

Els museus, la identitat d'un territori i la seva gent

Maria Martí i Cañellas



No és cap novetat parlar del paper identitari o integrador dels museus en una societat. Són nombrosos els exemples de polítiques identitàries que s'han aplicat a través dels museus. Catalunya va iniciar aquestes polítiques durant la Segona República, França les va intensificar després de la Segona Guerra Mundial, i Extremadura tot just comença a fer-ho ara, sempre amb l'objectiu de cercar una identitat pròpia i diferenciada. Des de 1994 Andorra ha volgut implementar una política cultural i de museus a través dels grans temes que defineixen el territori per mostrar-se al món. El sistema andorrà de museus segueix un model de xarxa, compost per diverses instal·lacions museístiques, alguns monuments i itineraris. Falta, però, l'element clau i cohesionador d'aquesta política: el museu nacional d'Andorra (MNA).

El nou museu ha de ser un laboratori de coneixement, un centre d'activitats culturals, una entitat comercial i turística, un lloc de trobada, un promotor de la pròpia cultura i de la seva diversitat, però també ha de ser la imatge del país, l'expressió identitària.

El museu està en transformació conceptual, espacial, de comunicació..., com la societat, i ha d'esdevenir una mena d'observatori social i cultural. El museu nacional d'Andorra ha de respondre al repte de la ciutadania, la modernitat, la ciutat, el país... és una gran oportunitat per generar una identitat nacional.

No només es tracta de crear un aparador de coneixement, es tracta també de participar activament a crear identitat. El museu contemporani sembla que cerca una identitat arquitectònica singular, un edifici d'autor, però els museus han d'oferir sobretot continguts i ser dinàmics i dinamitzadors. Cal, doncs, no caure en el perill que sols els decideixin polítics, arquitectes o urbanistes. El repte del futur museu nacional ha de sorgir de la reflexió i de la participació ciutadana per construir una

identitat compartida i uns valors socials que afavoreixin la cohesió social i millorin la qualitat de vida.

Cal recórrer a nous materials i noves formes de comunicacions psicopedagògiques, però també cal sensibilitzar i comprometre els visitants, els ciutadans i els turistes amb el patrimoni cultural, cal que el coneguin i vulguin preservar-lo. I cal pensar que el museu contemporani va més enllà de les activitats tradicionals (visita, conferència, tallers...), i oferir nous espais dedicats a llibres, concerts, espectacles multimèdia o productes turístics de qualitat, en un entorn privilegiat per a les expressions culturals i les interaccions socials.

La nova infraestructura ha de desenvolupar i reforçar la consciència històrica dels ciutadans i ciutadanes d'Andorra, enfortir la cohesió social interna del país i projectar la història, la cultura i la imatge d'Andorra arreu del món. El MNA no es pot quedar tancat en la temàtica andorrana, s'ha d'obrir al que succeeix al món i al que interessa i preocupa la ciutadania. El discurs sobre la pròpia identitat necessita de la imatge de l'altre per poder funcionar amb més efectivitat. En conseqüència, el coneixement d'altres realitats històriques i culturals, passades o presents, ha de constituir també un *leit-motiv* de l'activitat de la institució. D'altra banda, l'experiència humana ha de poder-se explicar i llegir a través d'una veu i d'una mirada andorranes, tot aprofitant el potencial de recerca tant del mateix museu com del conjunt d'institucions de recerca científica que existeixen al país. Les institucions que tenen la responsabilitat de forjar i de transmetre el coneixement de la història d'una determinada societat tenen dins de la comunitat una gran importància en les polítiques identitàries.

En resum: Andorra necessita un museu nacional que col·labori activament a elaborar i reelaborar permanentment la seva identitat, al mateix ritme que ho fa la mateixa societat.

Maria Martí i Cañellas,
secretària de la junta de l'ICOM Andorra