela, sino como alternativa a la misma, en el

1. Un ejemplar completo de dicho proyecto (E. Morral, *Projecte de remodelació del Museu Tèxtil, Terrassa, 1988*) se halla en el Centro de Documentación Unesco-ICOM, en París.

sentido de permitir la "transgresión" de programas clásicos (a través de los textiles, las ciencias naturales se relacionan con las humanas, la técnica y la economía con la geografía, la historia con la química, etc.), del aprendizaje sensorial (basado en la manipulación de materias, procesos y mecanismos) y del descubrimiento de caminos profesionales específicos.

Desde hace ya dos años, el Museo dispone de un aula taller donde los profesionales de la enseñanza, ayudados por el personal del Museo, encuentran mil y una sugerencias para los distintos niveles de educación, desde experiencias sencillas de identificación, de fibras de su propia indumentaria, o de estampación de un juego de mantel y servilleta, hasta el aprendizaje del manejo de un telar sencillo o la preparación de un tema técnico complementando una sesión en el Museo con una visita a una fábrica: esta experiencia nos ha mostrado la buena disposición de varias empresas de la ciudad en la tarea educativa.

Un servicio directo a la enseñanza textil "no regulada", preparando cursos en función de las necesidades. El sector textil agrupa muchas personas que por diversos motivos han ido a parar allí, pero que no cuentan con una formación especializada. El responsable comercial de una empresa textil o de confección, por ejemplo, necesita unos conocimientos generales y actualizados de su campo para desarrollar su trabajo con comodidad y seguridad; no puede confundir la seda con el rayón, o desconocer un tafetán. Pero no va a emprender por ello la carrera de ingeniero textil, sobre todo teniendo en cuenta la gran movilidad que se da actualmente entre empresas de muy distinta índole. Y este tipo de conocimientos no tiene donde encontrarlos; hace falta un lugar lo bastante versátil para atenderle a él, pero también a un profesor de diseño que necesita una información suplementaria, por ejemplo, en tintorería. El Museo es el lugar apropiado para este servicio, sobre todo teniendo en cuenta las posibilidades que nos brinda nuestra colaboración y proximidad física con dos escuelas universitarias (de Ingeniería Superior y de Ingeniería Técnica). Desde 1987 se han ido sucediendo los grupos que, semanalmente, han cursado asignaturas específicas cuyos programas se establecieron curso por curso a través de un cuestionario enviado a las empresas de la demarcación para que manifiesten sus necesidades.

Un marco apropiado para que se den a conocer estos industriales es también el Museo, con base en un acuerdo por el que dispondrían de un espacio específico para que ellos pudiesen exhibir una selección actualizada de los productos más innovadores y de mejor calidad de la zona. Este tema, en el que trabajamos actualmente, ha de permitir a la vez la promoción de estas industrias y la actualización de los fondos del Museo con los elementos más significativos de cada temporada.

Unas exposiciones temporales

Puesto que la exposición permanente deja de ser atractiva al cabo de poco tiempo, y lo único que significa es la deterioración de las piezas, un programa de exposiciones temáticas de larga duración va a pasar al primer plano. Se organizarán dos exposiciones simultáneas, que irán renovándose alternativamente una cada año, sobre temas de actualidad abordados a través de la óptica textil. El primero de estos montajes, previsto para iniciarse en octubre de 1990, es una exposición titulada *La seda, leyenda, poder y realidad* y forma parte de los proyectos asociados al proyecto de la Unesco "Rutas de la seda, rutas del diálogo". Como un complemento, el Museo ofrece a la ciudad y al sector textil un espacio de ciento veinte metros cuadrados para actividades y presentaciones de corta duración, a un nivel muy profesional. En este sentido ya han tenido lugar muchas exposiciones.

Una explotación productiva, no lucrativa, es el concepto quizás más apropiado para traducir la idea de inserción del patrimonio textil en la vida de nuestro tiempo, con un beneficio mutuo museo/público, y también como forma de educar la sensibilidad y el gusto por la tela. No sólo el servicio pasa por las consultas informatizadas, sino también por la posibilidad de adquirir en la tienda del Museo una creación exclusiva. Este aspecto, aún en preparación, podrá empezar a funcionar durante la exposición de la seda.

Un nuevo sistema de gestión, ágil y que englobe a la industria para que ésta garantice la constante actualización del centro según el desarrollo del sector y sus necesidades; que permita disponer de una infraestructura fija mínima por lo que respecta al equipo humano, complementado con la captación temporal de los especialistas adecuados en cada momento; que se plantee abiertamente la rentabilidad del centro, no con fines lucrativos, pero sí tendentes al progresivo autofinanciamiento. Ello permitirá, asimismo, una mayor participación de la ciudad y de la universidad en el establecimiento y seguimiento de las directrices del Museo. ■

Un equipo joven para un museo en transformación.



Museo Textil de Terrassa

¿De dónde vienen y adónde van los museos?

A principios de 1990, la Unesco celebró en su sede de París un seminario sobre "El porvenir de la cultura". Los participantes, representantes de distintas disciplinas que tenían en común su reputación de pensadores, abordaron el futuro, lógicamente que a través del examen del pasado y del presente. Museum *interrogó a tres de ellos sobre el "recorrido" de los museos a lo largo de su propia historia.*

África necesita museos con urgencia

Godwin Sogolo es especialista en el pensamiento africano tradicional y director por ínterim del Departamento de Filosofía de la Universidad de Ibadán (Nigeria). Su primera afirmación fue que la supervivencia de una cultura depende de la forma cómo ésta es transmitida de una generación a otra.

Museum: ¿Cómo se realiza esa transmisión en África?

Godwin Sogolo: África lleva la etiqueta de "continente sin historia" debido a su prolongada ausencia de tradición escrita; hasta hace poco, la mayoría de nuestros conocimientos sobre el pasado nos llegaban a través de la tradición oral.

M: ¿Y hoy en día?

G. S.: La situación está cambiando muy rápidamente con la aparición de la tradición escrita, que incluye tanto las obras científicas como las literarias. Pero los libros también tienen sus limitaciones ya que, a veces, es difícil distinguir la realidad de los hechos que narran de la fantasía humana. Comparativamente, la historia es el género de la literatura culta que más se ha desarrollado desde la aparición de la tradición escrita en África. Pero incluso en este caso, con frecuencia escasean los testimonios fidedignos.

M: ¿Es éste el ámbito donde los museos tienen un cometido que cumplir?

G. S.: Así es, ya que un museo, en cierto sentido, es un proveedor de historia, una denominación distinta de ésta. Los principales testimonios de los hechos históricos son los materiales que los museos preservan. Por consiguiente, los museos africanos tienen, a mi juicio, la misión muy importante de preservar y desarrollar la cultura y no deben limitarse a proporcionar información y placer estéticos, que es la función que tradicionalmente se les adjudica.

M: ¿En qué consiste, concretamente, su importancia para el África actual?

G. S.: Tenemos una imperiosa necesidad de museos; nuestras culturas están experimentando una veloz metamorfosis, están pasando de una tradición no científica a una tradición científica. La única manera de dar sentido a esta tradición consiste en establecer una continuidad entre el pasado y el presente, cosa que los museos pueden hacer.

M: ¿Existe la posibilidad de que los cambios a los que alude –la transición– terminen por borrar definitivamente el pasado?

G. S.: Creo que no, y también en este sentido los museos tienen una función que cumplir. Ahora, tras haber analizado las nuevas tecnologías y las nuevas maneras de hacer las cosas que han llegado a nuestro continente, podemos reflexionar. Al menos comprendemos que no todas las nuevas maneras son "buenas" y que no todas las antiguas era "malas". Puede suceder, de hecho, que algunas de las antiguas maneras que fueron surgiendo en nuestro propio contexto (por ejemplo, los principios e instrumentos básicos) sigan teniendo más validez en éste que algunos métodos nuevos. ¿Qué sucedería entonces si los instrumentos, que son la manifestación material de esos antiguos métodos, no hubieran sido conservados en los museos? Habrían desaparecido y, por tanto, no podrían revivir ni adaptarse tras haber introducido en ellos las modificaciones que se impongan.

M: Entonces, a su juicio, los museos sirven, o pueden servir, para preservar el pasado *y también* para preparar el futuro.

G. S.: Esta es la concepción de museo a la que he aludido hace un momento, como garante de la continuidad en un mundo que se transforma rápidamente. El bastón de mando de un jefe, un trono de ceremonias, un determinado modelo de escabel son elementos conservados por los museos que ilustran los usos del poder y los modelos de gestión política y que nos recuerdan los grandes y gloriosos Estados del pasado: el Reino de Benin, el Imperio Oyo, el Califato de Sohoto, etc. Las cadenas de esclavos expuestas en Badgary, en las proximidades de Lagos, evocan otros recuerdos, tanto para nosotros como para los visitantes extranjeros. Y todo esto no es historia muerta: la continuidad sigue manifestándose. Hoy en día contamos con un museo sobre la guerra de Biafra y otro en el que se expone el automóvil acribillado a balazos en que fue asesinado, en 1975, el general Murtala Muhammed. Todo esto es historia "escrita" en su forma más accesible.

M: ¿Unas palabras para terminar?

G. S.: A medida que vamos intentando adoptar un tipo de desarrollo acorde con nuestras propias circunstancias, vamos redescubriendo la necesidad de saber cómo eran las cosas antes. ¡Para ello hay que ir a los museos!

Una espléndida paradoja

Denis Goulet, de los Estados Unidos de América, se autodefine como un especialista interdisciplinario en la ética del desarrollo y, en particular, en los conflictos de valores que surgen en los procesos de cambio social. Recientemente dictó cursos en el Centro de Estudios Americanos de la Universidad de Varsovia, Polonia.

Los museos son una espléndida paradoja sobre la tecnología moderna. Despliegan maravillas de diseño, iluminación, arte, ciencia y genio publicitario para exponer, a la admiración del público, objetos inertes y vestigios de culturas cuyas propias entrañas (su organización económica, política y social, sus símbolos y sistemas semánticos) esa misma tecnología destruyó de manera implacable.

El museo como elemento de resistencia

Ashis Nandi es profesor del Centro de Estudio de las Sociedades en Desarrollo de Delhi y nos hizo las siguientes declaraciones:

"El enfoque que a veces adoptan algunos museos es similar al de un especialista en patología clínica ante un enfermo. El patólogo suele dar mayor importancia a los resultados de los análisis clínicos que a la realidad vivida por el paciente.

"De modo similar, la representación de la cultura en algunos museos parece más auténtica, mejor organizada y más científica que la propia cultura viviente; la imagen del espejo es más clara y más comprensible que el original.

"Esta tendencia es hasta cierto punto comprensible: la cultura real, viviente, es informe, desordenada y caótica, e incluso puede parecer "contaminada" o comprometida. En un museo se la puede presentar con mayor elegancia. Así, un intento justificable de reconstruir el pasado (o el presente) se convierte en una representación patológica del pasado (o del presente) que actúa como *sucedáneo* de una cultura que se resiste a entrar en unos moldes demasiado estrechos.

"Esa presentación sustitutiva y elegantemente ordenada que algunos museos hacen de la realidad cultural niega la importante función motora de la cultura en la percepción real e imaginaria que tienen los hombres contemporáneos del pasado y del presente. Esa función es la de resistencia, resistencia a las nuevas fuerzas de violencia y opresión procedentes de instituciones e ideas de las que se esperaba, en su día, que cumplieran un papel de emancipación como ocurre, por ejemplo, con el desarrollo y el moderno racionalismo científico. La cultura como elemento de resistencia es, por consiguiente, el punto de partida de la crítica social.

"Con frecuencia, los museos no son conscientes de este nuevo cometido de la cultura."

La *ILVS Review,* un nuevo medio internacional para el estudio del comportamiento de los visitantes de los museos y la eficacia de las exposiciones

¿Le interesa saber si los programas educativos y las exposiciones de los museos transmiten adecuadamente sus mensajes a los visitantes? En caso afirmativo, le interesarán las publicaciones del International Laboratory for Visitor Studies (organismo no lucrativo con sede en los Estados Unidos de América).

Su órgano principal es la *ILVS Review – A journal of visitor behaviour,* que desde 1988 se viene publicando dos veces al año en inglés. El profesor C. G. Screven y el Sr. Harris Shettel codirigen la revista, la única publicación cuyo contenido, que se somete a la consideración de otros profesionales, está dedicado exclusivamente al estudio del público de los museos y a las relaciones de estos últimos con sus visitantes. Los temas, tratados por eminentes especialistas de distintas nacionalidades, cubren desde los métodos de evaluación, el diseño de etiquetas, los métodos de enseñanza de las ciencias y la actitud de los visitantes en los museos de arte, hasta las últimas aplicaciones de la informática a las exposiciones y a la investigación sobre la eficacia de esta últimas.

Además de la *ILVS Review,* el laboratorio publica la bibliografía *Visitors studies bibliography and abstracts,* que se actualiza todos los años.

Para solicitar información sobre las condiciones de suscripción y los formularios de pedido, favor dirigirse a:

International Laboratory for Visitor Studies
Psychology Dept. GAR 138
University of Wisconsin
P.O. Box 413
Milwaukee WI 53201
Estados Unidos de América
(Fax (414) 729-6329)

(Estos avisos se publican en virtud de un intercambio de publicidad con *Museum,* y no significan necesariamente que la Unesco tenga algo que ver con los servicios anunciados.)

Eastern Art
REPORT

Una publicación de Academic File

Panorama mensual del arte del Cercano Oriente, Oriente Medio, Asia Meridional, China y Japón. Envío postal de tres mil ejemplares a todo el mundo. Anuncios internacionales de galerías, museos, editoriales y distribuidoras de libros. Veinticinco números al año.

Solicite un ejemplar gratuito, por escrito o por teléfono, a:

Centre for Near East, Africa Research (NEAR)

172, Castelnau, London SW13 9DH,
Reino Unido
Teléfono 01-741-5878
Fax 01-741-5671

Una nueva revista internacional: *Museum Development*

Lanzada en octubre de 1989, la revista mensual *Museum Development,* que se publica en inglés en el Reino Unido, se centra en un único e importante tema: cómo aumentar los ingresos de los museos. Con lectores en más de veinte países, aborda los aspectos siguientes: las fuentes de subvenciones; los programas para aumentar el número de afiliados; el mecenazgo; las ventas al detal; los servicios de cafetería y restaurante; las actividades editoriales; la organización de viajes; el incremento de las propiedades; la organización de recepciones y las concesiones de licencias.

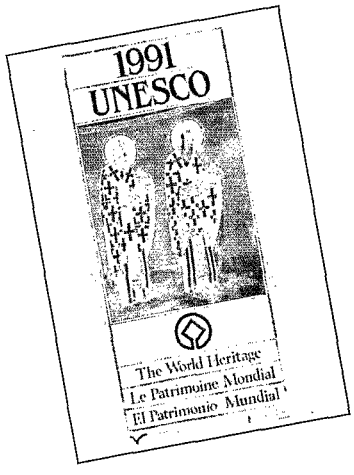
La suscripción anual, correspondiente a doce números, se eleva a 90 libras esterlinas (120 libras esterlinas para las suscripciones de ultramar por correo aéreo). Para mayor información, favor dirigirse a:

Museum Development
The Museum Development Company Ltd.
Premier Suites, Exchange House
494 Midsummer Boulevard
Central Milton Keynes MK92EA
Reino Unido
Teléfono: 0908 690880
Fax: 0908 670013

En el próximo número:

"Parques y jardines de las delicias" será el tema del próximo número de *Museum,* que contendrá una bocanada de aire puro procedente de Italia, México, Estados Unidos, China, etc. y en el que una serie de fotos inéditas ilustrarán los jardines históricos del este de Europa. Además incluirá material sobre los jardines submarinos de Grecia e Israel; un análisis del papel de los "jardines de las delicias" en el arte islámico; un debate sobre la *disneyficación* y una visita a un nuevo "pulmón" o parque regional que se acaba de crear cerca de París. Las "Cartas al director" constituye otra de las interesantes secciones del próximo número.

¡Feliz lectura!



¡Ayúdenos a preservar los tesoros de la humanidad obsequiando la Agenda Unesco del patrimonio mundial 1991!

Magníficas fotografías a todo color de las riquezas del patrimonio cultural y natural de 54 países

UN REGALO IDEAL PARA TODO EL AÑO

Trilingüe: inglés/francés/español
54 fotografías en color
Formato: 17 x 23,5 cm
Precio: 68 francos franceses o US$12.00 (franqueo incluido)

Una parte del producto de la venta de la Agenda se destinará al Fondo del Patrimonio Mundial.

Para los pedidos, sírvase dirigirse a: Editorial de la Unesco, Servicio de Ventas, 7, place de Fontenoy,75700 París, Francia.

Sólo se aceptan los pedidos acompañados de un cheque o giro postal a nombre de la Unesco, en francos franceses o en dólares de los Estados Unidos de América, sin gastos bancarios para la Unesco.

Agentes distribuidores de las publicaciones de la Unesco

ANGOLA: *Distribuidora Livros e Publicações*, Caixa postal 2818, LUANDA.
ANTILLAS NEERLANDESAS: Van Dorp Eddine N.V., P.O. Box 200, WILLEMSTAD (Curação, N.A.).
ARGENTINA: *Librería El Correo de la Unesco*, EDYLIR, S.R.L., Tucumán 1685, 1050 BUENOS AIRES.
BOLIVIA: Los Amigos del Libro, Casilla postal 4415, LA PAZ; Av. de las Heroínas 3712, Casilla postal 450, COCHABAMBA.
BRASIL: *Fundação Getúlio Vargas, Serviço de Publicações*, Caixa postal 9.052-ZC-02, Praia de Botafogo 188, RIO DE JANEIRO (RJ) 2000; Imagem Latino americana, Av. Paulista 750, 1º andar, Caixa postal 30455, SÃO PAULO, CEP 01051.
CABO VERDE: Instituto Caboverdiano do Libro, Caixa postal 158, PRAIA.
COLOMBIA: Asociación Clubes Unesco, Calle 19, n.º 4-20, Oficina 102, BOGOTÁ.
COSTA RICA: Cooperativa del Libro, Universidad de Costa Rica, Ciudad Universitaria "Rodrigo Facio", San Pedro Montes de Oca, SAN JOSÉ.
CUBA: Ediciones Cubanas, O'Reilly n.º 407, LA HABANA.
CHILE: Editorial "Andrés Bello", Av. R. Lyon 946, Casilla 4256, SANTIAGO; Editorial Universitaria S.A., Departamento de Importaciones, M. Luisa Santander 0447, Casilla 10220, SANTIAGO.
ECUADOR: *Revistas:* DINACUR Cía Ltda., Santa Prisca n.º 296 y Pasaje San Luis, Ofic. 101-102, Casilla 112-B, QUITO; Nueva Imagen, 12 de Octubre 959 y Roca, Edificio Mariano de Jesús, QUITO.
ESPAÑA: Mundi Prensa Libros, S.A., Castelló, 37, MADRID-1; Ediciones Líber, apartado 17, Magdalena, 8, ONDÁRROA (Vizcaya); Librería Internacional AEDOS, Consejo de Ciento 391, 08009 BARCELONA. Librería de la Generalitat de Catalunya, Palan Moja, Rambla de los Estudios 118, 08002 BARCELONA.
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA: Unipub, 4611-F Assembly Drive, LANHAM, MD 20706-4391; United Nations Bookshop, NEW YORK, N.Y. 10017.
FILIPINAS: National Book Store Inc., 701 Rizal Avenue, MANILA; *subagente:* International Book Center (Philippines), 5.º piso, Filipinas Life Building, Ayala Avenue, Makati, Metro MANILA.
FRANCIA: Librairie de l'Unesco, 7, place de Fontenoy, 75700 París y librerías universitarias.
GUATEMALA: Comisión Guatemalteca de Cooperación con la Unesco, 3.ª avenida 13-30, Zona 1, Apartado postal 244, GUATEMALA.
HONDURAS: Librería Navarro, 2.ª avenida, n.º 201, Comayagüela, TEGUCIGALPA.
MARRUECOS: Librairie "Aux Belles Images", 281, avenue Mohammed-V, RABAT; Librairie des écoles, 12, avenue Hassan-II, CASABLANCA; Société chérifienne de distribution et de presse (SOCHEPRESS), angle rues de Dinant et Saint-Saëns, B.P. 683, CASABLANCA 05.
MÉXICO: Librería "El Correo de la Unesco", Actipán 66 (Insurgentes/Manacar), Colonia del Valle, Apartado postal 61-164, 06600 MÉXICO D.F.; Librería Secur, Local 2 - Zona CICOM, Apartado postal n.º 422, 86000 VILLAHERMOSA, Tabasco.
MOZAMBIQUE: Instituto National do Livro e do Disco (INLD), Avenida 24 de Julho, 1921, r/c e 1.º andar, MAPUTO.
NICARAGUA: Librería de la Universidad Centroamericana, Apartado 69, MANAGUA.
PANAMÁ: Distribuidora Cultura Internacional, Apartado 7571, Zona 5, PANAMÁ.
PERÚ: Librería Studium, Plaza Francia 1164, Apartado 2139, LIMA; Librería La Familia, Pasaje Peñaloza 112, Apartado 4199, LIMA.
PORTUGAL: Dias & Andrade Ltda., Livraria Portugal, rua do Carmo 70-74, 1117 LISBOA.
URUGUAY: Ediciones Trecho S.A., Maldonado 1090, MONTEVIDEO; Instituto Nacional del Libro, Ministerio de Educación y Cultura, San José 1116, MONTEVIDEO; Librerías del Instituto: Guayabo 1860, MONTEVIDEO: San José 1116, MONTEVIDEO; 18 de Julio 1222, PAYSANDÚ; Amorim 37, SALTO.
VENEZUELA: Librería del Este. Av. Francisco de Miranda 52, Edificio Galipán, apartado 60337, CARACAS; 1060-A; DILAE C.A., Alfadil Ediciones S.A., Avenidas Los Mangos, Las Delicias, apartado 50304, Sabana Grande, CARACAS; CRESALC, apartado postal 62090, Edificio Asovincar, Av. Los Chorros cruce calle Acueducto, Altos de Sebucan, CARACAS 1060-A; *Unesco Coordinación Regional para América Latina* y el Caribe, Quinta "Isa", 7.ª Av. de Altamira entre 7.ª y 8.ª transversal, Apartado 68394, Altamira, CARACAS 1062-A.

Usted puede recibir la lista completa de los distribuidores de las publicaciones de la Unesco en todos los países del mundo si la solicita a: Editorial de la Unesco, Servicio de Ventas, 7, place de Fontenoy 75700 París, Francia.