

Una aventura cultural

Luís García de Blas



Panoràmica de la botiga-llibreria del Museu Marítim de Barcelona (foto ALDEASA)

Avui cada cop un major nombre de persones dediquen part del seu oci a activitats culturals i els museus esdevenen, així, una demanda important de moltes persones. Les preguntes que tots ens plantegem són: responen els museus a aquesta demanda creixent? Ofereixen a tots aquells que decideixen visitar-los el que esperen trobar? En els darrers temps, han experimentat els museus canvis significatius, en un moment en què les societats estan patint transformacions profundes?

La resposta serà diferent segons qui la contesti. En qualsevol cas, una ullada a molts museus dels nostres països, mostraria la necessitat per a molts d'ells, d'experimentar canvis importants.

Què poden fer els museus per tal de respondre al repte d'una societat canviant? Què poden fer per tal que la visita sigui atractiva i per atraure a públics que no són visitants habituals dels museus?

Aquesta reflexió va motivar els gestors d'ALDEASA, empresa amb vocació decidida d'actuar en el camp de l'oci, a oferir serveis a diversos tipus de ciutadans, a aprofundir la seva actuació en aquests àmbits. Per això, després del disseny i la venda de col·leccions de productes basades en el patrimoni de diversos museus espanyols, vàrem haver de plantejar-nos com podien ajudar a millorar l'interès que alguns grans museus espanyols ja tenen. Vàrem pensar que "vivificar" els museus, fer-los més atractius, podia constituir una nova activitat per a nosaltres. I d'aquí va sorgir la proposta al Consorci de les Drassanes de Barcelona, que gestiona el Museu Marítim, de completar la magnífica remodelació que estava duent a terme el Museu, amb uns nous espais expositius on l'element lúdic, sense detriment

del rigor històric, ajudés a ampliar la visió del que ha suposat el mar per a tots els ciutadans. Sorgeix així "La Gran Aventura del Mar", que s'integra a les altres sales del Museu i que es converteix en "un museu viu".

"La Gran Aventura del Mar" ha estat, doncs, una apassionant experiència desenvolupada per ALDEASA, tant pel que suposa d'aportació cultural al nostre país com pel repte empresarial que representa. Aquests dos motius han portat la companyia que presideixo a abordar aquest projecte cultural ambiciós que combina la recuperació del nostre patrimoni històric i la rendibilitat, perquè ambdues coses són compatibles. Per a l'èxit del projecte ha estat fonamental l'estreta col·laboració entre ALDEASA i les diverses institucions que componen el Consorci de les Drassanes de Barcelona.

En aquests set mesos de funcionament, des de la inauguració, el nou concepte de "museu viu" s'ha revelat com un èxit en superar àmpliament els 150.000 visitants. A "La Gran Aventura del Mar" es combinen les darreres tecnologies d'animació, ambientació i imatge virtual, que proporcionen major espectacularitat i fan més atractiva la història que s'hi explica. Aquesta nova fórmula expositiva aproxima amb més facilitat la realitat de la navegació en diverses èpoques i els coneixements dels fons marins, tant a petits com a grans.

A les Drassanes Reials de Barcelona, s'ha demostrat que les noves tecnologies, aplicades amb finalitats didàctiques, són bàsiques per atraure un major nombre de visitants a museus i recintes culturals que, de vegades, no són prou coneguts pel públic.



Reproduccions de peces de ceràmica de les col·leccions del MMB per a la seva comercialització (foto ALDEASA)

La gran acollida que ha tingut aquesta primera experiència ens dona ànims per continuar la tasca començada i sabem que l'èxit està assegurat si posem, com ho hem fet aquí, treball, entusiasme, imaginació i una inversió econòmica que esperem fer rendible.

La realitat de "La Gran Aventura del Mar" ha estat el primer pas que ha donat ALDEASA per ampliar les seves actuacions relacionades amb les activitats culturals.

ALDEASA, continuant la línia iniciada amb el Museu Marítim, té en estudi diversos projectes nous de característiques similars, que serviran per ressaltar la importància d'altres recintes culturals, per donar major protagonisme a l'entorn sociocultural de la zona, per aproximar la història als ciutadans i per aconseguir uns ingressos econòmics que permetin fer rendibles les inversions necessàries per posar en pràctica cada projecte, alhora que produeix ingressos per a les pròpies institucions.

Luís García de Blas, president de l'empresa pública ALDEASA.



Productes inspirats en el fons del MMB a la venda a l'àrea comercial del museu (foto ALDEASA)

