

**A qualidade da experiência do visitante nos museus de
arte/Philip Wright**

**The quality of Visitor's experiences in art museums /Philip
Wright**

Philip Wright é um consultor de artes visuais. Atuou como escritor, pesquisador e organizador de exposições. Entre 1975-6 foi assistente de Keeper, na Galeria de Arte Nacional da Escócia, Edinburgo. Foi diretor do Conselho do departamento de Artes Visuais da Escócia (1978-82) e Diretor Associado na Waddington Galleries, de Londres (1982-4)

VERGO, Peter (ed). The New museology. London, Reaktion Books, 1997 p. 119

Autora

Amanda Saba Ruggiero¹

¹ Amanda Saba Ruggiero, Doutora Teoria e História da Arquitetura e Urbanismo, FAU-USP, amandaruggierl@gmail.com, São Carlos – SP, Brasil.

Resumo

O texto presente é um fichamento para estudo do artigo de Philip Wright intitulado “A qualidade da experiência do visitante em museus de arte” capítulo 7 p. 119 , que compõe a coletânea de textos editada por Peter Vergo, The New Museology, 1989 .

Palavras-Chave

Público; Visita; museus de arte; recepção; qualidade

Abstract

The present text is the abstract study of the text of Philip Wright The Quality of Visitor’s Experiences in Art Museums, chapter 7 p.119, from the book edited by Peter Vergo, The New Museology, 1989.

Keywords

Visitors; Visit; art museums; reception; quality

Introdução

Existe certa simpatia ao abordar o assunto sobre a qualidade da experiência do visitante em museus de arte entre os não especialistas na área. Já entre os especialistas que enfrentam o assunto, sabe-se que não há regularidade de expectativa e conhecimentos prévios dos visitantes, pois, são aspectos que variam cada vez mais em extensão e profundidade, e não há um perfil nem um nível padrão de visitante para direcionar os conteúdos e as visitas. Os museus têm que se basear em diferentes fragmentos de público para direcionar certos aprendizados em velocidades distintas.

O conteúdo a ser partilhado nos museus aumenta cada vez mais, e em alguns casos são complicados e contraditórios. Para aqueles que acreditam que os conteúdos são imparciais, seus métodos serão continuamente sabotados por resultados frustrados. Talvez seja esta a razão, com alguma exceção, pela qual os museus relutam em abordar tal assunto? A qualidade da visita não parece ser importante e sim a qualidade do acervo de cada museu. Assume-se, que se há trabalhos de qualidade em seus acervos, a experiência da visita resultará em êxito pela contemplação das boas obras.

O objetivo do autor é encorajar os responsáveis pelas curadorias dos museus em examinar criticamente como ocorrem as experiências dos visitantes, e incentivá-los a redimensionar as prioridades para atender ao público dentro dos serviços dos museus.

Para Wright, os historiadores da arte e especialistas precisariam priorizar o público em geral e a busca por novos públicos, e não somente se preocupar em atender às demandas específicas do próprio grupo. O autor critica o diálogo fechado entre os especialistas que predomina nos museus. A entrada gratuita não serve para justificar uma visita de qualidade inferior. (Nota 2, autor faz comentário sobre cobrança de entrada e a gratuidade em museus, não se posiciona a favor da cobrança nos museus públicos britânicos).

As grandes instituições nacionais (National Gallery, Tate Gallery e Victoria and Albert) são as referências principais de modelos bem sucedidos. E o sistema de Board of Trustees que concentra uma conjuntura de poder baseado em valores como GRANDE e BOM, tanto nos setores públicos como privados, e são desenhados pelas redes de contatos políticos (muitas vezes colecionadores ou patronos) com carreiras artísticas, historiadores da arte e possivelmente um ou dois críticos de arte, e exclui qualquer voz destoante do consenso sobre as regras do que um museu de arte deveria ser.

Diretores de museus e curadores não discutem sobre a experiência do público, simplesmente redirecionam o assunto para o setor educativo.

O autor defende que não está argumentando sobre algo novo, muitas pesquisas sobre o público de museus foram realizadas, em maior parte centradas em museus regulares, e não de arte. Para as pessoas da área, pouco se tem mobilizado para obter resultados efetivos e há muitos motivos para isso:

_quanto mais o assunto é difícil, no caso da arte, e subjetivo, mais demorado e custoso um estudo merece ser. Ao final com conclusões pouco esclarecedoras.

_não é de interesse dos dirigentes de instituições de arte, porque eles são treinados para valorizar o conteúdo/objeto musealizado, e não para agir sobre o mesmo. Isto não representa um “plus” profissional.

_ (este mais peculiarmente inglês) não são cultivadas as atividades como a revisão histórica, questionar a natureza dos valores estabelecidos, e levantar assuntos geralmente ligados à esquerda, como diferença de classes, a história e os métodos da riqueza, racismo, feminismo.

O que é apresentado nos museus de arte e o que condiciona a sua apresentação como tal?

Com intuito de compreender porque os museus de arte se apresentam como fazem e como isso pode mudar, é preciso identificar quem está no controle, e com qual ideologia administram a tarefa de dirigir um museu. A estagnação e as mudanças em museus são responsabilidades conjuntas dos diretores, curadores e o corpo administrativo. O interesse entre historiadores da arte, colecionadores, artistas e críticos de arte, sem mencionar a pressão do mercado de arte, que colabora e contribui para esta aparente coincidência de interesses.

Os museus de arte são as ferramentas no trabalho dos historiadores de arte, e a base para os negócios/ business dos colecionadores, eles atuam voltados ao armazenamento:

- para definir obras individuais de artistas, estilos de movimentos, escolas nacionais, e para traçar as redes entre mestres e aprendizes numa sequência de desenvolvimentos estilístico.
- para ensinar hierarquia de qualidades entre temas e técnicas
- para justificar os triunfantes, os canônicos que fazem uma verdadeira história da arte,
- para conceder ou iluminar as circunstâncias originais dos trabalhos.

** Sobre a história de Berenson e Duveen, o especialista e o marchand, ver link com a história <http://www.newyorker.com/magazine/2012/10/08/priceless-2> .

Os Museus caracterizaram-se pela busca da obra única, masterpiece, e ao público oferecem:

- uma oportunidade de conhecer os “tesouros da humanidade”
- uma versão histórica de alguma escola de estudos, seguindo os princípios de determinados pesquisadores
- uma visão pessoal daquela história da arte, ou de um curador
- uma antologia de trabalhos criados em dado suporte, período, estilo ou nacionalidade selecionada ou editada para um tema em particular.

Isto é o que os historiadores da arte são treinados a fazer. A cultura corporativa exige que se demonstre habilidade concebendo (novas) histórias da arte, testadas em museus e galerias.

** (nota 9 comenta sobre conferência em 1988, quando aparecem diferenças de ponto de vista entre o curador e o historiador da arte, ambos disputam o calendário de exposições, ou curadores progressistas enfrentam historiadores tradicionalistas, ou vice versa, ambos têm os eventos expositivos como oportunidades importantes em suas carreiras)

Segundo Kenneth Hudson (1975), o visitante nos séculos XVII e XVIII era admitido como um privilegiado e, conseqüentemente, gratidão e admiração eram comportamentos esperados dos visitantes, já que o acesso não era um direito, e do público não se espera a crítica. E esta atitude permaneceu mesmo depois do crescimento dos museus e seu público.

Os historiadores da arte levam pouco em consideração a realidade social e econômica que no passado influenciou a produção de arte. Pouco se dedicam aos confrontos e esquizofrenias vivenciadas pelos artistas modernos entre agradar curadores, críticos para entrar em coleções e museus, além de ter que conquistar um conjunto de colecionadores e potenciais compradores para sustentar suas atividades.

Curadores não dedicam tempo e nem têm oportunidade para estudar outros assuntos como sociologia, psicologia, recursos humanos, novas mídias e outras disciplinas. O resultado é que são colocados de lado outras formas de interpretação e visões sobre o conhecimento de relevância para um museu de arte. Curadores devem pautar-se por um processo mais educativo do que informativo, e tal processo nutre o desenvolvimento completo da pessoa.

A questão da contextualização dos objetos, mesmo artísticos, é discutida pelo autor (p.124/125), como em projetos expositivos do período pós-romântico, são raras referências encontradas sobre a industrialização da sociedade ocidental, o impacto do novo mundo e novas descobertas científicas, a importação de artefatos vindos de fora da Europa e a importância do design para os artistas, que colaborariam para contextualizar a leitura de muitos trabalhos modernos.

O que se observa é uma história dos estilos, divididos por técnicas, temas, escolas e movimentos, nacionalidades, ocasionalmente por indivíduos (seria: por artista?). Alega-se que esta é a melhor forma dos trabalhos falarem por si só. Porém, segundo o autor, para o público geral e não especializado, tal estratégia oculta ou dificulta o acesso ao entendimento das obras.

Os museus (britânicos) não se preocupam em esclarecer o critério e o sentido do projeto museográfico. Por exemplo, os visitantes estariam familiarizados com as personagens do Antigo Testamento, que são temas predominantes das obras “old master paintings”? O público sabe as diferenças das técnicas em óleo empregadas antes do século XXI? Os critérios de valor atribuídos a uma obra têm se expandido? O público tem consciência que está observando um fragmento, recorte de obras de homens brancos, escolarizados no ocidente, enquanto as artes da antiga China, do Islã e da Índia estão nos museus de arqueologia? Porque África e povos nativos da América geralmente estão nos museus de antropologia? O público pensa, ou é incentivado a pensar sobre a segregação cultural e racista desta categorização?

(Referência ao multiculturalismo, em intenso debate no período)

O senso de humilhação e punição imposto ao público de muitos museus de arte parece estar ligado ao senso de “favor” dado pelos aristocratas e colecionadores aos menos privilegiados, aos quais era permitido acessar suas casas e/ou novas “galerias públicas”. Depois da Segunda Guerra, um novo comportamento instituído pelos estudiosos do Courtauld Institute of Arts, parece ter moldado o público, como referência à figura do crítico Kenneth Clark*, natural, de fácil compreensão, neutro, o trabalho deve falar por si mesmo, sem textos ou imagens explicativas, ou outras mídias, mesmo podendo auxiliar na compreensão da obra. Devem-se ocultar as preferências e referências pessoais dos artistas. (*nota 13 expõe crítica a programa de TV de Kenneth Clark, e seu conceito positivista sobre o conhecimento, saber é

natural, fruto de visitas e da experiência, o saber não é problemático, sem conflitos, complexidades e contradições, e sim a favor da neutralidade).

Além da neutralidade no tratamento e contextualização das obras, não há meios para o público compreender diferença entre as peças, tendem a visualizar tudo como de boa qualidade e que merecem atenção. As obras passam a pertencer às coleções por diversos motivos e razões, e variam de qualidade também. Uma peça pode ter sido doada, comprada por interesses nacionais ou locais, circunstâncias financeiras. Uma coleção pode ter importantes ausências de representação internacional e excelentes exemplares locais, variáveis nunca esclarecidas ao público.

Os resultados deste modelo de comunicação aos visitantes são preocupantes. Em uma galeria privada faz sentido o comprador ficar instigado em obter mais informações a respeito da obra, e ao mesmo tempo afastar um não colecionador (desentendido do assunto). Tal forma de comunicação parece contemplar uma galeria e não um museu público. O autor critica os esnobismos e a falta de acesso à compreensão dos valores das obras, o público que não é especialista é inferiorizado e humilhado por não compreender. Os museus não deveriam perpetuar este tipo de relação e comportamento. Os museus de arte constituem bastiões contra a expansão destas práticas e métodos (no espírito de Frank Raymond Leavis, crítico de literatura): como repositórios para valores tradicionais, privados, elitizados, que perpetuam por mais de quinhentos anos na arte ocidental.

No período de valores “Thatcherianos” (pague pelo que utiliza), os museus têm que se virar para promover e caçar exposições “Blockbuster” ou defender de modo desonesto que os bronzes do Benin e os mármores gregos são patrimônio nacional, ao invés de estabelecer e dar apoio ao público, para que este compreenda a demanda por ampliar sua audiência, ao invés de atender somente interesses particulares.

Outros tipos de museus realizam pesquisas e têm de fato esta preocupação em atender ao público mas, o que os museus de arte sabem sobre seu público? Quais seriam suas motivações, aspirações e expectativas? E o quanto estas expectativas são de fato atendidas em uma visita ao museu de arte?

O fato de responsabilizar o departamento educativo pelo setor demonstra pouca atenção ao público, encobre o papel do museu como espaço de recreação, local para o tempo livre com atividades para todos os tipos de visitantes. Muitos deles veem o aspecto cognitivo, como “chato” mas importante, como na escola. No entanto há recursos para tornar a visita mais atraente e informal, mas requerem estar disponíveis, acessíveis e em mensagens breves e concentradas.

Sobre o comportamento social, (nota 15, Bob Tyrell,1987), comenta o perfil do consumidor-conhecedor e do Idiota-hedonista, ávido por consumir imagens, reluta à leitura, hábitos do séc. XXI, que preenche as horas livre com “experiências de consumo”. Seria paternalista e arrogante por parte dos museus determinarem precisamente em que termos o público irá acessar as obras de arte pelo seu conteúdo e para apreciação.

A imagem em movimento como filme, TV, vídeos e o acesso popular à fotografia mudaram o status de hierarquia das imagens, que os museus possuem e expõe. Sobre as imagens, cita Georges Duhamel citado por Benjamin, “Eu não consigo mais pensar sobre o que quero: imagens em movimento tomaram meus pensamentos” (p.131). A imagem em movimento espalhou uma boa quantidade de conhecimentos e experiências “pré-empacotados e editados” pelas sociedades ocidentais.

Sobre o perfil do público dos museus, pesquisas apontam a maioria como classe média escolarizada. Visitam e frequentam em maior parte os que tiveram contato durante curso superior, influência de grupos ou amigos e o hábito familiar.

A visita é uma atividade social, e inconscientemente exploratória. Uma experiência social, pela busca de identidade e afiliação (ver relação com Stuart Hall). Para o público não há dicotomia entre aprendizado e interação social (nota 17, Dr Lee Draper). Além da função social do museu, o visitante quer aprender de modo fácil e acessível (Judith Huggins Balfe).

O autor sugere uma perspectiva diferente no trabalho dos museus, tomar como prioridade a necessidade dos usuários e visitantes, ao invés de somente garantir espaço para os curadores demonstrarem suas versões sobre a história da arte. Tal observação faz perguntas sérias sobre a filosofia por trás dos museus e a tarefa que se colocam, e que têm importantes implicações no layout das galerias e no desenho das exposições.

Cita pesquisas e faz relação com dois trabalhos, primeiro de Maritlyn Hood e Lee Draper (p.133). Segundo Hood os principais atributos que moldam o desejo da maior parte do público são: o aprendizado informal participativo e coletivo, para além das experiências habituais, a socialização de estar entre pessoas, a necessidade por estar em ambiente amigável e agradável, ao invés de ambientes impessoais e que geram ansiedade (nota 20). Coincidindo com Draper, que coloca a visita como algo programado, seleciona-se a companhia, o local, quando e como será, as atividades que irão ocorrer durante a visita, seus objetivos, os critérios para analisar o sucesso do evento, o modo como integrar à vida pessoal de cada um.

Uma vez dentro do museu, segundo Kenneth Hudson, três premissas devem ser direcionadas pelo museu:

1. O visitante veio, pois tem interesse.
2. O visitante não encara o museu como local de problemas ou dificuldades
3. O visitante não sabe nada do assunto e, quando chega, espera um custo benefício positivo.

O público ainda espera ser bem atendido e assistido em seu percurso, alto nível de serviço mesmo que pague por isto, esperam gastar dinheiro com eles próprios e que saiam satisfeitos. (nota 23) Como os curadores se comunicam com seu público? Como respondem às pesquisas realizadas com seu público? Atingem as expectativas de seu público, ou alteram a percepção de seus visitantes?

Dentro do museu curadores têm que dividir responsabilidades com os encarregados pela interpretação e pelo educativo. Numa ampla perspectiva, como os museus se comportam e é compreendida pelo público geral, a obsessão pela posse de uma obra rara precisa ceder lugar às manifestações e ideias relevantes, lidar com os ideais dos trabalhos de arte para uma audiência atual, assim o público pode tomar posições e decisões próprias.

“Conhecimento com prazer deve ser a meta educativa de um museu. Arte é basicamente sobre ideias, que os museus preservam como propriedade. Falta a tarefa de abordar as contradições institucionais, para se estabelecer e compreender a trama de valores, que se forma entre colecionadores, artistas, estudiosos e visitantes. Mostrando que as pessoas controlam e dirigem estas instituições e são valores construídos e eleitos, assim as pessoas ampliarão seus conhecimentos/percepção”. Danielle Rice (nota 12)

Compartilhar o conhecimento deveria ser o primeiro interesse de um museu, e para isso o desenho de dispositivos é importante. Não se recomenda somente expor os objetos com neutralidade ou como troféus, mas um conjunto de dispositivos com assuntos diversos para abordar temas e histórias, que sejam atrativas e compreensível para grande parte do público.

“A chave é deixar o público confortável com seu ambiente” (Robert Wolf, nota 24)

- O museu deve apresentar as origens da construção, de sua coleção, aquisições e doações: propósito ou adaptação do edifício, identificação da coleção como privada e doada, ou se organizada desde o início como uma coleção pública, de uma ou diversas fontes, bem como, as ocupações dos doadores;
- Os pontos originais, fortes e fracos da coleção: seu início, sua importância, e subsequentes aquisições e doações, como se expandiu e se faltam peças, quais e o porquê.
- As pessoas e ocupações dos membros que dirigem o museu, seus pontos de vista e características.
- A identidade e as atitudes dos membros dirigentes corpo diretivo, a razão de seus compromissos e interesses, suas profissões, a perspectiva de contribuição que pretendem deixar para o museu.

Tais assuntos abordam a história e seu aspecto humanitário, as mudanças de gosto e interesses, que estão no centro de uma instituição museal.

Sobre a maneira de organizar o acervo e o espaço, o autor critica o modo progressivo com que as coleções são organizadas, por temas, nacionalidades, ou estilos, e também quando a mudança de um ambiente para outro é realizada de forma abrupta, sem aviso ou sinalização. Torna-se conveniente que um itinerário específico seja oferecido pelo museu, como para “a primeira visita”, ou interesse por tal assunto. E se apresenta como vital explicar porque a coleção está organizada da forma que se encontra, por mídias, técnicas ou temas.

A inserção de outras referências e mídias promove o contexto e o histórico de um artista ou movimento, amplia seu entendimento, e as relações sociais que estabeleceu em seu tempo. Tais referências podem ajudar o visitante a formar seus critérios sobre qualidade e relevância, de forma mais aberta, verídica, e se necessário apontar as ambiguidades para discussão.

Para isso presume-se que a filosofia do museu é estimular o interesse do visitante para ver e pensar sobre a coleção e explorá-la com profundidade, encorajar o visitante para realizar novas visitas e fornecer ferramentas para um julgamento independente sobre o que ele pode ver aprender e experimentar.

O monitoramento dos visitantes deve ser permanente, é preciso desenvolver métodos de comunicação com o público, o que pressupõe atenção com a psicologia do visitante tanto quanto com o conhecimento em história da arte. Necessidade de atualizar meios e métodos de interação do acervo com o público.

O curador precisa levar em consideração o esforço físico e mental do visitante. Um dispositivo que informa e antecipa o que será exposto. As pesquisas indicam que há um padrão de cansaço dos visitantes após alguns setores expositivos. O cansaço se dá também por conta da uniformidade dos ambientes e expositores (museografia homogênea), a obsessão pelas simetrias e o esforço para ler legendas.

Importante se fazer sinopses, que localizam os visitantes e explicam a distribuição e organização da exposição. A sequência deve ser interrompida, por um espaço de reorientação ou espaços de descanso ou discussões para alterar o ritmo do percurso e possibilitar a elaboração de questões pelo público. Pontos chaves da coleção são destacados ao se prever, locais para sentar e poder observar.

A questão das legendas demanda cuidados e há muitos estudos sobre o assunto. Diversos museus (não de arte) experimentaram variações de legenda, em cor, tamanho, letra e natureza da informação:

- The Strong Museum. Rochester, NY
- New Kaiser Friedrich-Museum. Berlim
- Cleveland Museum of Art

Wright acrescenta que objetos e coleções podem ser organizados por período, por contexto e não por técnicas, estilos ou suportes. O autor propõe uma reorganização temporária do acervo e novos reagrupamentos, com o objetivo de dividir com o público a conscientização sobre os significados, diversas possibilidades e a relevância das obras de arte salvaguardadas.

No momento em que escreveu o texto, o autor reconhece um esforço crescente dos museus em realizar pesquisas internas, com público e, em menor escala, nos museus de arte, mas há poucas mudanças em relação ao comportamento dos curadores e das metas em suas carreiras.

O autor defende sua posição e questionamentos com base em considerações acadêmicas, o desejo político e a justiça social. Nos anos 80 os Britânicos experimentaram um governo cujas preferências prevalecem valores vitorianos, enquanto louvadamente se questionam os “valores previamente inquestionáveis”. Teme-se que tal governo ou sucessores, possam retirar a colaboração de grupos interessados e a autonomia daqueles que discutem e repensam quais diretrizes a seguir, enquanto ignora os motivos da população não compartilhar as crenças dos próprios museus, como “as maiores conquistas culturais do ocidente”.

Mais do que defender “uma experiência divertida nos museus”, estes têm que ampliar seus propósitos. O contexto político vivenciado sugere uma reavaliação dos valores do governo, sendo importante a reaproximação entre os museus e os grupos que acreditam nos benefícios das suas coleções. Com um governo mais pobre e mais sagaz, é possível que haja cortes nas verbas e financiamentos públicos para a cultura. Dado o potencial de aprendizado que os museus oferecem mais do que os “valores vitorianos” ou puramente valores estéticos referenciados em si mesmo. Negar o contexto social diversificado, o contexto político do ambiente de criação e preservação da arte, não é refutar somente as interferências mas, a longo prazo, marginalizá-lo como espaço elitizado e exclusivo de bens culturais.

De acordo com alguns observadores, as mudanças, experimentações e inovações ironicamente são mais frequentes nos pequenos museus e instituições. (nota 38)

Para resumir, é preciso dar atenção para os seguintes tópicos, a fim de melhorar a qualidade da experiência do visitante em um museu de arte:

- Um programa de pesquisas, que examine a eficácia da exibição, e modos de melhorá-la, se necessário. Falta interesse e determinação para implantar esta sistemática.

- Uma mudança na estrutura administrativa para superar tal indiferença. Curadores/historiadores da arte com mesmo status dos pesquisadores/especialistas, designers/psicólogos, educador/comunicador e historiadores/antropólogos, com interesses comuns em obter bons resultados nas programações e atividades dos museus. Modificar o sistema antigo e ultrapassado, para atender às demandas contemporâneas.
- A combinação entre as disciplinas das belas artes (erudito) e artes gerais, para informar aqueles que não são especialistas em artes. Reexaminar as estruturas/coleções e instituições consolidadas em disciplinas monotemáticas, por raças, classes ou grupos. Mudar a filosofia do ter/possuir, para a prática de interpretar (Danielle Rice). A interdisciplinaridade entre a história social, a economia e a antropologia com a história da arte, poderia estreitar a distância entre alguns consensos e mistérios vinculados a esta última, e aqueles que são proibidos de compreender quem canonizou importantes peças da arte e porquê. O reconhecimento das diferenças de classes e educação seria central para estabelecer novos recursos de informação e comunicação com o público. Deve-se avançar para além da abordagem do curador, procurar meios de provocar e instigar dúvidas e perguntas. Aproximar o curador dos funcionários que cuidam do acervo e estão diretamente observando o público. Informações sobre o comportamento das pessoas no espaço expositivo: como reagem, como se comportam, o que observam. Assim, os curadores poderiam usufruir e treinar um grupo de pessoas para obter maior aproximação com o público.
- Um edifício reorganizado e redesenhado para não historiadores da arte, mais do que um depósito ou uma grande obra de arte arquitetônica, mesmo ambos com seus méritos. A necessidade de reorganização demanda uma área de “orientação”, que conduz à natureza da visita desejada, prepara o visitante, recebe suas expectativas e o conduz para diferentes roteiros.

Espera-se do curador a mesma honestidade intelectual e dedicação ao serviço público, um esforço em ampliar atenção e análise do comportamento do público em geral, como o primeiro passo para melhorar a qualidade da (seria?) da visita a um museu de arte.

Figura 1: Objeto-caixa constituído a partir da pesquisa de símbolos e significações relacionados à casa e ao habitar apresentado em uma das sequências possíveis de abertura. Fotos da autora.

Referências Bibliográficas

(seleção citada pelo autor)

HUDSON, Kenneth. A Social History of Museums: What the Visitors Thought. London: Macmillan Press, 1975.

(Resenha sobre o livro no link

<http://hssh.journals.yorku.ca/index.php/hssh/article/view/38627/35039>)

LUMLEY, Robert. The Museum time machine. Londres: Routledge, 1988.