



MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
VARIANTE CULTURA, PATRIMÓNIO E CIÊNCIA
2010/2011

RELATÓRIO DE ESTÁGIOS

*Museu Nacional de Artes Decorativas (Madrid)
e Galeria Safia (Barcelona)*

por

Rita Miguel Silva Gouveia

Orientadores:

Professor Doutor Rui Centeno, diretor do Mestrado em Ciências da Comunicação
FLUP

Sofia Rodríguez Bernis, diretora do Museu Nacional de Artes Decorativas de Madrid
Natalia Foguet Plaza e Àngels Garcia i Ferrer, diretoras da Galeria Safia

Índice

1. Introdução
2. Objetivos
3. As instituições: Museu Nacional de Artes Decorativas (MNAD) e Galeria Safia
- 4. MNAD**
 - 4.1 Perfil do museu
 - 4.2 A Instituição
 - 4.3 A Coleção
 - 4.4 O público do museu
 - 4.5 Organização
 - 4.6 Departamento de Comunicação e Difusão:
 - 4.6.1 Funções;
 - 4.6.2 Atividade Educativa;
 - 4.6.3 Plano Bienal
 - 4.6.4 Material de Comunicação
- 5. SAFIA**
 - 5.1 Perfil da galeria
 - 5.2 A Galeria
 - 5.3 Comunicação
 - 5.4 Programas e Atividades
 - 5.5 ABE – Associação de Galerias de Arte de Barcelona
 - 5.6 ICIC – Instituto Catalão das Indústrias Culturais
 - 5.7 *Talking Galleries* – encontro internacional de galleristas
- 6. Atividade desenvolvida nas duas instituições**
 - 6.1 MNAD
 - 6.2 Galeria Safia
7. Revisão Bibliográfica
8. Reflexões
9. Conclusões
10. Bibliografia
11. Anexos de documentos
12. Anexos de imagens

1. Introdução

O meu estágio curricular integrado no Mestrado em Ciências da Comunicação; variante Cultura, Património e Ciência, foi realizado em duas instituições culturais espanholas, durante outubro de 2010 e setembro de 2011 nas cidades de Madrid e Barcelona.

Escolhi estagiar fora do país essencialmente porque acreditava que poderia ser uma experiência profissional mais enriquecedora do que em Portugal. Para além disso pretendia também desde á já algum tempo, realizar um programa de cooperação, nomeadamente *Erasmus* ou *Leonardo da Vinci*. Assim sendo este estágio resultou precisamente de um programa de cooperação entre a Universidade do Porto, através da Faculdade de Letras, e o Museu Nacional de Artes Decorativas em Madrid numa primeira fase e, logo depois, com a Galeria Safia em Barcelona.

A primeira fase do estágio decorreu entre 11 de outubro de 2010 e 29 de abril de 2011, no Museu Nacional de Artes Decorativas (MNAD), em Madrid. Durante esse tempo tive a oportunidade de usufruir de diversas festividades e comemorações que se refletiram nas agendas dos museus, galerias, feiras de arte e outras instituições culturais da capital espanhola, e que, dessa forma, se tornaram boas oportunidades de aprendizagem para mim. No MNAD, tive a possibilidade de contactar com profissionais da área da museologia, conservação, restauro e história da arte, e com eles perceber como funciona um museu estatal na capital espanhola; quais as suas dependências em relação ao Ministério da Cultura, quais as suas fraquezas, oportunidades, objetivos e planos.

A segunda fase do estágio decorreu entre 9 de maio de 2011 e 30 de setembro de 2011, na Galeria de arte contemporânea Safia, em Barcelona. Aqui a experiência foi outra: mais compacta, com objetivos, espaços e percursos diferentes.

Barcelona e Madrid são em tudo cidades opostas: na língua, na cultura, na arte, na arquitetura e nas pessoas, e tudo isso influenciou a minha aprendizagem e o meu desempenho em ambos os estágios.

As minhas atividades enquanto estagiária centraram-se sobretudo em tarefas relacionadas com a Comunicação. Nas duas Instituições estive envolvida na manutenção das redes sociais, na elaboração de *press-releases*, de *newsletters*, de dossiers de imprensa, e no auxílio a tarefas gerais do funcionamento de ambas as Instituições.

Nos próximos capítulos irei descrever detalhadamente cada instituição, assim como as tarefas por mim desempenhadas. Terminarei com as minhas reflexões e revisões bibliográficas.

Nos anexos, encontram-se todos os trabalhos por mim produzidos durante os meus dois períodos de estágio, assim como todo o material necessário para documentá-los.

2. Objetivos

Os objetivos delineados relativamente a estes dois estágios, relacionam-se sobretudo com:

- a) a assimilação e execução dos conteúdos aprendidos durante o primeiro ano de Mestrado;
- b) a compreensão de todas as tarefas e conceitos que envolvem as Ciências da Comunicação na área da Cultura e das Artes;
- c) a perceção do funcionamento de um Departamento de Comunicação numa instituição cultural pública e privada;
- d) a compreensão e assimilação de Políticas Culturais estrangeiras;
- e) e, o contacto com outra Cultura.

3. As instituições: Museu Nacional de Artes Decorativas (MNAD) e Galeria Safia

As instituições que escolhi para realizar os meus estágios, apresentam realidades completamente distintas, que são condicionadas essencialmente por fatores políticos, históricos e artísticos.

Começando pela localização geográfica, Madrid capital clássica, e Barcelona a segunda cidade mais importante do país, *underground* e radical. As rivalidades políticas e económicas são uma constante, o que se reflete um pouco nas políticas culturais de cada uma. Para além disso o contexto histórico e o panorama cultural atual de cada cidade, também determinam a vivacidade e a internacionalização de cada uma.

A descentralização da política cultural espanhola, é o principal motivo de

competição entre os diferentes modos de governação; a central e a regional, onde se inscrevem Madrid e Barcelona, respetivamente. Contudo, são as regiões autónomas que atualmente lideram a descentralização das políticas culturais espanholas. Ainda assim, o Estado espanhol pretende participar nas atividades culturais de forma igualitária, tanto a nível de governação central, como regional.

Madrid e Barcelona apresentam também diferenças no que respeita a museus, centros de arte e instituições culturais. Em Madrid observa-se, uma massificação de museus estatais e não estatais, como é o caso das mega estruturas Prado, Reina Sofía, e Thyssen; e uma forte presença por parte do Ministério da Cultura. Para além disso em Madrid, ocorre anualmente a feira de arte contemporânea ARCO, a mais importante do país, e uma das principais a nível europeu.¹

Em Barcelona por outro lado, á já alguns anos que se pretende também lançar uma feira de arte, que internacionalize o mercado de arte catalão, depois de em 1978 a cidade ter recusado a oportunidade de acolher e desenvolver, a ideia de Juana de Aizpuru de criar uma feira de arte contemporânea em Espanha, e que se tornaria mais tarde na ARCO. É de salientar ainda, o importante papel que uma feira de arte desempenha no contexto cultural de uma cidade, como é o caso da ARCOMadrid.

Barcelona tem uma grande tradição de galerias de arte, maior do que Madrid, e por isso também neste campo existem rivalidades. Simultaneamente Barcelona têm-se posicionado mais a nível internacional, com diversas iniciativas, como foi o caso do encontro internacional *Talking Galleries*, mas também com apoios Institucionais diferentes dos que operam na capital, como é o caso do ICIC (Instituto Catalão das Indústrias Culturais) ou do CONCA (Conselho Nacional da Cultura e das Artes), geridos pela Generalitat da Catalunha, e que têm como objetivo promover e apoiar as Artes e as Indústrias Culturais da Catalunha.

O património cultural e arquitetónico de cada cidade é também muito distinto. Arquitetura, arte, culturas, situação política, económica e geográfica, são os principais aspetos que diferenciam cada uma das cidades.

A internacionalização de cada uma delas, e concretamente das suas coleções artísticas, também é um importante aspeto a ter em conta. Madrid inegavelmente possui um património artístico elevado, e detém grande parte da riqueza de obras de arte presentes em Espanha; nomeadamente as coleções dos mega museus madrilenos,

¹ HOMS, Lluçà, *Informe sobre les fires d'art contemporani a nivell internacional*, Barcelona

que atraem todos os anos milhares de turistas. Por outro lado, Barcelona oferece uma série de escolhas que vão muito para além dos museus e do património religioso: as praias e toda a costa mediterrânica da Catalunha; e todas as atrações a elas inerentes.

Relativamente às instituições por mim escolhidas, uma apresenta gestão pública e outra privada.

O MNAD é um museu estatal com muito pouca liberdade administrativa; aqui tudo tem de passar pelo Ministério da Cultura, o que muitas vezes não é uma forma eficaz de o conduzir. Por outro lado, o apoio do Ministério da Cultura também garante ao MNAD, um bom orçamento financeiro todos os anos, e com liberdade total para agir segundo cada valor administrado.

A mesma situação não se evidencia na galeria Safia, que para além de ter uma dimensão muito mais pequena, é de administração privada. Os únicos apoios que recebe atualmente, restringem-se ao ICIC e à associação *Art Barcelona*.

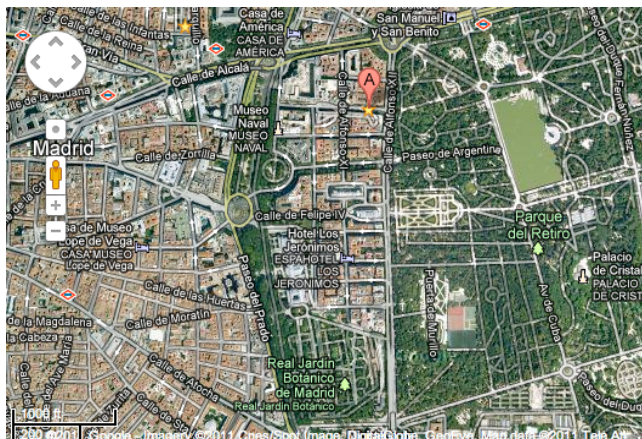
Dadas as dimensões de uma e de outra instituição, a gestão da Comunicação também é feita de uma forma diferente. No MNAD existe um departamento próprio, onde estão sempre designadas, pelo menos, duas pessoas a tempo inteiro, para a realização da Comunicação do museu; para além dos estagiários que o Departamento recebe de 6 em 6 meses, e que oscila entre os dois e os quatro.

Contudo o Departamento de Comunicação do MNAD, depende também ele, das diretivas do Ministério da Cultura, que controla a informação disponibilizada no site, e os órgãos sociais para os quais é feita a divulgação. Uma parte da informação do MNAD é feita diretamente a partir do Departamento, e outra é gestionada centralmente pelo Ministério da Cultura.

Na galeria Safia, o serviço de comunicação é conduzido e transmitido pelas próprias diretoras, e por pelos estagiários que recebem com alguma frequência. Aqui a Comunicação é gestionada livremente por todos os órgãos de Comunicação Social: jornais, revistas, rádio, tv, e internet.

4. MNAD

4.1 Perfil do Museu



Localização:

C/ Montalbán, 12 28014 Madrid

Modelo de organização territorial:

Museu administrado pela Direção Geral de Belas – Artes e Bens Culturais do Ministério da Cultura espanhol.

Diretora:

D^a Sofia Rodríguez Bernis

"Diseñar nuestro entorno" Este lema resume la finalidad del museo: interpretar la cultura material y las ideas, valores y actitudes a ella asociados, pasados y presentes, para difundir y contribuir activamente a crear un entorno vital de calidad desde la responsabilidad social.

Serviços:

- Exposição permanente;
- Exposições temporárias;
- Programação de atividades culturais e educativas;
- Biblioteca;
- Arquivo;
- Consulta de fundos museográficos e documentais;
- Publicações;
- Página Web

Site:

<http://mnartesdecorativas.mcu.es/index.html>

4.2 A Instituição

Em 1912 cria-se o Museu Nacional de Artes Industriais que em 1931 receberia o nome definitivo de Museu Nacional de Artes Decorativas. O objetivo era sensibilizar o público, os artistas e os fabricantes para a cultura artística, através de exposições de obras de grande qualidade artística e técnica.

O Museu foi instalado inicialmente num edifício da Rua Sacramento em plena Madrid dos Áustrias. Em 1932 o Museu translada-se por falta de espaço, para um palacete no número doze da Rua Montalbán, que até aquele ano tinha albergado a Escola Superior do Magistério.

O edifício construído em 1878 pelo arquiteto José Maria González, por encargo de Dona Maria del Cármen Espinosa duquesa de Santoña, é adquirido pelo Estado aos seus herdeiros em 1941. A partir desse momento realizam-se numerosas obras de ampliação e consolidação, até se quadruplicar nas décadas seguintes. Da sua planta original conserva-se parte da fachada de tijolo e granito, a coleção de pavimentos de mosaico italiano realizados por Pellerin e Domenico e, a escada imperial de mármore branco italiano com o seu interior decorado com medalhões que ilustram Homens da Cultura e das Artes.

O Museu está dividido em quatro pisos e cada um deles alberga uma parte da coleção permanente do Museu.

O rés do chão e parte do primeiro piso estão dedicados às exposições temporárias atualmente.

Remodelado em 2003, o segundo piso é constituído por onze salas nas quais se expõem obras do século XVII, muitas delas apresentam reproduções de partes de casas senhoriais como, o quarto, sala, cozinha e capela. Para além disso expõem-se também peças de cerâmica produzidas nas fábricas de *Teruel e Tavalera*; uma seleção de tecidos de diversas épocas e no corredor do pátio interior podem contemplar-se alguns dos estuques que protegiam o *Tesouro do Delfim*, cujas peças se encontram atualmente no Museu Nacional do Prado.

O terceiro piso está dedicado ao século XVIII e contém peças de mobiliário e reproduções de espaços do estilo Rococó e Neoclássico. Através do percurso por estas salas pode observar-se a assimilação de motivos e estilos orientais nas produções santuárias espanholas e europeias nas chamadas *chinoiseries*. Também se pode

contemplar um interessante conjunto de cerâmica de Alcora, uma seleção de peças de cristal da Fábrica Real de Cristais da Granja e alguns exemplos de porcelana da Fábrica Real de Porcelana do *Buen Retiro*. Para além destas obras existe também uma coleção de leques e relógios.

No quarto e último piso expõe-se um conjunto de azulejos integrados numa reprodução de cozinha valenciana do século XVIII e que foi adquirida pelo Museu em 1941. É das obras mais apreciadas na coleção permanente do museu.

Nos últimos dez anos a coleção do museu aumentou e ampliou os seus limites cronológicos.

A importante aquisição da coleção Torsten-Brohan ilustra a origem do Design industrial moderno desde os movimentos precursores de finais do século XIX até ao apogeu das produções da Bauhaus. Esta coleção para além de ter enriquecido os fundos museológicos ajudou também a reformular a identidade do museu, que sem deixar de estar ligado às artes decorativas, também se converteu numa importante referência do Design espanhol e europeu do século XX.

Atualmente é intenção da direção do museu, direcioná-lo segundo uma linha mais contemporânea e direcionada para exposições e aquisições ligadas ao design contemporâneo.

4.3 A Coleção

Os fundos museográficos estão divididos em grandes grupos ou coleções em função dos materiais, técnicas e ou finalidade, exceto a coleção Oriental e de Design. As peças mais antigas da coleção são os vidros romanos e os tecidos coptos. Contudo os séculos melhor representados relativamente ao número de peças, são o XVII, XVIII, XIX e parte do século XX.

As coleções do museu são formadas por mais de 60.000 fundos museográficos e aproximadamente 10.000 fundos documentais, situados cronologicamente, na sua maioria, entre a Idade Média e o século XX.

As coleções ilustram a evolução das artes decorativas em Espanha, assim como a importância dos objetos do quotidiano de luxo ao longo dos tempos. São formadas por conjuntos de mobiliário, indumentária, tecidos, tapetes, prata, joalharia, cerâmica,

vidro e couros, assim como por uma coleção oriental, um rico fundo documental formado por fotografias de diferentes suportes, formatos, e técnicas e outros documentos em papel.

A coleção de cerâmica e porcelana é uma das mais importantes do museu pela sua qualidade e quantidade. Estão representadas todas as séries decorativas e tipológicas dos centros de produção que se estabeleceram entre o século XVI e XX. As obras estão organizadas segundo os centros de produção; Valência, Castellón, Aragão, Catalunha, Toledo, Sevilha. A coleção de porcelana é formada por peças espanholas e peças oriundas de quase todas as grandes manufaturas europeias. De Espanha destacam-se a Real Fábrica do Bom Retiro (1760-1808) e a Real Fábrica de Moncloa (1771-1821). As manufaturas europeias estão bem representadas a partir do século XVII, e compreendem países como a Alemanha, a França, a Inglaterra ou a Itália. Das obras do século XIX destacam-se as produções de *Art Nouveau* com um amplo conjunto de peças oriundas de Distel, Copenhaga e Lancastrian e Longton.

A coleção de vidros inicia-se cronologicamente com várias peças do século IV a.C. da época púnica, para além de outras da época romana dos séculos I e IV d.C. Da Idade Média, o museu possui uma magnífica garrafa catalã do século XV. Contudo a parte mais importante da coleção de vidros é proveniente da Idade Moderna, onde estão representadas as produções das seguintes áreas geográficas: Astúrias, Catalunha, Castilha, Andaluzia, Múrcia e Segóvia. As produções de origem europeia são escassas principalmente as provenientes de Murano e Bohemia. A coleção Brohan inclui 222 peças de cristal, as quais no seu conjunto, são peças únicas no mundo, pela sua extraordinária qualidade técnica e artística, para além de serem imprescindíveis para compreender a evolução artística e do design moderno europeu da primeira metade do século XX. As suas formas, técnicas e motivos decorativos apresentam-se ao exemplos dos movimentos de vanguarda do século XX.

A coleção de mobiliário é composta sobretudo por peças espanholas e por peças de áreas geográficas europeias que na sua época mantiveram contactos culturais intensos com a Península. Cronologicamente a coleção estabelecesse entre o século XIV e o século XX. Do século XIV conserva-se um banco de couro procedente de Toro e várias arcas de chapa de ferro. Do século XV o museu possui o melhor e mais abundante conjunto de mobiliário do país, que se constitui por armários, arcas, bancos, etc. Em relação aos centros de produção renascentista representados no

museu destacam-se os móveis de proveniência peninsular assim como as produções do sul da Alemanha, Países Baixos e Itália; principais pontos de referência da cultura espanhol do Renascimento no que se refere às artes santuárias. Da época barroca existem no museu diversas tipologias de criação espanhola como escritórios, cadeiras de braços, caixas tocadoras ou relicários. Dos outros centros europeus destacam-se criações provenientes da Flandres, Portugal e França. O mobiliário modernista da burguesia cosmopolita está representado por uma mesa de Gallé e por um conjunto de móveis de sala de Majorelle, importantes artista da chamada *Escola de Nancy*.

O museu possui um fundo de pintura dedicado fundamentalmente a contextualizar os diferentes espaços do museu. A coleção abarca desde o século XV até ao século XX, destacando os quadros de temática religiosa do século XVII e os retratos do século XIX. A coleção de miniaturas é variada e abarca desde o século XVI ao século XIX. As técnicas são diversas: cobre, marfim, óleo, etc. Parte desta coleção encontra-se publicada no catálogo do museu.

A coleção de tecidos compreende bordados, indumentária e tapetes. Em quantidade é a mais importante do museu, destacando-se pela sua variedade técnica e decorativa.

A coleção de prataria do museu não é suficientemente representativa como deveria corresponder a um museu deste tipo. Compõe-se sobretudo por objetos religiosos e de culto.

A coleção de joalharia inicia-se no século XVI com exemplos de joias renascentistas por excelência. O século XVII dá primazia à joalharia religiosa sobre a civil, com pequenos relicários e medalhões, assim como joias com imagens que adornam a indumentária. O museu também possui uma coleção de amuletos de proteção infantil dos séculos XVII e XVIII. Do *século das luzes* destacam-se os colares relicários e as joias de peito, com uma grande quantidade de exemplares na coleção, ainda que não sejam de uma qualidade exemplar, são peças que refletem todas as variantes tipológicas, usos e modas da época.

A coleção de ferros artísticos é uma das mais completas de todas as coleções espanholas, e é constituída por cofres, arcas, candelabros, candeeiros, tochas, leitoris e braseiros, todos compreendidos entre os séculos XV e XVI. Também se encontram representados os ferros populares de utensílio quotidiano dos séculos XVI ao XIX. A coleção de bronzes é na sua maioria aplicada a móveis de devoção do século XVII, sendo muito escassa a escultura em bronze. O conjunto de lâmpadas dos séculos XVI ao XIX, é também ele muito importante.

O museu conta com uma coleção de escultura gótica, renascentista e barroca de formato pequeno e mediano, procedentes na sua maioria de Aragão, Castilha, Madrid e Sevilha. A escultura em marfim apesar de não ser vasta, conta com várias peças de valor excecional gótico e barroco.

A coleção de couros possui uma relevância especial tanto pela sua cronologia como pela sua variedade.

Os acessórios formam um conjunto que pela sua variedade e importância merecem um destaque, já que alguns por eles próprios definem uma época ou distintos aspetos da vida quotidiana. São eles os leques e os objetos metálicos.

O museu conserva um importante fundo de fotografias, tanto em negativos de cristal como em papel, e com uma temática variada, desde fotos de outros museus e as suas coleções até á construção dos mesmos. A coleção divide-se em histórica e documental.

A coleção de relógios e instrumentos musicais barrocos também se destacam. Os relógios de pequena dimensão e os de paredes datam dos séculos XVII e XVIII. Da coleção de instrumentos destacam-se os de origem chinesa e africana. Do século XIX conservam-se uma das mais belas coleções de pianos de mesa de entre os quais se destaca o dos constructores franceses Pleyel e Lemmé.

A coleção Oriental apresenta-se como uma das mais importantes e completas do museu, não só pela sua quantidade, que envolve cerca de 3000 peças, mas também pela qualidade das suas obras que integram a diversidade de culturas. No que se refere á coleção do Extremo Oriente (China, Japão, Tailândia,..), esta apresenta-se como a mais completa em território espanhol. Em relação á história da coleção apresenta-se como uma das mais antigas, uma vez que provém do Gabinete de História Natural criado por Franco Dávila. Posteriormente transformou-se no Real Gabinete de História Natural (1773). A coleção representa uma época de grande desenvolvimento e enriquecimento científico e cultural da história de Espanha e da Europa, devido entre outros fatores, ás trocas comerciais que uniram a Europa á China entre os séculos XVI e XIX. Na coleção estão representadas obras da China, Japão e Filipinas. O museu conta também com um importante conjunto de escultura budista originário de países como a Birmânia, Nepal, Índia e sobretudo Tailândia, com trabalhos das escolas de Sukhotai (séculos XIV-XVI), Chiang Mai (séculos XIV-XVIII), U Thong (séculos XIV-XVI), Authia (XVI-XVIII) e Bangkok (séculos XVIII-XIX). Por último

é destacar a cabeça de Buda procedente do templo de Borobudur em Java, dos séculos VIII-IX.

A coleção *Brohan* dedicada ao design centro-europeu, datada de 1880 a 1940, é uma coleção unitária de quase 600 objetos, com peças de mobiliário, cristal, joalharia, tecidos, etc. Para além disso inclui também uma biblioteca especializada e um fundo documental com fotos das fábricas onde se produziam estas peças. Esta coleção é considerada uma das melhores do mundo neste campo. Este fundo museográfico serve também para colmatar a falha que existe nas coleções públicas e privadas espanholas em matéria de design internacional. Através desta coleção pode observar-se a evolução do design nas artes decorativas, especialmente no que diz respeito á produção do vidro. Da coleção de cristal e vidro destacam-se 222 peças provenientes da Áustria, República Checa e Alemanha, fabricadas entre os anos 1900 e 1940. Engloba o *Estilo de 1900* com trabalhos de marca Lotz, G.Klimt e K.Moser; Secessão Vienense com Moser, J.M.Olbrich, J.Hoffmann e P.Behrens; a Wiener Werkstatte com M.Floge, H.Jesser, W.Wieselthier e Bauhaus com obras de Kandinsky, Klee, Moholy-Nagy, J.Ittens.

4.4 O público do museu

No seu conjunto o público do museu é constituído por todos os usuários dos seus serviços, os quais se dividem em visitantes, leitores e investigadores.

Segundo estudos recentes, o visitante maioritário do museu é feminino e tem idade média de 42 anos, e um nível de estudos elevado, á semelhança do que acontece noutros museus, contudo aqui também se assinala a maior percentagem de visitantes sem estudos, na sua maioria mulheres cujo dia a dia se encontra dedicado ás tarefas do lar.

Em relação ás visitas de estudo por parte de estudantes com idade superior a 12 anos, a percentagem é menor que noutros museus, a que se deve acrescentar a ausência de visitas de grupos escolares.

No que respeita a visitas de cariz cultural e em grupos de pessoas com idades superiores aos 50 anos, neste museu a percentagem é elevada.

Como seria de esperar a proveniência dos visitantes é maioritariamente pertencente à Comunidade de Madrid com 66%, seguida por visitantes estrangeiros com 18% e outras Comunidades espanholas com 16,5%.

Em resumo, estão muito mal representados determinados tipos de visitantes, tais como o escolar, o universitário e o docente. Para além disso também não existe qualquer presença registada de grupos familiares.

A maior parte dos visitantes deste museu vêm apenas por curiosidade. Isto deve-se ao problema de uma má campanha de comunicação e publicitária; os visitantes apenas vêm porque passeiam perto da zona ou porque alguém lhes comentou acerca do museu; não vêm com um motivo fundamentado. Apesar do museu apresentar uma medíocre campanha de Comunicação, a sua boa localização e os bons acessos a nível de transportes públicos são muito importantes, podendo ser uma mais valia a longo prazo.

O tempo médio despendido para a visita ao museu é em média de 85 minutos; um tempo razoável relativamente à superfície expositiva. Não obstante, apenas 40% dos visitantes fizeram o percurso inteiro do espaço expositivo; 43% um pouco mais de metade; 11% menos de metade; 4% visitaram apenas uma sala e 2,5% apenas a exposição temporária. As salas menos visitadas são as que se situam nos últimos pisos.

Os potenciais visitantes do museu e que poderiam satisfazer as suas necessidades educativas e culturais enquadram-se nos seguintes perfis: escolar, universitário, profissional, adulto, grupos familiares, grupos especiais e turistas.

O grupo escolar integra todos os estudantes provenientes do ensino primário, básico, 3º ciclo e secundário. Estes estudantes realizariam a sua visita de estudo ao museu enquadrando-se em temáticas como as Ciências Sociais, a História e a História da Arte.

O grupo correspondente ao universitário englobaria todos os estudantes universitários de cursos ligados às temáticas de: Arquitetura, Escultura, Pintura, História da Arte, *Design*, Conservação e Restauro, História, Arqueologia, etc. A visita ao museu serviria para aprofundar os seus conhecimentos e contribuir para futuros projetos profissionais e curriculares.

O grupo dos profissionais, correspondem a designers e criadores interessados no processo criativo das produções artesanais e, no Design moderno em relação ao seu

contexto histórico. A este grupo correspondem também os antiquários e os colecionistas interessados no conhecimento sistemático das antiguidades.

O grupo dos adultos compreende todos os amantes de arte em geral, desejosos de ampliar os seus conhecimentos pela arte.

Uma vez definidos os tipos de público-alvo do Museu seria necessário implementar novas políticas museológicas e novas formas de canalizar os interesses desses diversos públicos.

Uma vez que a biblioteca do museu se encontra aberta ao público, é previsível que a importância dos seus fundos atraia investigadores e estudiosos com regularidade. O mais adequado seria ter uma biblioteca de acesso restrito a estudantes de licenciatura, mestrado, doutoramento e investigadores.

Para determinar o número exato de visitantes que o museu poderia receber no futuro, seria necessário definir previamente, qual a amplitude do espaço museológico. Realizado este estudo, conclui-se que o museu poderia receber até 250 mil visitantes por ano, com tempo médio de visita de 2 horas.

4.5 Organização

Atualmente o Museu carece de uma estrutura orgânica e de um número de profissionais necessários para o desempenho perfeito de todas as necessidades, tanto no que respeita à coleção como ao tratamento com o público.

A falta de pessoal especializado e organicamente estruturado, impede que este museu se identifique e enquadre numa conceção moderna de funcionamento. A falta de profissionais das mais diversas áreas faz com que os funcionários que existam tenham que desempenhar mais funções e mais diversificadas, com resultados que nem sempre serão os melhores.

A necessidade de renovação do Museu é imperativa, tanto a nível arquitetónico como museológico é eminente. O Museu necessita de novas infraestruturas, que possam exibir mais obras e mais comodamente; mas também é necessário resolver-se problemas de conservação, documentação e estudo das coleções. Tudo isto requiere

também um aumento de técnicos especializados, como, conservadores, ajudantes e restauradores que garantam a documentação das peças, a sua investigação, divulgação, conservação preventiva e restauro.

Por todas estas razões o Museu propõe no seu Plano de Atividades, um aumento de recursos humanos nos diversos departamentos: Administração, Conservação, Documentação, Restauro, Comunicação e Difusão e Manutenção. Contudo, nenhuma referência é feita no campo do Marketing ou Relações Públicas, que são duas ferramentas fundamentais no panorama atual das Instituições Culturais. Não existe qualquer planeamento para recrutamento de um técnico de Marketing, Comunicação, Assessoria ou Relações Públicas; apenas o planeamento para um profissional ligado ao Design gráfico e Web Design, mas neste caso deste último seria um pouco em vão, uma vez que o site oficial do MNAD depende exclusivamente do Ministério da Cultura espanhol tanto a nível de conteúdos como de grafismos.

4.6 Departamento de Comunicação e Difusão

O Departamento de Comunicação e Difusão foi criado em 2005 pelo conservador Guillermo González. A partir de então a profissional responsável pelo departamento passa a ser a atual diretora, Sofia Rodríguez Bernis, que se ocupa de contratar novos funcionários e estagiários. No mesmo ano, incorpora-se no departamento Isabel Rodríguez Marco que aqui permanecerá até 2010.

Em 2006 foram contratados dois profissionais para a programação e desenvolvimento de atividades infantis e juvenis, que eram inexistentes no museu até então.

Atualmente fazem parte do Departamento de Comunicação e Difusão duas profissionais com formação em história da arte e museologia, e dois profissionais externos com a mesma formação que desenvolvem as atividades e workshops do museu.

4.6.1 Funções

Esporadicamente reúne-se uma comissão de profissionais dos museus independentes da Sudirección Geral dos Museus Estatais do Ministério da Cultura espanhol. Numa

dessas comissões nos últimos anos, debateram-se e definiram-se as funções que deveriam assumir os departamentos de comunicação e difusão dos museus estatais de Espanha. Desse debate resultou uma proposta do que deve cumprir um departamento de comunicação e difusão:

- O departamento de Comunicação e Difusão tem como finalidade divulgar o significado e os valores das coleções, fazendo-as compreensíveis aos vários tipos de público com o devido rigor. Para isso estudará os diversos tipos de público, aplicará estratégias de comunicação, organizará atividades culturais complementares e elaborará informação necessária sobre a atividade da instituição para divulgação nos *media*.

Para além disso o departamento também se encarregará de:

Funções de carácter genérico:

- a) elaborar um Plano Museológico relativo às competências que em cima se referiram;
- b) elaborar um Plano de Difusão e Comunicação do museu e dos projetos que são desenvolvidos;
- c) participar na elaboração e no desenvolvimento do programa de exposições do museu;
- d) desenvolver programas de investigação na sua área de conhecimento e colaborar com os programas de investigação de outras instituições;
- e) impulsionar a participação social nas atividades do museu e participar nos debates e eventos culturais da comunidade em que se insere;
- f) propor a aquisição de fundos bibliográficos que correspondam ao interesse da instituição;
- g) conhecer e dar resposta aos interesses e necessidades dos diversos tipos de público da instituição;
- h) elaborar uma ata anual sobre o funcionamento da instituição;

Investigação e evolução de público

- a) estudar cientificamente as características, necessidades e motivações do público real e potencial;
- b) avaliar cientificamente os conteúdos da exposição permanente e das temporária, a eficácia das técnicas de comunicação, as atividades, os serviços e a incidência da imagem do museu no público;

Função expositiva

- a) participar, em colaboração com outros departamentos implicados, na programação, conceptualização, gestão e realização de exposições permanentes e temporárias, atendendo a todos os aspetos que garantam a comunicação;
- b) elaborar atividades e materiais didáticos e informativos, relativos às exposições;

Função educativa

- a) contribuir para a educação dos cidadãos a partir de atividades educativas, culturais e de publicações didáticas que respondam às necessidades dos mesmos.

Relações Externas

- a) gerir o serviço de atendimento ao público e supervisionar a aplicação das cartas de serviços;
- b) difundir o Programa de Comunicação nos *media*;
- c) gerir a aplicação da imagem institucional do museu e da linha de productos comerciais

Publicações

- a) gerir o Plano de Publicações do museu;
- b) editar materiais didáticos, informativos e publicitários em relação com as exposições, atividades e serviços.

4.6.2. Atividade Educativa

Ao departamento de Comunicação e Difusão, juntam-se outras funções nomeadamente de carácter didático, como o desenvolvimento de workshops e outras atividades.

A análise das atividades oferecidas pelo MNAD ao público de distintas idades ilustrará de forma evidente os objetivos do museu em matéria educativa.

Atualmente o museu conta com um programa de atividades dirigidas a distintos setores de público: infantil, adolescentes e adultos. De momento não existe a possibilidade de ampliar a oferta a públicos escolares, juvenis e de outros setores, devido á escassez de recursos humanos e financeiros.

A participação em todas as atividades é gratuita, devendo os visitantes para assistir, inscrever-se atempadamente via telefone.

- **Atividades infantis**

São dirigidas ao público infantil com idades compreendidas entre os 3 e os 12 anos, dividindo-se em dois tipos: os *Cuentacuentos* para crianças com idades entre os 3 e os 8 anos, e os *workshops*, para crianças entre os 8 e os 12 anos de idade. Relativamente aos horários e dias escolhidos para a realização destas atividades, são normalmente os fins de semana ou durante a semana caso seja um data especial que ocorra num dia útil e vá ser celebrada pelo Museu. Consoante as atividades e ocasiões também variam os horários, mas são sobretudo matinais entre as 10 e as 13h.

- **Atividades para adolescentes**

As atividades dirigem-se a jovens com idades compreendidas entre os 12 e os 16 anos. As atividades para este público são uma novidade no museu e têm tido muito êxito, tendo recebido bastante afluência de público e um alto nível de satisfação nos principiantes.

Os dias escolhidos para estas atividades é também aos fim de semana, sábados e domingos de manhã, normalmente no horário das 11.30. Cada atividade pode contar com um limite máximo de 12 jovens.

- **Atividades para adultos**

A iniciativa designada por *Piezas del mes* trata-se de uma visita guiada que se realiza cada mês, durante todos os Domingos. O objetivo é eleger uma determinada peça da coleção do museu, estudá-la e investigá-la e depois explicá-la aprofundadamente ao visitante. São visitas realizadas pelo pessoal do museu ou por profissionais nos temas abordados.

A atividade tem uma duração aproximada de 30-40 minutos e pode ser assistida por um máximo de 15 pessoas. Não se realiza nos meses de julho, agosto e setembro.

- **Atividades extraordinárias**

- a) Noite em Branco: trata-se de um evento anual que se realiza em setembro, e que tem por objetivo proporcionar uma maior aproximação da criação contemporânea, e da cidade aos habitantes. Os objetivos desta iniciativa são a gratuidade, a vanguarda, a sustentabilidade e a cidadania. Para além disso pretende-se fomentar o intercâmbio de experiências com o desenvolvimento de programas conjuntos e a internacionalização de artistas locais, através da interação de projetos. É uma iniciativa cultural que teve a sua origem em Paris em 2002 e que teve um êxito tão grande que se espalhou a outras capitais europeias como Bruxelas, Madrid, Riga e Roma. Todas estas cidades partilham os mesmos objetivos. Em Madrid várias instituições, museus, centros de arte, entre outros se unem a esta iniciativa que todos os anos é orientada e idealizada por um comissário convidado. É uma festa gigantesca que se celebra na cidade em que todos os cidadãos têm a oportunidade de participar realmente.

Integrado nesta iniciativa o museu preparou o seu próprio programa, esperando assim cativar novos e mais públicos.²

- b) Semana do livro: Este evento esteve subordinado ao Dia internacional

² Em anexo encontra-se o folheto da atividade, para análise mais detalhada.

do Livro e decorreu durante os dias 18 e 19 de abril de 2011. A atividade proposta pelo MNAD consistiu numa visita sua á biblioteca conduzida pelo bibliotecário Nicolás Pérez Cáceres. Simultaneamente José Blanco Perales, investigador e especialista em Arte Oriental, proferiu também, uma conferência sobre um álbum de gravuras do artista nipónico Tsukioka Kogyo.

- c) Dia do Teatro: Assinalado no dia 27 de março de 2011, o dia do teatro no MNAD foi marcado por uma palestra de José Blanco Perales, especialista referido no ponto anterior. O tema escolhido foram “As artes do espetáculo no Japão, a sua representação através da gravura”, devido ao importante acervo de gravura oriental, existente no MNAD.³
- d) Semana Internacional dos Museus 2011: Este evento esteve subordinado ao tema Museu e Memória e decorreu durante a semana de 18 de maio. O MNAD propôs a personalidades das mais diversas áreas, que relatassem qual a memória que guardavam da sua primeira visita a um museu e, simultaneamente também se tentou recolher os testemunhos dos visitantes do MNAD.
- e) Noite dos Museus: Este evento foi assinalado a 14 de maio. O MNAD propôs um jogo de aventura a todos os visitantes, através das suas coleções.
- f) Dia da Mulher: o dia foi celebrado a 8 de março de 2011, tendo sido proposto pelo MNAD aos visitantes, uma exposição virtual, que pretendia homenagear a condição social da Mulher ao longo dos tempos.
- g) Semana da Ciência: o MNAD participou no programa da 10ª Semana da Ciência “Celebrar a biodiversidade”, oferecendo duas atividades; uma conferência para o público adulto, e um jogo de pistas dirigido a

³ Em anexo encontra-se o folheto da atividade, para análise mais detalhada.

famílias.

4.6.3 Plano Bienal

Foi elaborado pela equipa de profissionais do MNAD um plano bienal que se constituiu como guia de orientação para o trabalho e para a organização do museu nos anos de 2010 e 2011. Este plano incluiu as exposições temporárias e o projeto de remodelação da exposição permanente.

O objetivo principal deste plano é a renovação do museu e da imagem que este projeta no exterior. Para além disso são também objetivos do museu para os anos de 2010 e 2011, o aumento da oferta do museu possibilitando assim chegar a segmentos de público mais variados; o aperfeiçoamento da Comunicação do Museu e a renovação do próprio edifício.

Relativamente aos tópicos relacionados com a Comunicação, a Difusão e a Educação do museu destacam-se:

Comunicação

Considera-se vital continuar com as atividades até agora desenvolvidas, melhorando-as, nomeadamente:

- A continuação da publicação do boletim de notícias externas Estrado na web;
- A reformulação da página web do museu;
- A continuação e ampliação das coleções na web;
- O avanço nas redes sociais como o facebook ou o twitter

Para além disso, também se propõe empreender novas ações como:

- A ampliação do número de publicações, sobretudo em três sentidos: uma revista especializada em artes decorativas, design e museologia dirigida a profissionais; a edição de monografias relativas, à coleção do museu; e uma publicação dedicada ao plano museológico do MNAD.

Difusão e Atividades

Dado que com os recursos com os quais conta atualmente o Museu se torna impossível ampliar a oferta das atividades, o objetivo é portanto, manter o programa já consolidado. Este consiste na programação de duas atividades infantis regulares e uma atividade para adultos: um *workshop* e um *Cuentacuentos*, e uma atividade dedicada ao público adulto, que são nomeadamente o evento *Piezas del Mes*. Para além destas atividades, durante os meses de julho e setembro oferecem-se *workshops* para adolescentes. Contudo durante o período de verão suspende-se a atividade das *Piezas del Mes*.

4.6.4 Material de Comunicação:

a) Catálogos de exposições temporárias

O MNAD edita um catálogo de cada uma das exposições temporárias que realiza, os quais nos permitem conhecer melhor não só exposições, mas também uma parte fundamental do trabalho do departamento de Comunicação e Difusão, que são as publicações do museu. Eis dois exemplos em baixo de duas exposições recentes que tiveram uma grande afluência de público:

“*Alvar Aalto. A nuestra medida*” - catálogo da exposição ocorrida de 18 de setembro a 15 de novembro de 2009 no MNAD. Ed. Museo Nacional de Artes Decorativas (Ministerio da Cultura), Madrid, 2009.

Consiste num folheto que combina texto e imagens e serve como apoio didático a visita da exposição temporal. Nas últimas páginas aparece uma relação das peças expostas com uma breve ficha identificativa (museu onde se conserva a peça, título, data, fábrica, material e nº de inventário).

O folheto tem o formato A5 e é impresso em papel de 300gr./m² plastificado mate. Este formato permite a sua utilização sem que se deteriore rapidamente, já que este papel é mais resistente que o normal.

O texto fala-nos da trajetória artística de Alvar Aalto, fazendo ênfase nas peças expostas. É redigido de forma simples, introduzindo alguns termos técnicos e artísticos.

A brevidade do catálogo faz com que não se torne aborrecido para o leitor, e permite que este conheça alguns dados adicionais sobre, a história e processo do design das peças que pode contemplar na exposição.

O folheto não era entregue a todos os visitantes uma vez que a tiragem foi reduzida, apenas estando disponível caso o visitante o solicitasse, e aí era entregue gratuitamente.

“Fascinados por Oriente”, Museo Nacional de Artes Decorativas. Ministerio de Cultura, Madrid, 2010. Catálogo da exposição ocorrida entre 17 de dezembro de 2009 e 3 de outubro de 2010 no MNAD.

O objetivo da exposição era fazer uma retrospectiva da coleção permanente do MNAD, sugerindo uma mostra das relações entre o Oriente e o Ocidente ao longo da história e a importância que a arte oriental teve na arte ocidental europeia do século XIX.

O catálogo da exposição está estruturado em 5 capítulos que correspondem às 5 áreas da exposição e que fazem referência às cinco etapas das relações entre Oriente e Ocidente.

O catálogo é atrativo, com um grande número de imagens das peças expostas, assim como de outras peças da coleção do museu que não integraram a exposição, mas que estão relacionadas com a temática.

A linguagem utilizada neste catálogo é a adequada a um público em geral, onde, aparecem explicados os termos de caráter mais técnico, como as técnicas artísticas.

b) Folhetos

Outra das publicações importantes para a análise de documentos técnicos do museu são os folhetos, que são o principal meio de comunicação entre o MNAD e o visitante. Eis o modelo standard:

Folleto de actividades culturales en el MNAD trimestre

Estes folhetos trimestrais informam os visitantes das atividades culturais e didáticas que se irão realizar no museu. São trípticos onde se dá uma informação resumida de cada uma das atividades, assim como das características adjacentes a cada uma.

Na contracapa aparece a informação relativa ao museu, útil para o visitante: um mapa do museu, a morada, o telefone, site, horários de funcionamento e acessibilidades.

Folleto del Museo Nacional de Artes Decorativas, editado pelo Ministério de Cultura espanhol todos os anos.

É um folheto informativo em papel, distribuído de forma gratuita e disponível em castelhano, em francês e em inglês. Tem quatro faces com texto e imagens.

Na capa aparece o nome do museu e a imagem de uma peça da coleção; na contracapa aparece toda a informação útil ao visitante: o horário do museu, o preço da entrada, como chegar ao museu, assim como a programação das atividades culturais e informação relativa a visitas em grupo. Junta-se também uma planta com a localização do museu e uma fotografia da fachada do mesmo.

Nas folhas anteriores existem textos referentes à história do museu como instituição, à sua arquitetura e à sua coleção.

Ao abrir o folheto totalmente podemos observar que na primeira página encontram-se as plantas dos diversos pisos do edifício, com uma breve introdução do que podemos encontrar exposto em cada uma delas. Nas outras 3 páginas observam-se imagens de 2 peças exemplificativas de cada uma das coleções dos diferentes pisos, com os respetivos dados e textos informativos.

Os textos na minha opinião são um pouco complexos para o público em geral que os lê, uma vez que contêm demasiados termos técnicos. Pressupõem que o leitor possua determinados conhecimentos históricos e artísticos que nem todos os visitantes têm, o que resulta numa insuficiente compreensão do texto e por conseguinte, não contribuindo cabalmente para melhor documentar o visitante sobre a exposição.

c) Guias do Museu

Os guias do museu são pequenas publicações que servem de ajuda ao visitante na hora de se mover pela exposição. Por exemplo:

“Guia breve del Museo Nacional de Artes Decorativas”. Redigido pela equipa técnica do MNAD. Madrid: Ministério da Cultura, Subdireção Geral de Publicações, Informação e Documentação. 2008.

Obra de pequeno formato (10'4x10'4cm) impresso em papel. É um apoio didático para a visita à coleção permanente, distribuída pelos quatro pisos do museu.

O guia está organizado em capítulos e cada um deles referentes aos diferentes pisos do museu, e abrindo, com uma breve história da instituição. Inclui-se uma planta do museu com a organização das salas e das coleções. Depois faz-se um contexto histórico sobre a organização de cada piso do museu, seguido de uma explicação das várias peças, apoiada em imagens e texto referentes às mesmas. De cada uma das peças faz-se a respetiva descrição: título, autor (se for conhecido), lugar e data de produção. Para além disso também se inclui uma descrição da peça, a partir da qual se explica qual a técnica, o estilo ou as características próprias das obras de um determinado território.

Selecionaram-se também, as peças mais representativas da coleção de forma a evidenciar a variedade de manifestações artísticas representadas no guia.

A coleção permanente distribui-se no edifício da seguinte forma:

- rés do chão: Design de Vanguarda;
- primeiro andar: Da Idade Média aos Áustrias;
- segundo andar: O século de Ouro;
- terceiro andar: O século dos Bourbons;
- quarto andar: O século da Burguesia

O guia é muito fácil de utilizar, devido ao seu pequeno tamanho e ao seu peso. Por se tratar de um guia compacto, faz com que não se possa incluir grande quantidade de informação, mas serve para mostrar dados adicionais sobre algumas das peças destacadas da coleção.

Não se trata de um guia exaustivo, podendo considerar-se uma obra com informação escassa para o visitante interessado e curioso.

Como actualmente, o rés do chão e o primeiro andar, estão dedicados às exposições temporárias, pelo que o que vem referido no guia a respeito destes dois andares já não corresponde à realidade; para o quarto andar também é similar porque também não possui todas as suas salas abertas, porque gradualmente transformadas em armazéns por falta de espaços próprios para este efeito.

Recorridos. Guía de las colecciones del siglo XVII del MNAD. Madrid: Ministério da Cultura, Subdireção Geral das Publicações, Informação e Documentação, 2007.

Trata-se de um guia para a visita da coleção permanente do museu que se expõe no segundo andar do museu. Este guia está organizado segundo temas, fazendo referencia a subáreas que compõem o espaço expositivo.

Para cada uma das áreas temáticas apresenta-se, em primeiro lugar, uma planta do segundo andar do museu, no qual se indica a vermelho a zona a que se refere. Existe um texto sobre essa parte da coleção, a relação das peças expostas e imagens de algumas delas.

Os textos estão escritos numa linguagem simples e corrente, explicando a coleção e fornecendo outras informações, como as técnicas artísticas ou a história dos objetos, de uma forma simples para que o visitante os possa entender. O texto interliga-se com imagens que permitem compreendê-lo melhor; imagens quer de peças do museu quer de outros museus, mas que de alguma forma enquadram o assunto abordado.

O guia divide-se em 6 capítulos, tratando cada um deles dos diferentes espaços do segundo andar o museu. Alguns destes espaços ocupam apenas uma única sala, enquanto outros englobam várias:

- os couros;
- as casas senhoriais em Espanha do século XVII;
- a cerâmica de Teruel;
- os tecidos;
- a cerâmica de Talavera;
- o tesouro

Para além do guia, há que ter em conta, que também existe a informação das próprias salas de exposição que completam assim a função didática.

Contudo o guia não inclui informação adicional, pois os textos do guia são os mesmos que se encontram nas salas de exposição e que acompanham as peças.

d) Estrado: revista do museu

O MNAD possui um boletim noticioso interno e externo, o Estrado. A publicação interna difunde-se por mail e algumas cópias são impressas e distribuídas pelos membros do museu e alguns trabalhadores do Ministério da Cultura. A externa destina-se unicamente a divulgação online, através do site do museu.

O boletim interno tem uma periodicidade mensal e o externo trimestral, mas ambos são publicados sempre depois da datas programadas por falta de tempo e de recursos

humanos.

Estrado interno

Ficha técnica da publicação:

- direção – Sofia Rodriguez Bernis
- coordenação – Raquel Cacho
- paginação – Lúcia Aragón Seguí
- distribuição – Departamento de Comunicação e Difusão

O boletim é constituído por uma série de capítulos fixos, como:

- apresentação;
- recortes e ofertas;
- fotografia do mês;
- calendário;
- enfoque;
- notícias do museu;
- detalhes das exposições temporárias atuais;
- notícias do exterior;
- gabinete de curiosidades;
- joias da bibliotecas;
- habitantes do museu.

Para analisar o conteúdo de cada um destes capítulos tomo como exemplo o Estrado nº41 do ano de 2010.

A capa do boletim funciona também como índice e na parte inferior faz-se referencia aos distintos capítulos da revista e às páginas em que se encontram.

Os textos do boletim são redigidos por distintos trabalhadores do museu, provenientes dos diversos departamentos que o constituem, conforme a natureza do artigo.

O boletim realiza-se *a posteriori*, representando cada número representa um mês de trabalho no MNAD. O boletim nº 41 refere-se ao mês de maio de 2010.

O primeiro texto que aparece no boletim é a “apresentação” onde se relatam os principais conteúdos do número do boletim.

No capítulo recortes e ofertas, encontramos vários artigos de extensão breve que

fazem referência a temas diversos, tanto em relação ao museu como ao exterior.

No capítulo fotografia do mês, podemos observar a fotografia de uma peça do museu, com os dados informativos da mesma. É uma peça especialmente escolhida e que se destaca na coleção do museu.

Na secção calendário, incluem-se as atividades que existem em cada dia do mês no museu: *Piezas del Mes*; visitas guiadas; workshops; concertos e outras atividades. Cada uma é representada com um símbolo e também com o título da atividade e as suas características e demais informações.

No capítulo enfoque, aborda-se um tema relativo ao museu de forma mais aprofundada. Neste caso, o tema escolhido foi a “Noite dos Museus”, celebrada no dia 15 de maio das 21h á 1 da madrugada de 16 de maio de 2010. Integrada no âmbito da exposição patente na altura (*Fascinados por Oriente*), a noite foi dedicada ao *cosplay*, uma das últimas tendências da cultura contemporânea no Japão.

No capítulo notícias do museu inclui-se um conjunto de notas sobre eventos, atividades ou informações relativas ao MNAD, como a participação numa exposição promovida por outra instituição ou a programação das próximas exposições temporárias. Dentro deste capítulo há uma secção especialmente dedicada á exposição temporal *Fascinados por Oriente*. No final inclui-se uma referência ás novas aquisições da biblioteca do museu.

No capítulo notícias exteriores ao museu, recolhe-se informação sobre exposições temporárias que ocorrem noutros museus de design , concursos de design, etc.

O capítulo gabinete de curiosidades, dedica-se em cada número a investigar uma parte da coleção do museu. No caso do boletim analisado, o artigo em questão, é sobre a coleção de marfins do MNAD. Estes artigos servem para dar a conhecer o trabalho de investigação dos profissionais do museu ou de outros investigadores da área.

Finalmente, no capítulo joias da biblioteca, elege-se em cada número uma obra bibliográfica que se destaque pelo seu valor histórico ou artístico. Neste boletim de maio, seleccionou-se a obra de Vitruvius “*Os dez livros sobre arquitetura*”.

Estrado externo

Trata-se de um boletim trimestral que se publica na página *web* do museu e cujo

objetivo fundamental é o de fomentar a comunicação entre o museu e o público, dando a conhecer aos visitantes, as suas atividades, os artigos de investigação das coleções e os acontecimentos diários do museu.

Alguns dos capítulos que compõem este boletim coincidem com os do boletim interno, mas acrescentam-se outros:

- apresentação;
- atividades e outras novidades;
- agenda;
- exposições;
- notícias do museu;
- enfoque;
- gabinete de curiosidades;
- notícias de Design.

e) Newsletters

A ideia da elaboração de newsletters, não é uma ideia de sempre, mas algo muito recente, o que pode explicar a falta de coerência e adequação.

São elaboradas trimestralmente e contêm informação relativa às exposições temporárias, atividades para crianças, juvenis e de adultos; para além de informações relativas a atividades extraordinárias.

Os textos são curtos e resumidos, mas não se enquadram na tipologia de escrita jornalística, uma vez que estes textos são os mesmos que servem para os catálogos, folhetos e guias do museu, que não têm de todo a mesma finalidade que a *newsletter*.

O recurso a imagens fotográficas é escasso ou quase nulo, apenas se utilizando imagens gráficas, como o logótipo de cada exposição ou a imagem realizada para ilustrar cada uma das atividades.

Todavia a imagem gráfica das *newsletters*, ainda não foi delineada, e o que se regista até agora, é uma certa incoerência gráfica, quer em cada uma das *newsletters* já produzidas, quer em relação ao resto do material de comunicação do museu.

Tudo isto resulta do facto, de não existir nenhum planeamento prévio em relação à imagem e planificação do material de comunicação do MNAD. O material vai-se produzindo aos poucos consoante a sensibilidade de cada profissional, donde resulta por vezes a elaboração de vários conteúdos sobre a mesma actividade.

f) Cartazes

Os cartazes são normalmente concebidos no departamento, para serem afixados na fachada do MNAD, quer a anunciar as exposições temporárias, quer outras atividades. São elaborados trimestralmente pela responsável da secção de atividades, do departamento, e não por uma empresa ou designer contratado. Não são utilizados cartazes para serem afixados noutras partes da cidade.

h) Dossier de Imprensa

Os dossiers de imprensa são redigidos de forma extremamente simples pela responsável do departamento, Alicia Vasquez, que está encarregada de lidar com os media e de difundir as informações do Museu para o exterior.

O formato utilizado é o de um documento Word, com a descrição de cada atividade ou exposição, assim como com as informações técnicas.

São normalmente elaborados dossiers sobre as exposições do Museu, bem como sobre a própria instituição.

Àngels Garcia i Ferrer, licenciada em Artes Plásticas e atualmente a terminar uma segunda licenciatura em História da Arte.

A galeria Safia nasce no ano de 1991 como uma empresa de gestão e promoção de atividades artísticas que pretende aproximar a arte ao público. Em maio de 1993 é inaugurada oficialmente, com uma exposição do artista Lluís Vilà, e a partir de então inicia um programa regular de exposições. Simultaneamente, criaram-se projetos fora da galeria com o objetivo de aproximar os artistas a um espectro mais amplo de público, transgredindo algumas vezes o marco convencional da Arte.

A missão da galeria é descrita abaixo pelas próprias galeristas: *El programa de exposiciones que como galeristas llevamos a cabo responde a un interés por profundizar en el conocimiento de la experiencia y la práctica artística contemporánea y compartirlo con la sociedad. Nos consideramos mediadores entre el artista como creador y transgresor y el público, al que queremos hacer descubrir, a través del arte, una manera diferente de ver y comprender la realidad. Nuestros objetivos se concretan en exposiciones que muestran la obra de artistas comprometidos con su trabajo y que utilizan la técnica como lenguaje plástico y estético para transmitir sus propuestas conceptuales. Con casi 20 años de actividad, hemos visto consolidar la carrera de jóvenes talentos a los que dimos su primera oportunidad de exponer, hemos descubierto al público nacional artistas internacionales y hemos acercado los circuitos galerísticos y el arte contemporáneo a nuevos espectadores.*

A participação em feiras de arte e em eventos artísticos nacionais e internacionais é escassa, uma vez que a dimensão da galeria é pequena e os custos de participação são elevados. Ainda assim destacam-se a participação em: primavera Fotográfica (Barcelona) 1996-2004, Artexpo (Barcelona) 1997, New Art (Barcelona) 2000-2003, Loop (Barcelona) 2003-2004, Fem Art Mostra d'Art de Dones (Barcelona) 2006-2008, Salò del Còmic (Barcelona) 2006, e INDEX (Dubai) 2007.

Os artistas representados pela galeria são: Phyllis Alter, Eva Armisen, Michelle Concepción, Amanda Coogan, Rosó Cusó, Marta Darder, Angèle Etoundi Essamba, Mireia Feliu Fabra, Jordi Gispert Pi, Albert Gonzalo, Michel Hosszú, Manolo Laguillo, Francisca López, Maïs, Nico Nubiola, Perico Pastor, Joan Pueyo, Rosa Puig, Eduard Resbier, Cesc Riera, Gonzalo Rueda, Nacho Tatjer, Monia Touiss, Daniel Tousignant, Tv Boy, Aaron Vidal, Segimón Vilarasau, Peter Voigt, Ester Xargay, Jorge Zambrano e Mariano Zuzunaga.

A galeria recebe apoio institucional e financeiro da ICIC – Instituto Catalão das Indústrias Culturais.

5.3 Programas e Atividades

Events present a valuable public relations opportunity. We know that direct communications with target groups make a greater impact than any other form of communications⁴.

A galeria leva a cabo uma série de iniciativas que não se limitam unicamente ao espaço físico da galeria, como sendo exposições exteriores ao espaço da galeria, participação em eventos culturais e artísticos, e projetos de cooperação com outras Instituições. Paralelamente por norma, planeiam-se e executam-se exposições todos os meses de diversas técnicas artísticas como a pintura, a escultura e a fotografia essencialmente, mas também de *video art* e de *performance*.

Desde 1990, que a galeria organiza **HIPERMERC'ART**⁵, uma exposição de arte contemporânea que pretende aproximar a arte ao público em geral, através do conceito de *self service*, com preços acessíveis. Fomentar o interesse pelo colecionismo e dar a conhecer novos artistas, são os principais objetivos deste evento, que se realiza todos os anos por altura do Natal na Sala Vinçon, no Passeig de Gràcia em Barcelona.

A galeria também em 1990, comissariou a exposição **Rumba catalana** (com os ilustradores Carme Solé Vendrell, Peret, Roger Subirachs, Joan Corominas...) em Nîmes, França.

Em 2001 lançou-se no projeto **L'illa D'Art**⁶; uma exposição coletiva de arte contemporânea elaborada segundo um modelo tradicional e com uma arquitetura efeméa concebida *ad hoc*, para um espaço exterior á galeria; o Centro Comercial L'illa Diagonal em Barcelona. Através deste projeto pretende-se provocar e estimular o encontro com a arte contemporânea.

⁴ RUNYARD, Sue and FRENCH, Ylva; Marketing and Public Relations handbook for museums, galleries and heritage attractions. Altamira Press, Oxford, 1999

⁵ Em anexo encontram-se todas as ilustrações gráficas referentes a este evento.

⁶ Em anexo encontram-se todas as ilustrações gráficas referentes a este evento.

Em 2005 foi responsável pelo comissariado para o projeto internacional *Living Landscape, Ireland & Catalunya-Spain*, fazendo a seleção de artistas residentes na Catalunha (Chema Alvargonzález, Clarissa Cestari, Domènec, Jordi Gispert Pi, Maïs, Jorge Satorre e Ignacio Uriarte) e de artistas irlandeses (Amanda Coogan, Anita Groener, Katie Lincoln, Patricia McKenna, Fx Murphy, Sinéad Ní Mhaonaigh, Alanna O’Kelly y Niamh O’Malley) que se encontraram em Cork na Irlanda, para elaborar um projeto paisagístico. Mais tarde em 2010 levou-se a cabo no Centro de Artes de Santa Mónica em Barcelona, o lançamento do livro *Living Landscape: Ireland and Catalunya-Spain*, realizando-se também uma mesa redonda relacionada com o projecto.

Em 2009, a Safia realizou novo projeto de comissariado, desta vez para a exposição *Error 3*, no Centro Jawahar Kala Kendra de Jaipur, Índia, com a participação de Patricia Soler, Bibiana Crespo, Paul Gough, John France, Yusaku Fujiwara, Chiaki Kurumizawa, Archana Joshi, Harshiv Kumar Sharma.

No que diz respeito a projetos de cooperação incluem-se:

- todas as inaugurações simultâneas e outros eventos promovidos pela associação *Art Barcelona* (da qual a galeria faz parte);
- a participação no evento a *Festa da arte nas galerias 2011*⁷, promovido pela Associação *Art Catalunya* e com o apoio do Instituto catalão das Indústrias Culturais;
- projetos de cooperação com o Instituto catalão das Indústrias Culturais;
- e projetos de cooperação com outras Instituições culturais e artísticas.

Com todos estes eventos a galeria pretende assegurar e atrair novos públicos, patrocinadores, mecenas e clientes, para além de fomentar o colecionismo. Este tipo de eventos também serve para criar acontecimentos mediáticos e assim divulgar ainda mais a galeria .

5.4 Comunicação

Promover e divulgar uma organização é informar a comunidade em geral e o público-alvo dessa organização em particular, da sua existência e dos seus objetivos.

⁷ Em anexo encontram-se todas as ilustrações gráficas referentes a este evento.

A divulgação da galeria é exercida por ambas as galeristas e incide sobretudo em:

- Mailing, a jornalistas, colecionadores, clientes, e profissionais da área da cultura;
- Cartas/encomendas, em situações muito específicas e pontuais (por exemplo envio de catálogos de exposições a jornalistas pré-determinados)
- Redes sociais e internet;
- Contactos pessoais.

A partir da base de dados da galeria procede-se ao **mailing**, cujo conteúdo é redigido numa linguagem informal e uma informação prática e concisa. Destina-se aos clientes habituais da galeria; aos colecionadores que se encontram na base de dados da mesma; a todos os jornalistas de revistas, jornais, rádios ou televisões com conteúdos culturais; e ainda a profissionais da área da cultura e das artes, como funcionários de organismos públicos como museus, institutos, universidades, e outras entidades do ramo cultural.

As **redes sociais** e a **internet** são uma nova e grande ajuda que se encontram ao alcance da galeria para assim fazer a divulgação da sua imagem e atividade. Através do facebook é possível fazer actualizações diárias sobre exposições, artistas, a galeria, e outras notícias.

Tão importantes como o *mailing*, são os **contactos pessoais**, que ocorrem normalmente em inaugurações, em conferências de imprensa, em entrevistas, em *cocktails* ou outros, e que servem para dar a conhecer e começar a estabelecer uma relação entre instituições. Disso foi o caso, o encontro internacional de galeristas, *Talking Galleries* ocorrido no MACBA em finais de setembro de 2011, onde foi possível trocar conhecimentos, ideias e contactos.

O principal meio de divulgação usado pela a galeria são as relações públicas, que pressupõem uma comunicação não paga, utilizando meios e espaços disponíveis na televisão, imprensa escrita, realizando festas, etc. Assim sendo privilegiam-se:

- As revistas de lazer e ócio, de moda, decoração como, a *Time Out Barcelona*, a *El Mueble*, *Marie Claire*, *AD*, *Barcelona Metropolitan* ou *La guia del ocio*, para citar os principais;
- Os jornais nacionais e regionais como, o *El Periodico*, *La vanguardia*, *El Punt*, *El Mundo*, *El Pais* ou *Abc*;
- As rádios locais;

- A televisão nacional e regional, com incidência em programas com conteúdos culturais;

No que diz respeito ao envio da informação, para todos os meios de comunicação em cima citados, normalmente faz-se com um mês ou mais de antecedência, no caso das revistas, televisão e rádios; com uma semana para os jornais diários e com duas a três semanas para os semanários e suplementos culturais, de forma a que os conteúdos possam ser integrados como se pretende em cada uma das diferentes publicações. Quanto às *press releases*, são dirigidas sempre que possível ao editor da secção que mais interesse terá no assunto que se pretende divulgar (secção de arte, cultura ou lazer).

No que respeita aos conteúdos destinados á internet (grosso modo) e ás redes sociais, a periodicidade é muito mais flexível, dependendo da quantidade de informação a divulgar. No caso do *facebook* a intenção é que todas as semanas se produzam atualizações, quer a nível de notícias sobre a galeria, quer sobre o contexto em que esta se insere. Para além do página oficial da galeria, que está sempre atualizada e possui ligação direta ao *facebook*, existem outras páginas ás quais a galeria se encontra vinculada, como é o exemplo do site oficial de *Art Barcelona*⁸ ou de *Art Present*⁹.

Para além do serviço de relações públicas vinculadas com a comunicação social, também se utilizam outras formas de promoção da galeria: o passa-a-palavra, a elaboração de folhetos, catálogos de exposições, livros de artistas, convites, inaugurações de exposições, cocktails e conferências de imprensa.

A elaboração de folhetos, catálogos, convites e site encontram-se a cargo de um serviço exterior á galeria, isto é a nível de design, e possuindo todos os produtos a mesma imagem e linguagem.¹⁰ A distribuição não existe, cingindo-se apenas ao espaço da galeria, no casos dos folhetos, e no caso dos catálogos e livros de artistas (estes nem sequer chegam a ser vendidos); estes materiais destinam-se também apenas ao espaço da galeria e a clientes, colecionadores ou jornalistas como oferta. Paralelamente a este material gráfico e de comunicação elaborado pela galeria, existe também aquele que é elaborado pela associação *Art Barcelona*, no qual muita vezes se

⁸ <http://www.artbarcelona.es/>

⁹ <http://www.artpresent.net/>

¹⁰ verificar em anexo.

incluem informações referentes á galeria.¹¹

Os cocktails e as conferências de imprensa são normalmente programados pela associação *Art Barcelona*, uma vez que representam um investimento razoável para o pequeno orçamento da galeria, e também porque a própria galeria não reúne conteúdos suficientes para que se possa agendar uma conferência de imprensa. Contudo estas ocasiões têm-se revelado muito fruitivas profissionalmente.

Dada a dimensão da galeria não existe um Plano de Comunicação ou de Marketing propriamente dito, mas o serviço é desempenhado satisfatoriamente com pequenos e eficazes recursos.

5.5 *Art Barcelona* – Associação de Galerias de Arte de Barcelona

Desde a sua fundação, em 1990 que, *Art Barcelona* trabalha na descoberta, na defesa e na promoção da arte contemporânea. Esta é a primeira associação de galerias de arte contemporânea criada em Espanha e reúne as mais emblemáticas de Barcelona.

O trabalho realizado a partir das galerias de *Art Barcelona* deu a conhecer internacionalmente muitos dos mais reconhecidos artistas contemporâneos da Catalunha, e também serviu para dar a conhecer o trabalho de artistas estrangeiros do panorama atual.

As galerias de arte contemporânea desempenham um papel fundamental na vida cultural de espanhola. Não são apenas espaços comerciais que oferecem aos seus clientes e colecionadores a oportunidade de adquirir obras de arte, mas também fornecem um espaço livre, onde se formam as tendências do que irá ser exibido em museus, e informam o espectador relativamente ao mercado de arte contemporâneo. O galerista encarrega-se de difundir e promover o património cultural de um país.

- Serviços de Comunicação:

A associação elabora quadrimestralmente um folheto desdobrável em formato A5 com a programação de cada galeria¹². Para além disso reúne sempre que necessário

¹¹ verificar em anexo.

¹² Ver em anexo.

em conferência ou em cocktail de imprensa os galeristas e outros profissionais ligados à associação.

Em 2010 a associação cumpriu 20 anos de funcionamento. A celebração foi feita com a inaugurações de exposições em todas as galerias, subornidadas ao tema “Descobrir, Defensar i Difondre l’art”, e também com uma publicação conjunta sobre todas as galerias da associação até á data.¹³

- Direção de Art Barcelona:

Presidente - Carlos Duran Basté (Galería Senda)

Secretário - Ana Mas Salse (Masart)

Tesoureiro - Violant Porcel Roque (Galería Marlborough)

Vogais - Joan Anton Maragall Garriga (Galería Trama) Carles Taché Mitjans (Galería Carles Taché) Juan de Muga Doria (Galería Joan Prats) Cristina Hartmann (Galería Hartmann)

Gerente - Yésula Varela

- Galerias constituintes:

3 Punts Galeria; Galeria Àngels Barcelona; Galeria Alonso Vidal; Galeria Carles Taché; Galeria Eude; Galeria Ferran Cano; Galeria Fidel Balaguer; Galeria H2o; Galeria Hartmann; Galeria Joan Gaspar; Galeria Joan Prats; Galeria Joan Prats - Artgràfic; Galeria Maeght; Galeria Marlborough Barcelona; Galeria MiTO; Galeria René Metras; Galeria Safia; Galeria Senda; Galeria Senda - Espai 2nou2; Galeria Trama; Kowasa Gallery; masART Galeria; N2 Galeria; Raïña Lupa Galeria Ediciones.

- Apoio:



Generalitat de Catalunya
**Institut Català
de les Indústries Culturals**

- Colaboram:



¹³ todo este material referido se pode ver em anexo.

5.6 ICIC – Instituto Catalão das Indústrias Culturais

O setor cultural tem um papel muito importante nas sociedades atuais, na medida em que a sua atividade se repercute positivamente no conjunto da sociedade, tanto de um ponto de vista de enriquecimento pessoal como na melhoria das condições socioeconómicas. Neste sentido, o investimento público e privado, na cultura tem a finalidade de criar aspetos positivos sobre população, muito mais elevados do que muitos investimentos noutros setores.

Um setor cultural desenvolvido e dinâmico, possui a maior garantia de solidez e independência económica de um país, numa altura em que fragilidade e dependência são fundamentais numa economia globalizada. A capacidade de decisão de um país e a capacidade de gestão do seu talento próprio são pilares básicos de uma indústria cultural sólida e com capacidade para se projetar internacionalmente, para além das limitações do mercado nacional de cada país ou cultura.

No Instituto catalão de Indústrias Culturais (ICIC), entidade integrada no Departamento de Cultura e Meios de Comunicação da Generalitat da Catalunha, te, conscientes destes valores, e por isso os seus esforços vão de encontro ao desenvolvimento de políticas de apoio aos diferentes setores das Indústrias Culturais; Audiovisuais, das Artes do Espetáculo, da Música, dos Livros, e das Artes Plásticas, de forma a consolidar um tecido empresarial sólido e capaz de competir com o mercado aos quais se destinam estes produtos.

As políticas do ICIC estabelecem-se sob diferentes eixos; quer através do apoio financeiro às empresas e associações profissionais, quer a partir de um apoio indireto a ações empresariais ou do setor. No primeiro caso, o apoio financeiro é diverso e atualmente pode ir desde a subvenção a fundo perdido, para diversas finalidades e projetos singulares, sem excluir contudo num futuro imediato, outros apoios que supõem uma responsabilidade financeira maior. No âmbito do apoio direto, as atividades formativas ou informativas, os serviços de consultadoria e, sobretudo de promoção através da implicação direta ou indireta em mercados e festivais, tanto no território catalão como for a dele, constituem a atividade principal.

A atividade do ICIC é sem dúvida importante para o setor das Indústrias Culturais da Catalunha, para além de ser uma ferramenta complementar á sólida ação realizada por um setor empresarial que encara o futuro com uma dose de dinamismo e

flexibilidade imprescindíveis para subsistir, crescer e adaptar-se á nova era digital.

O ICIC e as Artes Plásticas

Nos últimos anos o mercado de arte contemporânea mudou de forma radical devido á globalização, ás novas linguagens artísticas e, á mudança dos circuitos de informação. No entanto, a relação artista-galeria continua a ser um elemento determinante de inserção no mercado, e as galerias constituem o coletivo empresarial mais representativo deste setor.

Na Catalunha há atualmente 200 galerias de arte, 70% das quais localizam-se em Barcelona e na sua área metropolitana. O setor está estruturado em quarto associações, algumas delas recém criadas e outras com vários anos de funcionamento. São elas: o Gremi de Galeries d'Art de Catalunya, Associació Art Barcelona, Art Catalunya e Galeries Independents de Catalunya.

No que respeita a feiras de arte cabe destacar as duas mais internacionais LOOP e SWAB. A LOOP dedica-se exclusivamente à video art e encontra-se já bem consolidada entre os profissionais do setor. A SWAB celebrou a sua quarta edição este ano e dedica-se às últimas tendências da arte contemporânea internacional. Em 2008 cria-se a feira virtual Artícula, como referência da arte catalã e internacional. O portal dá acesso a cerca de 60 galerias que apresentam 800 artistas e 2000 obras, recebendo aproximadamente 3600 visitas por mês.

Outros eventos importantes são a atribuição dos Prémios GAG por parte das quarto associações de galerias que pretendem destacar personalidades e entidades que tenham contribuído para a difusão e desenvolvimento do mercado de arte; e o Tardor de l'Art, um festival que reúne as galerias com o objetivo de produzir programas que possam alcançar um público mais amplo.

A atuação do ICIC no que respeita às artes plásticas, está sobretudo ligada às galerias de arte e às suas associações profissionais.

5.7 *Talking Galleries* – Encontro Internacional de Galeristas

Talking Galleries foi o primeiro encontro internacional de galeristas, uma plataforma aberta que pretende estabelecer uma base para a reflexão e debate em torno de um dos agentes mais destacados do mercado de arte. O seu objetivo é

proporcionar o espaço ideal para o pensamento e, promover o encontro de profissionais a nível internacional, assim como a sua interação com o panorama galerístico da cidade.

Desta forma, Barcelona converter-se-á todos os anos, durante três dias, no epicentro internacional do debate sobre o mercado de arte contemporânea e o mundo das galerias de arte.

Organizado e idealizado pela Fundação *La Fabrica – Barcelona*¹⁴, as *Talking Galleries*, contaram com o apoio institucional do Ministério da Cultura espanhol, do Ajuntament de Barcelona – Institut de Cultura, da Generalitat de Catalunya Departament de Cultura – Institut Català de les Indústries Culturales e do MACBA – Museu de Arte Contemporânea de Barcelona.

Decorreram entre os dias 19 e 21 de setembro de 2011 no auditório do MACBA e contaram com a presença de: Georgina Adam (jornalista do Financial Times e do Arts Newspaper), Emilio Alvarez (galerista catalão e codiretor do LOOP festival), Eduardo Brandão (galerista brasileiro), Sílvia Dauder (galerista catalã), Helga de Alvear (galerista madrilena), Estrella de Diego (professora e curadora de arte contemporânea na UCM), Ann Demeester (diretora do Appel Arts Centre em Amesterdão), Carlos Durán (galerista catalão e codiretor do LOOP festival), Luise Faurschou (galerista dinamarquesa), Victor Gisler (galerista suíço), Carles Guerra (chief Curator MACBA), Noah Horowitz (diretor da VIP Art Fair em NY), Pierre Huber (galerista suíço), Casey Kaplan (galerista nova-iorquino), Soledad Lorenzo (galerista madrilena), Paul Maenz (galerista alemão), Claes Nordenhake (galerista sueco e membro do *committee* da Art Basel), Gregor Podnar (galerista esloveno), Janelle Reiring (galerista nova-iorquina), Ricardo Resende (galerista brasileiro), Guillermo Romero Parra (galerista madrileno), Robert Tornabell (professor de finanças e banca internacional na ESADE Barcelona), Carlos Urroz (diretor da ARCO), e Boris Vervoordt (galerista belga).

Foram debatidos temas como: “O novo papel do galerista no mercado da arte”, “O galerismo e a crise económica”, “O futuro das feiras de arte”, “O galerista como colecionador”, “A internacionalização de uma galeria de arte”, e “Mercados

¹⁴ **La Fabrica** estabelece-se em Barcelona em 2008, dirigida por Lluçia Homs, pretendendo criar projetos culturais em colaboração com outras instituições e posicionar Barcelona no panorama cultural internacional. La Fabrica – Barcelona nasce como uma nova sede da La Fabrica – Madrid, que por sua vez foi fundada em 1994. La Fabrica organiza atividades como a PhotoEspaña; edita revistas como o Matador, OjodePez e Eñe; possui uma editora, galerias de arte especializadas em fotografia e artes visuais, várias plataformas na internet, programas de mestrado; e para além disso tem colaborado também com a criação de centros como a Casa Encendida em Madrid.

emergentes com incidência no caso brasileiro”.

Para além do conjunto de conferências e debates, as Talking Galleries, foram também elas compostas por visitas guiadas a diversas instituições culturais da cidade, como a Fundação Miró, o MACBA e às galerias de arte contemporânea de Barcelona.

Talking Galleries estabeleceu-se como *think tank* com a participação de mais de 150 galeristas de todo o mundo, que se reuniram em Barcelona para debater o presente e o futuro das suas profissões.

Foram 3 dias de intensas conferências de debate e reflexão sobre vários dos temas mais importantes que afetam os galeristas e o mercado de arte contemporânea, e que atraíram ao auditório do MACBA cerca de 200 pessoas por dia, procedentes de todo o Mundo, entre assistência, oradores e media.

Talking Galleries propôs ideias para o presente e futuro a curto e longo prazo, no panorama galerístico internacional, que foram resumidas e expostas por Georgina Adam¹⁵ e Lluçia Homs¹⁶ na conferência de encerramento.

Eis algumas das principais conclusões expostas por Georgina Adam através da sua observação que fez ao longo dos três dias de conferências:

- O negócio das galerias de arte não é um negócio como outro qualquer; aqui o contacto pessoal é um elemento fundamental;
- A paixão pela arte é mais importante que o dinheiro;
- Não se pode ignorar a globalização e há que adaptar-se a ela para sobreviver, mas não se deve perder o encanto e a importância das pequenas exposições locais;
- As galerias assumem-se como organismos de grande importância cultural para cada país e região;
- É essencial que as galerias esqueçam rivalidades e que colaborem entre si, para criarem e reforçarem uma voz mais unida e forte no panorama da arte internacional.

Para além destas conclusões, durante o encontro também se discutiram outros assuntos de igual importância como a relação entre galerista e artista; o papel das

¹⁵ Jornalista do Financial Times e do The Art Newspaper. Professora Sotheby's Institute of Art e Christie's Education. Especialista em mercados de arte.

¹⁶ Diretor da galeria com o mesmo nome em Barcelona, ex-diretor da La Fabrica – Barcelona e idealizador do projeto *Talking Galleries*.

feiras de arte e a necessidade de encontrarem a sua própria identidade; a obrigação de conhecer a fundo cada um dos mercados emergentes e evitar as generalizações para poder estudar-se por completo cada caso; ou a necessidade das galerias espanholas se internacionalizarem.

Foi um evento amplamente divulgado pelos media espanhóis e que coincidiu com a abertura da nova temporada das galerias madrilenas. El Mundo – El Cultural, El País, Público, El periódico de Catalunya, La Vanguardia, El Punt/Avui, Ara, Telenotícies/TV3, Financial Times, foram os principais *media* a emitir a notícia deste evento, quer através de notícias anteriores ao evento, quer através de notícias publicadas durante e após o evento. Na maioria dos casos deu-se particular relevância ao assunto, aprofundizando-o e em algumas situações emitindo mais do que uma notícia.¹⁷

6. Atividade desenvolvida nas duas instituições

6.1 MNAD

O meu estágio no MNAD iniciou-se a 8 de outubro de 2010 e terminou a 29 de abril de 2011. Fui inserida no Departamento de Comunicação e Difusão, juntamente com outras estagiárias e com as funcionárias do departamento. O número de estagiárias rondou sempre os 4/5 simultaneamente; um número bastante elevado tendo em conta o funcionamento do departamento. A proveniência geográfica e a experiência profissional destas estagiárias era variada. Provinham da Europa e América do Sul (Chile, Argentina e Perú)¹⁸, assim como de áreas relacionadas com a História da Arte, Museologia, Conservação, Restauro e Relações Públicas.

Relativamente às funcionárias do departamento, a sua formação profissional limita-se à História da Arte, Museologia e Gestão Cultural.

No que diz respeito às tarefas por mim desempenhas no MNAD durante todo o estágio, destacam-se os trabalhos gráficos e o apoio à montagem e realização da exposição *Reciclaje: una vieja palabra de una joven historia*.

O meu estágio inicia-se em outubro, e durante este mês tive a possibilidade de:

¹⁷ Em anexo encontram-se inseridas as notícias acima referidas.

¹⁸ Estas estagiárias latino-americanas, estiveram a realizar um programa de bolsas de estágio, apoio pelo Ministério da Cultura espanhol.

analisar documentos técnicos do museu tais como o Plano Museológico, o Plano de Atividades, atas e material de comunicação e dar o apoio na realização da exposição *Reciclaje: una vieja palabra de una história joven*, nomeadamente na documentação e montagem.

No mês de novembro elaborei conjuntamente com a estagiária peruana, formada em Arte e Comunicação, um dossier de imprensa para a exposição *Reciclaje: la vieja palabra de una história joven*. Para além disso tive também a oportunidade de elaborar o convite e o *flyer* da mesma exposição, seguindo modelos anteriores.

Em dezembro finda a preparação da exposição *Reciclaje: una vieja palabra de una história joven*, dediquei-me a outro tipo de tarefas, nomeadamente: à elaboração do painel de atividades trimestrais de janeiro a março de 2011, para exibir na fachada do museu; à elaboração da *newsletter* (que parecia não existir até então no museu) trimestral de janeiro a março de 2011; ao *flyer* da atividade para adultos *Pieza del Mes* de janeiro; e ao auxílio gráfico no Boletim externo do museu (*Estrado*);

Em janeiro tive a oportunidade de elaborar, o *flyer* da *Pieza del Mes* de fevereiro, e a elaboração de um *slide show* com as atividades trimestrais do museu, que seriam exibidas na entrada do MNAD.

Em fevereiro tive a oportunidade de elaborar, o *flyer* da *Pieza del Mes* de março, e continuei, dando apoio ao Departamento nas tarefas diárias.

Em março tive a oportunidade de elaborar, a *newsletter* trimestral de abril a junho de 2011; o painel de atividades de abril; um *slide show* sobre a atividade que celebrou o dia da Mulher – Projeto M; e uma ilustração para comemorar o Dia do Livro.

E finalmente no meu último mês de estágio, em abril, tive a oportunidade de realizar o *flyer* da *Pieza del Mes* de abril.

Para a realização de todas estas tarefas gráficas, utilizei os conhecimentos adquiridos na disciplina (opcional) de Design e Comunicação Visual, nomeadamente no que respeita à elaboração de *flyer* e *newsletters*. Usei programas como o Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Freehand e Adobe InDesign, sempre com o apoio e auxílio da técnica do museu, destacada para este tipo de tarefas.

Relativamente ao trabalho produzido passo a analisar:

- *Piezas del Mes*

Todos os folhetos realizados no âmbito da atividade *Pieza del Mes*,

possuem um *layout* uniforme e são realizados por Lucía Aragón, que está responsável pela elaboração de programas educativos e de material gráfico do MNAD.

Possuem 3 faces interiores e exteriores. No lado exterior existe uma face dedicada a um pequeno glossário, que irá solucionar as dúvidas do leitor menos conhecedor da matéria, assim como uma face dedicada a informação técnica do MNAD e respetivos logótipos, e finalmente uma face dedicada ao título e imagem da obra escolhida para o mês em questão. Ainda nesta última face principal encontramos informação relativa ao especialista que irá proferir a palestra assim como os horários, dias e locais da realização da atividade.

Estes folhetos são normalmente colocados no balcão da entrada do museu.

Realizei 4 folhetos da atividade *Pieza del Mes*, referentes ao mês de janeiro, fevereiro, março e abril de 2011.

- Newsletters

As newsletters do MNAD eram normalmente produzidas em formato Word pela responsável do Departamento e enviadas por e-mail para os jornalistas que as requeriam. Mais propôs elaborar algo mais dinâmico e contemporâneo, uma vez que o formato inicial resultava demasiado absuleto. Assim a *newsletter* passou a conter informação mais reduzida e mais imagens.

O formato da newsletter por mim produzida, passou a estruturar-se da seguinte forma: cabeçalho, identificando a Instituição e o mês (ou meses) a que se referia; seguido de informação e respetivas imagens sobre cada uma das exposições temporárias; informação sobre todas as atividades para crianças, jovens e adultos; finalizando com a informação técnica do Museu.

O *layout* foi proposto e aceite pelo Departamento, tendo-se mantido intacto durante os números seguintes, apenas se alterando as cores para diferenciação dos meses.

- Dossier de Imprensa *Reciclaje: la vieja historia de una palabra joven*

O dossier de imprensa foi elaborado em conjunto com a estagiária peruana

Suzy Sano.¹⁹

A sua estrutura era a seguinte: capa, com o logos da exposição, data, local; seguido de um texto com os objetivos da exposição; na terceira página, logos que ilustram as 5 ideias chave de toda a mostra, terminando com a ficha técnica da exposição e as informações do Museu.

Todos os logos foram produzidos por Lucía Aragon, responsável pelos programas educativos e pelo Design de Comunicação do Museu. Foi a partir destes elementos que elaborei o *layout*.

- Convite para a exposição *Reciclaje: la vieja historia de una palabra joven*

Elaborei o convite seguindo o layout definido para o dossier de imprensa, e outros modelos de convites patente no arquivo do Departamento.

- Folheto da exposição *Reciclaje: la vieja historia de una palabra joven*

Elaborei o folheto da exposição seguindo também parte do *layout* definido para o dossier de imprensa, e outros modelos de folhetos patente no arquivo do Departamento. Possui 2 faces e encontra-se dividido por 4 colunas em cada uma delas. Estruturou-se da seguinte forma:

- face exterior: capa, informações técnicas do Museu, glossário, e exercício de origami;
- face interior: texto e imagens referentes à exposição.

- Painéis de atividades

Elaborei painéis de atividades para expor na fachada do museu, em grandes telas, referentes aos meses de janeiro, fevereiro, março e abril.

O *layout* é o mesmo em todos os meses, variando apenas a periodicidade. Contêm informações sucintas referentes ao horário de funcionamento do Museu, visitas guiadas, exposições temporárias e atividades educativas.

- Slide Show

Elaborei uma apresentação em Power Point com informações sobre as atividades trimestrais e as exposições temporárias, que se destinava ao LCD da

¹⁹ Susy Sano participou no programa de estágios do Ministério da Cultura espanhol, durante 2 meses, sendo simultaneamente funcionária do Departamento de Comunicação, do MALI (Museu de Arte de Lima).

entrada do Museu.

- Dia do teatro

Para comemorar este dia, elaborei um cartaz com texto explicativo da atividade e respetiva imagem.

- Dia da mulher

Para celebrar o dia da mulher, o Museu propos aos visitantes uma “exposição virtual”; um slide show que passou durante todo o dia 8 de março de 2011, numa tela gigante. Nela exibiu-se uma seleção de imagens e biografias e mulheres artistas do século XX.

Todos os trabalhos descritos em cima e por mim produzidos, encontram-se em Anexo.

6.2 Galeria Safia

O meu estágio na galeria inicia-se a 9 de maio de 2011 e termina a 30 de setembro de 2011. No primeiro e segundo mês dividi funções com uma estagiária francesa, estudante de negócios internacionais e cujo objetivo era especializar-se em mercados de arte.

Foram-me atribuídas tarefas ligadas à Comunicação como: a elaboração de press-releases, dossiers de imprensa, *mailing*, manutenção das redes sociais, e apoio noutras tarefas quotidianas da galeria.

Em maio estive envolvida na análise do trabalho de comunicação produzido pela galeria até à data; na manutenção da página da galeria no facebook; na elaboração de um clipping das últimas notícias da galeria; na preparação logística do evento L’illa D’art; e na atualização da página da galeria pertencente à Associação *Art Barcelona*.

Durante o mês de junho estive sempre envolvida no projeto L’illa D’art, que se trata de uma exposição anual organizada pela galeria e que se repete já 11 anos no espaço comercial L’illa em Barcelona.

O objetivo desta exposição é aproximar o público à arte contemporânea, sensibilizando-o também à compra, uma vez que os preços praticados são menos elevados do que os do espaço da galeria em si. Nesta edição participaram artistas

maioritariamente catalães, que já estão habituados a trabalhar com a galeria, mas também alguns artistas internacionais.

As minhas tarefas durante este mês prenderam-se essencialmente com a venda de obras de arte e com o contacto com artistas, compradores e colecionadores.

No mês de julho dediquei-me á elaboração de um dossier sobre a obra *The largest landscape in the whorld* do artista Jordi Gispert Pi, que serviu para a candidatura da galeria á *Indian Art Fair* a realizar no próximo ano em Nova Delí. Paralelamente também me ocupei do *mailing* diário da galeria e da atualização das redes sociais da galeria.

Durante o mês de agosto apenas estagiei metade do mês devido a período ao férias da galeria tendo-me ocupado apenas da elaboração da *press release* da exposição de setembro intitulada *Movements* da artista Michelle Concepción, e do respetivo envio para os *media*:

- revistas de arquitetura, decoração, lazer e ócio e moda como: Time Out Barcelona, Cosmopolitan, El Mueble, Marie Claire, AD, BCN Metropolitan, La guía del Ocio, (...);
- jornais como: El periódico, La Vanguardia (e respetivos suplementos culturais), El Punt, El Mundo, El Pais, ABC, e jornais catalães;
- rádios locais da Catalunha;
- televisão: canais da Catalunha e canais nacionais, todos com incidência nos programas televisivos de carácter cultural.

Em setembro prossegui as minhas tarefas no que respeita á atualização e manutenção das redes sociais da galeria, e no envio de *mailings* com a programação do mês de setembro para jornalistas e clientes.

Para além disso estive ativamente envolvida na inauguração da exposição *Movements*, recebendo a artista dando-lhe auxílio, participando na montagem e na receção dos convidados. Nesse mesmo dia, inauguravam simultaneamente outras exposições nas galerias de Barcelona pertencentes á Associação Art Barcelona, o que culminou com um cocktail final em que participaram artistas, galeristas e agentes culturais de diversas entidades públicas catalãs.

Dias antes havíamos participado no encontro internacional *Talking Galleries* no MACBA.

Terminei as minhas tarefas com a elaboração final de uma *press release* respeitante á exposição HIPERMERC'ART, que tal como a exposição L'illa D'art, se realiza

anualmente fora de portas, e para a qual tive a oportunidade de ser convidada a trabalhar na venda de obras de arte, após o excelente resultado da experiência em L'illa D'art. Esta exposição decorrerá já depois de terminado o meu período de estágio, de dezembro de 2011 a janeiro de 2012, na Sala Vinçon, no Passeig de Gràcia em Barcelona.

Todos os trabalhos produzidos e todas as imagens e documentos contextualizadores do meu período de estágio na galeria, encontram-se em anexo por uma questão de organização.

7. Revisão Bibliográfica

Nestes tempos de constantes mudanças, a especialização profissional tornou-se uma necessidade imperiosa.

Nos Museus, nas Galerias de Arte e noutras Instituições Culturais, nota-se uma procura cada vez maior de especialistas para os vários departamentos que os constituem.

Assim por exemplo, a nível de Departamentos de Comunicação, existem muitos especialistas em Assessoria de Imprensa, Relações Públicas e Design, que os constituem. Cada um deles tem o seu papel bem definido, e no que respeita ao assessor de imprensa e ao relações públicas, as suas tarefas principais passam sobretudo por promover a Instituição onde trabalham junto dos Meios de Comunicação.

A forma como a informação é transmitida supõe uma organização e uma regulamentação previamente definida. Assim, elaboram-se vários meios de comunicar uma notícia, como sendo: o comunicado à Imprensa, a notícia redigida, as conversas pessoais, os almoços e jantares com os órgãos de Comunicação Social, os *cocktails* de Imprensa, a visita de imprensa e o Dossier de Imprensa.

No que respeita à elaboração do comunicado de imprensa ou press release, este visa contra um facto, redigido sob a forma de notícia, a fim de facilitar a tarefa do jornalista que, ao recebê-lo na redação, normalmente está assoberbado de trabalho. Por isso, é necessário que o responsável pelo serviço de imprensa possua os conhecimentos de jornalismo que, sobretudo neste caso, lhe irão ser muito úteis.

Por outro lado, há que ter em conta o fator humano. Se se considerar que um redator recebe diariamente dezenas de comunicados, das mais diversas proveniências,

compreende-se facilmente que um comunicado já elaborado em notícia, com um título (ou, antes, uma proposta de título), um lead e um corpo de notícia, exerça uma certa “tentação” em ser utilizado. E terá provavelmente mais possibilidades de ser publicado (ou pelo menos, beneficiará de certa precedência) do que o mesmo assunto comunicado sob a forma de um texto floreado, recheado de palavras rebuscadas e com pormenores de importância secundária, onde os factos mais relevantes, mesmo a nível geral, dificilmente são descortinados.

É conveniente, pois, que o *press release* tenha a forma de uma notícia já elaborada, onde as três partes estejam bem definidas.

Mas haverá que ter em vista, ao redigi-lo, que a sua elaboração não se pode fazer apenas sob a ótica da empresa, para quem seria importante que certos aspetos fossem citados, ou até destacados; deve-se tentar ver estes através do prisma do jornalista, seleccionando os factos que sejam de interesse geral. Aqui aparece a função de “conciliador” do responsável pelo serviço de imprensa, que tem de coordenar o interesse do jornal, que deseja ter notícias, com o interesse da empresa, que deseja também ser notícia.

Quando o assunto que se quer comunicar é de grande importância ou suscetível de provocar perguntas por parte dos jornalistas interessados – e só nestes casos -, pode-se convocar uma conferência de imprensa, em vez de se proceder ao simples envio da *press release*.

Relativamente ao Dossier de Imprensa, trata-se de um auxiliar precioso para qualquer jornalista que se desloque a um evento destinado à Comunicação Social, seja ele uma conferência, um cocktail ou uma visita de imprensa.

Haverá no entanto que seguir alguns preceitos básicos para que este se torne efectivamente útil: limitar o seu conteúdo aos elementos que forem necessários para compreender e situar o acontecimento; evitar o dossier volumoso e confuso; torná-lo claro e de fácil consulta; utilizar sem receio fotografias, slides, gráficos, desenhos e todo o tipo de ilustração pertinente que sirva de apoio à elaboração da notícia; e adaptar o conteúdo do dossier de imprensa à operação que se pretende fazer e aos objetivos que se pretende alcançar.

A outra função do responsável pelo serviço de imprensa é na área da comunicação ascendente, exercer o controlo diário das eventuais notícias publicadas sobre a empresa, e que foram originadas quer pela sua ação junto dos órgãos de informação

quer por iniciativa destes.²⁰

Outra disciplina essencial para o bom funcionamento de uma Instituição Cultural, é o Marketing, neste caso aplicado á Comunicação e Gestão. Conseguir praticar uma boa estratégia de Marketing representa também uma melhor qualidade dos serviços da Instituição.

Como qualquer outro campo profissional de uma Instituição Cultural, o Marketing necessita de ser “sustentável” e sustentado. É necessário grandes bases de conhecimentos e informação, assim como habilidade em avaliar o trabalho contínuo da Instituição. Isto apenas se consegue fazer através do perfeito conhecimento sobre o negócio em questão e sobre os seus usuários.

As auditorias de Marketing internas e externas, permitem conhecer melhor o funcionamento da Instituição e perceber como a “mensagem” é entregue junto dos seus usuários, assim como estudar soluções para melhorar certos casos.

A auditoria interna pode ser o ponto de partida para todo o estudo da auditoria da Instituição, assim como para a estratégia de Marketing. O aspeto mais importante que se obtém de uma auditoria interna, são as prioridades institucionais, sendo que a partir delas se pode delinear uma estratégia a longo e curto prazo, para qualquer uma das secções da Instituição.

A auditoria externa é um importante elemento de investigação e estudo, para que se possam elaborar estratégias de Marketing e de Relações Públicas adequadas, tendo em conta boas redes de informação acerca do meio envolvente, como as alterações políticas, demográficas, económicas, assim como do planeamento urbano, e das atividades de ócio e lazer. O turismo neste caso pode ser um grande aliado, e deve ser estudado com particular atenção.

Feitas as auditorias internas e externas, elabora-se uma estratégia de Marketing, que deve ter em conta: a descrição do produto que se pretende oferecer; a descrição do contexto em que ele se insere; a definição do potencial mercado; os segmentos de mercado; a troca de ideias com colegas da mesma profissão; o desenvolvimento do Marketing Mix; revisões; custos; *timings*; e comunicação.

O Turismo é uma indústria em crescimento, e os museus encontram inegavelmente ligados a ele. O Turismo cultural provou, ser ele próprio um gerador económico. Por isso é importante que se assuma que o Turismo é um mercado em grande

²⁰ LAMPREIA, J.Martins; *A Assessoria de Imprensa nas Relações Públicas*. Publicações Europa-América. 2ª edição. Mem Martins, 1999.

desenvolvimento e a longo prazo, e que se estabeleçam contactos para o seu desenvolvimento.

À medida que várias oportunidades de lazer e entretenimento aumentam, também as de Comunicação se vão alterando e aumentando, criando assim novos campos a explorar.

A estratégia de Marketing da Instituição, também passa muito por inserir o Turismo Cultural, como um dos seus aliados e segmentos a atingir.

As Relações Públicas são uma disciplina que completa a do Marketing e da Comunicação. O objetivo desta disciplina é o equilíbrio entre a identidade e a imagem de uma organização, e a relação com a opinião pública.

Para se trabalhar de um modo eficaz como os *Media*, é necessário organização e planificação de tarefas. Para isso é necessário estabelecer-se uma base de dados, uma mailing list, ter acesso às mais recentes tecnologias, ter acesso a fotografias de qualidade, elaborar dossiers de imprensa e *press releases* adequados e *press kits*.

É também necessário definirem-se *targets*, *timings*, campanhas, eventos e aparições nos Media.

Os eventos apresentam-se como uma importante oportunidade para as Relações Públicas. Sabe-se que a comunicação direta com os grupos-alvo, tem um maior impacto, do que qualquer outra forma de comunicação.

Objetivos claros, boa organização e qualidade na entrega, devem ser os aspetos principais de qualquer evento, que digam respeito a museus, galerias ou outras atrações.

Conseguir financiamento para elaborar projetos a médio e a longo prazo, deve ser outra das prioridades de qualquer Instituição.

Existem uma forte relação entre a procura de financiamento e o Marketing e Relações Públicas. Os Museus e Galerias necessitam de ter uma imagem e um perfil na comunidade local e internacional, e um bom trabalho de publicidade, de forma a que consigam atrair investidores, e de forma a que estes possam também, obter benefícios.

O Marketing e as Relações Públicas definem um plano estratégico para atividades de financiamento, contudo este plano não deve ser elaborado apenas com base nestas duas disciplinas.

Quanto melhor se conhecer a própria Instituição, mais fácil se torna conseguir

patrocinadores e mecenas que nos dêem credibilidade e financiamento.²¹

Os visitantes dos museus e de outras instituições culturais, não querem limitar-se mais a receber informações sobre uma nova exposição ou atividade; querem antes, interagir com os novos Meios de Comunicação, passando a formar parte do processo informativo. Mas para isso é necessário que os espaços patrimoniais se adaptem aos novos tempos, integrando áreas de Comunicação avançadas, com maior qualidade e possibilidade de ação profissional; que possam acrescentar modelos de Comunicação Cultural que lhes permitam fazer um intercâmbio e fomentar o diálogo e a opinião.

O crescimento económico em Espanha desde os anos 80, não pode ser entendido se não se compreender o papel que as Indústrias Culturais têm no desenvolvimento social e cultural espanhol.

Os Governos Centrais e Autónomos, as Câmaras e as Empresas, começaram a perceber que a Cultura pode ser um produto comercial, capaz de criar postos de trabalho e de atrair importantes aglomerados turísticos.

Neste contexto não é de estranhar que, a grande aposta das principais cidades espanholas seja, criar uma ampla e permanente oferta cultural, através da abertura de museus de arte contemporânea, centros culturais, fundações, etc.

O processo de democratização da Cultura, não deve ser um aspeto negativo, se se mantiverem determinados padrões de qualidade e diversidade. Os atores desta nova indústria cultural (gestores de museus de arte, diretores de suplementos e de revistas culturais, galeristas, comissários, colecionadores privados e públicos, etc.), devem assumir a grande responsabilidade de gerir a oferta do mercado cultural e artístico.

Espaços como, a Fundação Tàpies em Barcelona, como o CCCB (Centro de Cultura Contemporânea de Barcelona), La Casa Encendida, em Madrid, MNAC (Museu Nacional de Arte da Catalunha), em Barcelona, Thyssen, Prado, Reina Sofia, MACBA (Museu de Arte Contemporânea de Barcelona), Museu Picasso, em Barcelona, ou Matadero, em Madrid; utilizam estratégias de Comunicação que têm como objetivo a obtenção de cobertura mediática, nos principais Meios de Comunicação tradicionais (imprensa escrita, rádio e TV); um modelo de comunicação que tem como base, a criação de um canal unidirecional, de publicação de informação

²¹ RUNYARD, Sue and FRENCH, Ylva; *Marketing and Public Relations handbook for museums, galleries and heritage attractions*. Altamira Press, Oxford, 1999;

institucional (press releases, conferências de imprensa, etc.), que se espera que seja publicada nos Meios de Comunicação tradicionais, com o objetivo de chegar aos seus públicos-alvo (visitants, críticos de arte, colecionadores, etc.).

Neste sentido, existem algumas informações a reter acerca do *status* da comunicação e informação do setor patrimonial e institucional, que resultaram do estudo feito acerca do funcionamento da Comunicação, nas instituições acima referidas:

- Uma elevada percentagem de entidades consultadas para a elaboração deste estudo, considera que a obtenção de cobertura nos Meios de Comunicação tradicionais é importante, mas também que atualmente estão a surgir novas formas de comunicação baseadas nas novas tecnologias e que cada vez mais vão assumindo importância, no contexto das Estratégias de Comunicação Cultural;
- Deduz-se também a partir deste estudo que, os Departamentos de Comunicação destes espaços culturais, investem uma grande quantidade de dinheiro e recursos humanos na organização de conferências de imprensa, apresentação de exposições, gestão de entrevistas entre artistas e comissários de arte, e ainda na elaboração de *press releases*;
- Poucos museus são capazes de determinar com exatidão a eficácia e rentabilidade das suas Estratégias de Comunicação;
- São poucas as Entidades que desenvolvem novos canais de comunicação direcionados para os seus públicos alvo;
- Muitos especialistas opinam que, hoje em dia é impossível elaborar uma estratégia de comunicação, sem ter em conta os novos canais de comunicação como, os blogs, as revistas digitais, a criação de páginas pessoais de artistas, forums de conservas, etc.; pois estes novos meios de comunicação oferecem às entidades culturais, um canal de comunicação direto e a possibilidade de estabelecer uma comunicação pessoal e direta com os seus públicos;
- A maioria das entidades culturais, não desenvolve atividades concretas de comunicação, para atrair os seus públicos-alvo;
- Nenhuma das entidades culturais analisadas, publicam nas suas páginas web, uma relação com outros espaços de interesse relacionados;
- Muitas destas entidades culturais assumem que, os Meios de Comunicação deveriam explorar mais e melhor as temáticas culturais e diferenciar o que é bom e o que é comercial;

- A maioria dos espaços culturais localizados na periferia, consideram que os suplementos culturais dão mais cobertura mediática a instituições e centros de arte das grandes cidades, especialmente de Madrid, porque os críticos de arte não se movem o suficiente, faltam meios económicos, etc;
- A maior parte destes espaços, facilita material de comunicação a jornalistas, quando este lhes é pedido; mas ainda assim existem algumas falhas e dificuldades de comunicação e agilidade.

O desenvolvimento da Web 2.0 (blogs, *download de podcasts*, criação de redes sociais, utilização de *hiperlinks*, entre outras), está a transformar a forma como as pessoas planificam as suas visitas aos museus.

Não há dúvidas de que, as novas tecnologias estão a alterar as relações entre entidades culturais e os seus públicos, mas ainda assim, existem muitas instituições que continuam a ignorá-las nas suas estratégias de comunicação.

No que diz respeito ao panorama do jornalismo cultural em Espanha, existe uma ausência de atitudes críticas, que são necessárias, ao pensamento e à opinião. Neste sentido é preciso “dar voz” a uma museologia crítica que defenda valores educativos, de autêntica comunicação e transmissão de conhecimento e ideias, em oposição aos *Mass Media*.²²

8. Reflexões

Os estágios realizados em cada uma das duas instituições revelaram-se bastante diferentes e complementares.

No caso do MNAD, em Madrid, tive a oportunidade de desempenhar tarefas ligadas, à conceção de material de comunicação, e ao auxílio de exposições. Durante este período também me familiarizei com o funcionamento de um museu de arte, inserido num contexto mais limitado, que é o dos museus estatais espanhóis. Ainda assim foi proveitoso, na medida em que me forneceu muitos conhecimentos básicos

²² Consejería de Cultura, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico; *PH Cuadernos: Patrimonio cultural y Médios de comunicación*. Consejería de Cultura, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico 2007;

sobre toda a organização e planeamento museológico.

No caso da galeria de arte contemporânea Safia, em Barcelona, contactei com uma realidade completamente oposta. A organização, dimensão e objetivos da galeria, são em tudo opostos, ao funcionamento de um museu. E por isso mesmo, a minha experiência foi muito enriquecedora e complementar á de Madrid.

Na galeria tive a oportunidade de elaborar, igualmente material de comunicação, mas com outro conteúdo e finalidade; aprendi a lidar com o comércio de obras de arte, e a interagir com eventos e programas ligados á Comunicação e ás Relações Públicas.

Durante a minha estadia em cada uma das cidades, tive a ocasião e a vontade de, participar em eventos e formações “extra estágio”, como workshops, assistência a seminários, feiras de arte, muitas visitas a museus, galerias e outras cidades culturais e patrimoniais espanholas.

No que respeita ao funcionamento de cada um dos departamentos de comunicação, também há que assinalar grandes diferenças.

No caso do MNAD existem grandes falhas no que concerne á qualidade do material de comunicação elaborados, e no que concerne ao desempenho das tarefas relacionadas com o Marketing, Relações Públicas e Comunicação. Isto deve-se sobretudo á falta de pessoal com formação nas áreas acima assinaladas. Dos quatros funcionários que formam o departamento de difusão e comunicação do MNAD, nenhum possui formação na área da Comunicação, Marketing ou Gestão; apenas na área da História da Arte e Museologia. Ora tendo em conta esta realidade, torna-se mais complicado efetuar corretamente o serviço de comunicação de uma Instituição Cultural.

No que diz respeito ao material de comunicação e, á sua promoção e divulgação, devo assinalar que é insuficiente, na medida em que o material de comunicação não tem a qualidade jornalística e gráfica que deveria ter; e a promoção e divulgação não é feita adequadamente, respeitando um *timing* pré-definido ou uma seleção de meios de comunicação. Esta última circunstância também se encontra relacionada com o forte controlo por parte do Ministério da Cultura espanhol.

Não obstante, foi elaborado um plano de comunicação recentemente, que propõe importantes reavaliações e objetivos.²³ Ainda assim existem muitos aspectos a serem

²³ Em anexo documentos, encontra-se o Plano de Comunicação do MNAD.

melhorados, e também se terá de se fazer sentir melhor, a execução do Plano de Comunicação proposto. Neste sentido, urge contratar pessoal especializado capaz de pôr em marcha todas as medidas de mudança.

Para além disso, outro elemento essencial que se deveria integrar na estratégia de todo o MNAD, seria o Marketing, de forma a reavaliá-lo, melhorá-lo e promovê-lo.

No caso da galeria, o funcionamento do serviço de comunicação é mais organizado e direcionado. Isto é; a elaboração do material de comunicação segue uma ordem pré-definida e uma imagem concisa. Apesar de também na galeria, não existirem profissionais destacados para fazerem o serviço de comunicação, este é feito com mais rigor. A seleção dos meios de comunicação e dos suportes de divulgação é escolhido e executado livremente.

A galeria ao contrário do MNAD, tem uma imagem gráfica definida e equilibrada, para todo o seu funcionamento. Esta imagem gráfica foi definida, e é gerida por um designer contratado pela galeria, para a elaboração de todo o material gráfico, e algum de comunicação, como publicações, folhetos, cartazes, convite e site.

No que se refere a divulgação nos meios de comunicação *online*, e nas redes sociais, existem disparidades.

Atualmente o MNAD possui redes sociais com alguma qualidade, nomeadamente a nível de facebook e blogs. Por outro lado, o seu site oficial é insuficiente e medíocre, a nível de design, conteúdos e da rede Web 2.0.

No caso da galeria Safia, as redes sociais, são uma importante ferramenta de divulgação da programação mensal da galeria, a par com os meios de comunicação, nomeadamente da imprensa escrita e *online*, que se interessa normalmente, pela divulgação dos seus conteúdos.

Tanto a galeria Safia como o MNAD, possuem projetos de cooperação, e programam várias atividades inseridas nesses projetos. Acredito que é uma boa ideia, na medida em que é possível com essas atividades, atrair mais públicos e investimentos.

No caso da Galeria Safia, existem projetos de cooperação com o ICIC, com a associação Art Barcelona, e outros de caráter pontual. Todos eles servem para criar boas relações profissionais e troca de conhecimentos. A galeria programa também anualmente, duas exposições externas ao espaço da galeria, e que pretendem cimentar

contactos e aproximar novos públicos á arte. Com a assossiação Art Barcelona, elaboram-se ao longo de todo o ano vários projetos, de investigação, promoção e divulgação. O ICIC, tem um papel mais institucional, e apoia sobretudo a nível financeiro.

O MNAD delineou recentemente uma proposta que visa transformar o museu num centro de design contemporâneo, e por isso tem estabelecido muitos contactos com outras instituições ligadas ao design, escolas, e com profissionais da área. Também tem investido na programação de exposições de carácter mais contemporâneo e mais ligada á problemática do Design.

O museu também não é indiferente a causas públicas, e por isso tem trabalhado muito com o Ministério da Cultura e, com o dos Negócios Estrangeiros, de forma a elaborar projetos que vão no sentido de procurar soluções e debate para várias problemáticas sociais, políticas e económicas.

O funcionamento de ambas as Instituições é diferenciado pelas suas dimensões, organização, objetivos, e finalidades.

O contexto cultural e artístico de ambas as cidades, também influi bastante nesse funcionamento. Madrid, é a cidade espanhola dos museus por excelência, para além de ser a capital do país; e Barcelona, tem uma grande tradição de galerias de arte e de uma cultura mais alternativa e propícia á inovação e internacionalização.

9. Conclusões

Em resumo, os meus dois estágios foram proveitosos e importantes para o meu currículo académico e profissional, na medida em que me forneceram ferramentas base sobre o funcionamento do serviço de comunicação numa instituição cultural.

Para além disso, permitiram-me também consolidar e aplicar os conhecimentos apreendidos no primeiro ano do mestrado.

O contexto cultural, artístico e profissional, espanhol grosso modo, abriram-me novos horizontes profissionais e pessoais. Permitiram-me também conhecer novas realidades, novas disciplinas e novos conhecimentos na área das Artes, Museologia, Curadoria, Mercado de Arte e Comunicação.

10. Bibliografia

Consejería de Cultura, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico; *PH Cuadernos: Patrimonio cultural y Médios de comunicación*. Consejería de Cultura, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico 2007;

HOMS, Lluçia; *Informe sobre les Fires d'art contemporani a nivell internacional*. Barcelona, 2011

RUNYARD, Sue and FRENCH, Ylva; *Marketing and Public Relations handbook for museums, galleries and heritage attractions*. Altamira Press, Oxford, 1999;

LAMPREIA, J.Martins; *A Assessoria de imprensa nas relações públicas*. Publicações Europa-América – 2ª edição, Mem Martins, 1999;

CoNCA (Consell Nacional de la Cultura e de les Arts); *Diagnosi i pla d'actuació en matèria d'adquisicions publiques d'art a Catalunya*. Informes CoNCA 2011, Generalitat de Catalunya, Barcelona;

RODRIGUES, Adriano Duarte; *Estratégias de Comunicação*. Editorial Presença;

KALAY, Yehuda E., KVAN, Thomas, AFFLECK, Janice; *New Heritage, New media and cultural heritage*. Routledge, 2008

- **Bibliografia digital**

<http://www.piensamadrid.blogspot.com/>;

<http://www.catalanarts.cat/web/?q=es>;

<http://www20.gencat.cat/>;

<http://www.conca.cat/>;

<http://www.artbarcelona.es/>;

<http://www.dosdoce.com/>;

<http://www.theartnewspaper.com/>;

<http://www.hoyesarte.com/politica/nacional/>

<http://www.intelligencesquared.com/subjects/the-arts;>

<http://www.culturalpolicies.net;>

[http://soymenos.net/;](http://soymenos.net/)

<http://www.españaescultura.es/>

11.

Anexos Documentos

SAFIA

Press Release da Exposição *Movements* de Michelle Concepción

SAFIA GALERIA

NOTA DE PRENSA

El próximo mes de septiembre inauguraremos en nuestra galería la exposición *Movements*.

Nacida en Puerto Rico en 1970, Michelle Concepción estudió Bellas Artes en Chicago y después en Barcelona y Offenbach, donde reside actualmente. Concepción ha expuesto desde 1988 en importantes galerías y ferias de arte en Nueva York, Miami, Santa Fe, Chicago, Barcelona, Zurich y Frankfurt.

Las obras de Concepción cautivan a primera vista por su brillante policromía. Naranja intenso junto a carmín, azul cielo con verde. Rara vez asoma algún color quebrado. Tonalidades que pueden resultar algo insólitas a la mirada europea, colores que tienen su origen en un mundo exótico. Concepción parece haber sabido conservar la riqueza cromática de su infancia caribeña, de su Puerto Rico natal. "El origen de cada cuadro es", como ella misma afirma, "una explosión de energía".

Con influencias de Kandinsky, Rothko, Mondrian o Malevich, la obra de Concepción es dominada por el color, forma y sombra. Mucho se ha conjeturado sobre la naturaleza de su obra. Algunos parecen descubrir elementos microcelulares; otros, galácticos. Lo cierto es que, independientemente de la micro o macro escala inferida, su pintura, altamente sugerente, ofrece al espectador el camino propicio a la imaginación y el pleno goce de la forma per se.

Sin duda, el carácter evocador es el leitmotiv de la obra de Michelle Concepción donde, a partir del elemento mínimo la artista logra hacer sentir en el espectador las más disímiles sensaciones, todas válidas.

Esta exposición se inaugura el 22 de septiembre y forma parte de la programación de la Asociación de Galerías de Arte contemporáneo de Barcelona (Abe).

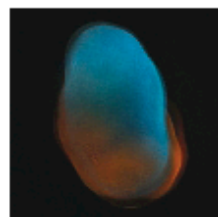
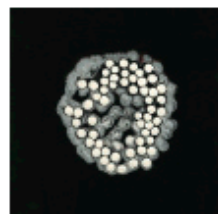
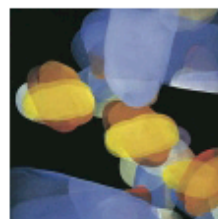
Desde el 19 de septiembre hasta el 4 de noviembre 2011.
De Lunes a Viernes: 10h -14h y 16h h - 19h.
También en horas convenidas.

Safia Galeria

C/ Bruniquer, 9 bajos / 08012 Barcelona.

932 138 496

safia@galeriasafia.com



Press Release da exposição HIPERMERC'ART 2011

HIPERMERC'ART

NOTA DE PRENSA

No nos rendimos ante la crisis!

La cita anual con el arte más emergente y más asequible pronto abrirá sus puertas. Este año cumplimos 28 años!

28º HIPERMERC'ART - Sala Vinçon
Passeig de Gràcia, 96, Barcelona
24 noviembre 2011 - 7 enero 2012,

Un año más, HIPERMERC'ART quiere presentar lo más contemporáneo del mundo del arte con un formato de exposición que rompe los esquemas.

HIPERMERC'ART es una manera de ver y comprar arte diferente a la habitual. Recreamos un autoservicio con todos sus elementos más característicos para que, sin complejos y sin prejuicios, te acerques de verdad al mundo del arte y de los artistas.

Toda la información está a la vista: nombre, currículum, técnica, precios...para que en HIPERMERC'ART además de ver arte puedas comprarlo.

Porque comprar arte también es invertir en un valor seguro: con HIPERMERC'ART darás más valor a tus regalos - tanto los personales como los de empresa - y a tu patrimonio y ser un perfecto coleccionista de arte.

Te aconsejamos que no te dejes llevar por los miedos de crisis, los artistas te demostrarán que el arte no está en crisis y que su potencial creador no tiene límites. Y además, les hemos convencido para que mantengan sus precios a raya!

Te enviamos el manual del coleccionista y la lista de artistas seleccionados. Si necesitas más información, fotografías o el dossier en papel puedes contactar-nos en el 932138496 o en: safia@galeriasafia.com

Una vez más, agradecemos tu interés en difundir esta noticia y aprovechamos para enviarte un cordial saludo,

Galeria Safia / Natalia Foguet & Àngels Garcia

Galeria Safia – Bruniquer, 9- 08012 Barcelona – Tel. i fax: 932138496
safia@galeriasafia.com – www.galeriasafia.com

›SAFIA
GALERIA

Exemplo de Press Release elaborada pela galeria, para envio a jornalistas

Barcelona, 29

de junio de 2006

Iniciamos nuestra programación con la exposición de las bellísimas pinturas de la artista Michelle Concepción.

El mundo del arte está reivindicando la pintura, el encuentro de la belleza y del placer estético.

Michelle Concepción domina la técnica pictórica y ha venido creando desde sus inicios un lenguaje y un discurso muy personal. Su obra nos conecta directamente con los mundos sútiles y poéticos que sólo la pintura puede transmitir y he ahí su gran trabajo: podemos estar largos momentos contemplando estos lienzos, y recordarlos nos evocará el placer de esta paciente observación.

“Flotar” es realmente el tema principal en los trabajos de Michelle Concepción. Las formas y los colores flotan, tanto dentro de los márgenes del lienzo como visualmente ante nuestros ojos. Pero también se revelan como trozos de un mundo que sobrepasa los límites del propio lienzo, especialmente porque Michelle no emplea ninguna táctica pictórica para presentar un “hortus conclusus”, una zona para contener sus esponjosas y delicadas formas redondeadas. Al contrario –las nubes de color apuntan a su teórico mundo sin límites.

Gerhard Charles Rump, Crítico de Arte.

Te enviamos el catálogo y un CD con algunas fotografías de obras para que puedas reproducirlas, también encontrarás el currículum de la artista y otros textos.

Nosotras seguimos por aquí todo el mes de julio, pero en agosto nos iremos de vacaciones durante algunos días, para cualquier cosa puedes contactarnos en nuestro teléfono 93 213 50 12 o nuestra dirección eletrónica: safia@galeriasafia.com

Hasta entonces, recibe un saludo muy cordial.

Galeria Safia / Natalia Foguet

Retalhos de Imprensa

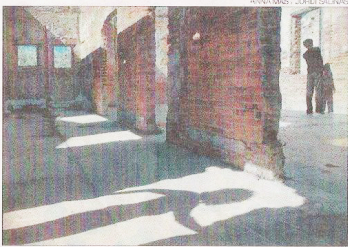
Exposição Comparti_ments de Jordi Salinas e Anna Mas

Gran Barcelona LUNES 16 DE MAYO DEL 2011 el Periódico 39

FOTOGRAFÍA

Un espacio de entradas y salidas

Comparti_ments es el título de la exposición fotográfica que muestra el trabajo a cuatro manos de los fotógrafos Anna Mas y Jordi Salinas. Los autores son también los actores protagonistas de las imágenes, escenas de encuentros y desencuentros sin una orientación determinada, destinadas a provocar íntimamente al espectador. El espacio en el que se desarrolla la acción, lleno de entradas y salidas, puertas y ventanas, viene a ser una metáfora del tráfico interior y



ANNA MAS - JORDI SALINAS

las puertas de acceso de cada uno. *Comparti_ments* retrata las relaciones siempre complejas entre dos seres. Paralelamente, se plantea la interacción y participación del público, tanto del que visita la muestra como a través de internet. Los autores invitan a escribir textos de hasta 500 caracteres en torno a las fotos de la exposición. Para hacerlo se puede visitar la Galería Safia (Bruniquer, 9. De lunes a viernes de 10.00 h a 14.00 y de 17.00 a 20.00 h) hasta el 10 de junio, o visitar la página www.compartiments.com

Poesía Festival Barcelona
Poesía (www.bcn.cat/barcelonapoesia) en:
► **La Sedeta.** Pase del documental *Antonio Machado: destierro y muerte de un poeta*, de **Hermindo Meda**. Sicilia, 321. 19.30 h. Gratuito.
► **Biblioteca Sagrada Família.** *Amor hermético*, a cargo de **Fina Riús**. Provença, 480. 19.00 horas. Gratuito.
► **Caja Madrid.** Proyección del documental *The Practice of the Wild* (19.00 h), y recital de **Gary Snyder** (20.00 h). Plaza de Catalunya, 9.
► **Plaza del Rei.** *Songs of Exile*, espectáculo de **Diamanda Galás**. 21.30 h.

Girona

CONFERENCIAS

Magreb. *Quin futur li espera al Magrib i al món àrab?* Les darreres revistes con **Joan Roura**, **Antoni Segura** y **Victor Pallejà**. Centro cultural La Mercè, Pujada de La Mercè, 12. A las 19.00 h. Gratuito.

Lleida

EXPOSICIONES

Tàrraga. *Corn a fitelles: del llibre de l'aigua*, de **Joanpere Massana**. Museu Comarcal, Major, 11. De 19.00 a 21.00 h.

►► Imagen que forma parte de la exposición.

bonart actualitat

Revista on-line d'art en català

Barcelona: Michelle Concepción exposarà a la Galeria Safia

Posted on setembre 9, 2011 by [bonartactualitat](#)

(imagen)

Michelle Concepción (Puerto Rico, 1970) exposa del 19 de setembre al 4 de novembre a la Galeria Safia de Barcelona la mostra *Movements*. L'exposició forma part de la programació de l'Associació de Galeries d'Art Contemporani (Abe).

MNAD

Dossier de imprensa do MNAD elaborado pelo Departamento de Difusão e Comunicação



CREACIÓN Y FINALIDAD

En **1912** se creó el Museo Nacional de Artes Industriales, que en 1927 recibiría el nombre definitivo de **Museo Nacional de Artes Decorativas**. Se pretendía con él fomentar la cultura artística y técnica en el público, en los artistas y en los fabricantes, mediante la exposición de ejemplos que mostrasen el alto grado de perfección alcanzado por las manufacturas.

El Museo fue instalado en un primer momento en un piso en la calle Sacramento, en pleno Madrid de los Austrias. En 1932 el Museo se traslada, por falta de espacio, a un pequeño palacete decimonónico, en el número 12 de la calle Montalbán, que hasta aquel año había alojado la Escuela Superior de Magisterio.

El edificio, construido en 1878 por el arquitecto José María González por encargo de Doña María del Carmen Espinosa, Duquesa de Santoña, es adquirido por el Estado, mediante compra, a sus herederos en 1941. A partir de ese momento se realizan numerosas obras de ampliación y consolidación en él, hasta llegar a cuadruplicar su capacidad en las décadas sucesivas. De su primitiva fisonomía se conserva parte de la fachada original de ladrillo rojo y granito, la colección de pavimentos de mosaico italiano realizados por Pellerin y Domenico, y la escalera imperial de mármol blanco italiano, con su recinto decorado con medallones con efigies de hombres de la cultura y las Artes.

LAS COLECCIONES

Los fondos museográficos del Museo están contabilizados en unos 65.000 y comprenden un periodo muy dilatado de tiempo. Para su organización, los fondos del Museo están divididos en grandes grupos o colecciones en función de materias, técnicas y/o función, exceto la Colección Oriental y la de Diseño de Vanguardia. Las piezas más antiguas de la colección son los vidrios romanos y los tejidos coptos, pero las que inician la secuencia cronológica continua pertenecen al siglo XIV, extendiéndose hasta el siglo XX. Los siglos mejor representados en cuanto a número de piezas son el XVII, XVIII y XIX.

Las piezas, de muy diversa procedencia, reflejan los estilos decorativos, las relaciones artísticas y las importaciones de objetos cotidianos y de lujo a lo largo de los siglos.

Las colecciones se agrupan de la siguiente manera:

Cerámica y porcelana: cuenta con 4.000 piezas, la más antigua de las cuales es una tinaja toledana del siglo XI. Es una de las colecciones más importantes del museo por su calidad y cantidad. Hay una excelente representación de todos los alfares españoles, entre los que destacan Manises, Teruel, Talavera, Puente del Arzobispo y Alcora. La loza estampillada está representada por las producciones de Sargadelos, Pasajes, Pickman-La Cartuja, San Juan de Aznalfarache, etc.

Hay porcelanas de casi todas las grandes manufacturas españolas y europeas: Real Fábrica del Buen Retiro, Real Fábrica de la Moncloa, Meissen, Sèvres, París, Limoges, Longport, Wedgood, Capodimonte y otras. Del siglo XIX destacar las producciones Art Nouveau y, ya en el siglo XX, las obras de Peyró, Blat y Joseph Guardiola.

Vidrio: la colección de vidrio y cristal es muy extensa y abarca desde los más antiguos grecopúnicos del siglo IV aC, romanos y visigodos, hasta las piezas del siglo XX de Lalique y Loetz, además de un conjunto excepcional de la Real Fábrica de Cristales de La Granja (1727-principios siglo XX).

Mobiliario: abarca desde el siglo XIV hasta el XX. El español está muy bien representado a partir del siglo XIV y el que conserva este museo constituye la mejor colección pública de piezas comprendidas entre el Gótico y el Barroco. Prácticamente todas las tipologías creadas hasta el siglo XIX figuran en las salas del MNAD, destacando los escritorios o bargueños, las camas y los muebles de asiento.

Tejidos: esta colección destaca por su amplitud técnica y decorativa. Se compone de piezas planas no confeccionadas, de ajuar doméstico y de indumentaria, ésta última tanto civil como religiosa. Cronológicamente arranca del siglo II, con el conjunto de piezas coptas, y llega prácticamente a la actualidad. Comprende un repertorio de técnicas muy variado, que incluye damascos, brocados, brocateles, terciopelos, estampados, batik, ikats, bordados, encajes, etc.

El grupo de alfombras españolas de Cuenca y Alcaraz de los siglos XV-XVII es de los mejores de los conservados en un museo español. Asimismo destacar la reciente adquisición de un tapiz realizado en Bruselas basado en una pintura de Rafael con el tema de la Visión del Profeta Ezequiel (hacia 1520).

Platería: se compone principalmente de objetos religiosos y de culto, destacando por su excepcional importancia la escultura de Santo Domingo de Guzmán con donante, de la primera mitad del siglo XV, ricos relicarios de los siglos XV y XVI y dos cálices de gran calidad. Dentro de la platería civil destacan una mesa flamenca con escenas en relieve del mito de Venus y Adonis, del siglo XVI y un jarro de pico vallisoletano del mismo siglo, considerado el más antiguo de los conocidos actualmente.

Joyería: esta colección arranca del siglo XVI, destacando los colgantes renacentistas de 2 cadenas, haciendo un recorrido por la orfebrería tanto religiosa como civil hasta llegar al siglo XX. Destacar la variedad de pendientes, medallas,

relicarios, broches, etc., muchos procedentes de la Junta del Tesoro Artístico (Guerra Civil Española).

Hierros: la colección de hierros artísticos es una de las más completas de las colecciones españolas, integrada por cofres, arcas, candelabros, blandones, facistolos, braseros de los siglos XV y XVI, así como rejas de los siglos XII al XIX y un grupo de arcas de caudales de los siglos XVII y XVIII. Destaca asimismo la colección de bronce como apliques de muebles y un importante conjunto de lámparas de los siglos XVI al XIX.

Escultura: el museo cuenta con una colección de tallas de madera de época gótica, renacentista y barroca, destacando, además, varias piezas de marfil de excepcional valor como el olifante gótico afro-portugués, el grupo de Crucificados de los siglos XVI al XVIII y otras piezas muy valiosas de talleres luso-indios, chinos y japoneses.

Cueros: de especial relevancia es la colección de cueros, tanto por su cronología como por su variedad. Hay guadamecés y cordobanes de fines de la Edad Media y sobre todo, del siglo XVI. Del siglo XVIII destacan los estuches del Tesoro del Delfín. Pieza excepcional es el retablo de grandes dimensiones de San Miguel, de la segunda mitad del siglo XVI.

Accesorios: forman un conjunto que, dada su variedad e importancia, merece un apartado, ya que algunos definen por sí mismos una época o distintos aspectos de la vida cotidiana:

- **Abanicos:** el museo presenta una gran diversidad de tipologías que la convierten en una colección singular, abarcando desde el primer cuarto del siglo XVIII hasta mediados del siglo XX. Está integrada por 900 abanicos orientales y europeos, destacando especialmente los españoles, pero también los franceses, ingleses e italianos.
- **Objetos metálicos:** utilizados en la vida cotidiana, destacan los tarjeteros, pitilleras, tabaqueras, cajitas de diversa tipología, carnets de baile, etc.

Documento gráfico: estampas, grabados y paramentos murales: la colección de **estampas** se divide en dos grupos bien diferenciados, el oriental y el europeo, destacando, dentro del primero, las láminas japonesas y los grandes paneles chinos, formando uno de los fondos más interesantes y únicos de esta colección.

La colección de **papeles pintados** del siglo XIX es excepcional, dado que no son frecuentes en las colecciones de museos. La colección, con escenas panorámicas algunas de ellas, procede de fábricas de Inglaterra, Suiza, Bélgica y Francia, algunas de ellas todavía en activo como la Casa Zuber&Cie de Francia.

Fotografía: dividida en fotografía histórica y de documentación, se conserva un importante fondo tanto en negativos de cristal como en papel, de temática variada.

Juguetes y Nacimientos: La colección de **juguetes** está formada por las casas de muñecas, los teatrinos y muñecas de fabricación alemana. La colección de **Nacimientos** españoles, americanos, filipinos y napolitanos es una de las importantes

del museo y abarca desde el siglo XVII al XX. Esta colección presenta una gran variedad de técnicas y escuelas, destacando autores como Ginés, Salzillo o Duque Cornejo y ya en el siglo XX, Buendía, Garrigos y Polo.

Relojes: el museo dispone de una interesante muestra de relojes de sobremesa, de pared y de cadena. Destaca el reloj de torre del siglo XVII y el reloj de las porteadoras del francés Godon, del siglo XVIII.

Instrumentos musicales: se conservan piezas orientales del siglo XVIII como un salterio, crócalos, y un gong, así como piezas europeas como el magnífico olifante de los Reyes Católicos y otras del siglo XVIII y pianos de mesa del siglo XIX. Llama la atención por su originalidad la silla de madera europea fechada en los siglos XVIII-XIX que alberga en el hueco del asiento una caja de música.

Colección Oriental: representada por unos 3.000 objetos, destaca por la calidad y diversidad de orígenes, así como por ser la más completa del territorio nacional. Procede en su mayoría del Gabinete de Historia Natural creado por P. Franco Dávila. La colección es representativa de una época de gran desarrollo y enriquecimiento científico y cultural en la historia de España y Europa, debido, entre otras causas, al comercio que unió Europa y China entre los siglos XVI y XIX.

Colección de Diseño de Vanguardia: destaca la colección Torsten Bröhan, formada por más de 600 objetos de diseño centroeuropeo desde 1880 a 1940, entre piezas de mobiliario, vidrio, cristal, joyería, tejidos, biblioteca especializada y un fondo documental con fotos de las fábricas donde se realizaban las piezas. Está considerada una de las mejores del mundo en este sentido y cubre el vacío en materia de diseño internacional que existía tanto en colecciones públicas como privadas.

EXPOSICIÓN PERMANENTE

La exposición permanente (unos 2.600 objetos expuestos) actualmente se encuentra en proceso de remodelación, tanto en lo que concierne a distribución de las piezas como en lo relativo a señalética e información en general. La planta segunda (dedicada al siglo XVII) fue reabierta al público en el 2003 y se prevé continuar dicha labor hasta redistribuir el total de los fondos que integran la exposición permanente.

El sistema de exposición responde a dos criterios complementarios: la formación de colecciones y la creación de ambientes. La contextualización de piezas se suma a la voluntad de mantener, en la medida de lo posible, el orden cronológico en su disposición.

1.- Planta Baja

En esta planta se sitúan las salas de exposiciones temporales.

2.- Planta Primera

En esta planta se sitúan las salas de exposiciones temporales.

3.- Planta Segunda

Remodelada en 2003, está integrada por once salas en las que se exponen piezas del siglo XVII, muchas de ellas también contextualizadas en diversos escenarios que evocan las dependencias de una casa señorial. Los ambientes son los

siguientes: oratorio, cámara, estrado, sala y cocina. En esta planta se expone además una abundante selección de piezas de cerámica producida en Teruel y Talavera, una selección de tejidos de diversas épocas y, en el corredor interior, pueden contemplarse algunos de los estuches que protegían el *Tesoro del Delfín*, cuyas piezas se encuentran actualmente en el Museo Nacional del Prado.

4.- Planta Tercera

Está dedicada al siglo XVIII y contiene piezas de mobiliario y ambientes que responden a los estilos Rococó y Neoclásico. Además, en el recorrido por las salas de esta planta, puede apreciarse la asimilación de motivos y estilo orientales sobre las producciones suntuarias españolas y europeas en las piezas llamadas “Chinerías”.

Igualmente, puede contemplarse un interesante conjunto de cerámica de Alcora, una selección de piezas de cristal de la Granja (en el patio cubierto) y algunos ejemplos de porcelana del Buen Retiro. Se exponen además varios grupos de abanicos y algunos relojes, de entre los cuales cabe destacar el llamado “de las Porteadoras”, ejemplar en bronce dorado y otros materiales, datado en el siglo XVIII. Por último, también del XVIII, resulta muy llamativo el nacimiento napolitano.

5.- Planta Cuarta

En esta planta se expone el conjunto de azulejos de una cocina valenciana, perteneciente al siglo XVIII, que fue adquirida por el Museo en 1941. Debido a su relevancia documental, puesto que recrea exactamente la disposición original de los azulejos, se trata de uno de los conjuntos más preciados de la exposición permanente.

ATIVIDADES

El Departamento de Difusión y Comunicación programa diversas actividades, en respuesta a las demandas de la sociedad actual, todas ellas con carácter gratuito, como son:

Pieza del mes

Cuatro **domingos** al mes a las **13.00**, un joven investigador explica al público una pieza del Museo.

Visitas guiadas

Todos los domingos (de octubre a junio) a las 11:30 de la mañana un grupo de guías voluntarios realiza un recorrido por la colección permanente del Museo. Existe además la posibilidad de realizar visitas concertadas durante la semana.

Talleres infantiles

Sábados alternos, a las 12.30. Dirigido a niños de 8 a 12 años.

Cuentacuentos

Sábados alternos, a las 12.30. Dirigido a niños de 3 a 8 años.

Además de estas actividades que se desarrollan regularmente, se programan, con cierta asiduidad, eventos orientados a aproximar las colecciones al público y a desarrollar

aspectos relacionados con las mismas que favorezcan su contextualización. En este sentido se pueden mencionar las siguientes actividades:

Conferencias, jornadas, seminarios, reuniones de profesionales...

Conciertos: celebrados en Navidad

Verano de los Museos: apertura extraordinaria y programación de actividades complementarias a la visita de las colecciones. Se celebra todos los años durante el mes de septiembre.

El Día Internacional y la Noche de los Museos: apertura extraordinaria y programación de actividades complementarias a la visita de las colecciones. Se celebra todos los años durante la tercera semana de mayo.

Con motivo de determinadas festividades o en periodos señalados en el calendario, se prevé una ampliación del horario de apertura al público del museo.

INFORMACIÓN PRÁCTICA

- Museo Nacional de Artes Decorativas
- C/ Montalbán, 12. 28014 Madrid
- Teléfonos: 91 532 64 99 / 91 532 68 45
- Fax: 91 523 20 86
- Página web: <http://mnartesdecorativas.mcu.es>
- Correo electrónico: mnad@mcu.es
- <http://www.facebook.com/home.php#!/pages/Museo-Nacional-de-Artes-Decorativas/307453706024>

Horario de visita pública:

De martes a sábado de 9.30 a 15.00 horas

Jueves: de 9.30 a 15.00 horas y de 17.00 a 20.00 horas

Domingos y festivos, de 10.00 a 15.00 horas

Cerrado todos los lunes del año, 1 de enero, 6 de enero, 1 de mayo, 9 de septiembre, 24, 25 y 31 de diciembre

Titularidad: MINISTERIO DE CULTURA

Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales

Diretora: Sofia Rodríguez Bernis

Tarifas:

General: 3 €

Reducida: 1'50 €

(grupos, voluntarios culturales).

Entrada gratuita: menores de 18 años, titulares de carné joven, estudiantes universitarios, mayores de 65 y pensionistas (Unión Europea y países iberoamericanos), minusválidos, desempleados, miembros de familias numerosas, donantes de bienes culturales, miembros de la asociación de amigos del MNAD, profesionales de museos, personal docente, guías profesionales de turismo.

Gratuita para el público en general: todos los domingos, 18 de mayo (Día Internacional de los Museos), 12 de octubre (Fiesta Nacional de España) y 6 de diciembre (Día de la Constitución Española).

La vista al museo es gratuita hasta el 30 de abril de 2011

Press Release da exposição “Redescubriendo al diseñador Vicente Sánchez Pablos, segundo a antiga direção do Departamento de Difusão e Comunicação do MNAD



MINISTERIO
DE CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE
BELLAS ARTES Y BIENES
CULTURALES

MUSEO NACIONAL DE
ARTES DECORATIVAS

TERRITORIO INTERIOR



REDESCUBRIENDO AL DISEÑADOR VICENTE SÁNCHEZ PABLOS

Del 8 de febrero al 1 de junio de 2008

Museo Nacional de Artes Decorativas, sala de exposiciones temporales

El Museo Nacional de Artes Decorativas con la colaboración de la AEPD (Asociación Española de Profesionales del Diseño) se propone reivindicar la figura de Vicente Sánchez Pablos, un diseñador autodidacta que contribuye con sus diseños de las décadas de 1960 y 1970 a la renovación del mobiliario español del siglo XX.

La exposición tiene la peculiaridad de tener un discurso autobiográfico. Está organizada en tres salas, una primera donde se exhiben sus creaciones más tempranas y la primera gran serie de mobiliario, la serie España (1962-1963). En la segunda puede verse una entrevista a Vicente Sánchez Pablos, y fotografías de trabajos suyos muy variados. Y en la tercera y última sala se expone la serie Mediterráneo (1967), además de mobiliario de caña y cestería.

En total se muestran 35 piezas de mobiliario y otros objetos, como un juego de ajedrez, así como catálogos de MAS, la empresa creada por Sánchez Pablos.

Vicente Sánchez Pablos (Fuentes de Béjar, Salamanca, 1927) inició su carrera como constructor, influenciado por su padre, quien ejercía esa misma profesión. Entre 1954 y 1960 abrió una tienda de muebles en Salamanca e inició su carrera como diseñador. En 1960 realizó la silla Ana, que le sirvió de inspiración para un nuevo diseño, la silla Exco, con la que obtuvo en 1961 el Premio al conjunto de Muebles del Ministerio de la Vivienda. En 1962 inicia los diseños de la Serie España, que será seleccionada para representar a España en la Feria Mundial de Nueva York de 1964. La mecedora Matacán, de esta misma serie, fue premiada en 1966 con el Delta de Oro, concedido por ADI-FAD. En 1967 crea la Serie Mediterráneo y recibe el Premio Buena Forma en la IDZ de Berlín por la mecedora David. Sánchez Pablos aúna tradición y modernidad logrando al mismo tiempo compaginar funcionalidad y calidad de materiales con bajo coste.

comunicacion.mnad@mcu.es

C/ MONTALBÁN
Nº 12
28014 MADRID
TEL: 91 5326499
FAX: 91 5232086

Plano de Comunicação do MNAD



MINISTERIO
DE CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE
BELLAS ARTES Y BIENES
CULTURALES

MUSEO NACIONAL DE
ARTES DECORATIVAS

El Departamento de Difusión ha elaborado durante el año 2006 el siguiente plan de comunicación:

1. Elaboración de una estrategia de comunicación:

- análisis del impacto del Museo en los medios de comunicación
- identificación de fallos en la estrategia actual
- estudio de nuevas posibilidades que procuren una mejora en la relación con los medios

Estos tres pasos serán imprescindibles antes de abordar una verdadera estrategia de comunicación; una vez ésta haya sido planteada y puesta en marcha, asimismo deberá ser evaluada y renovada cuando se estime conveniente.

Esta tarea será responsabilidad de la persona al frente de la comunicación en el museo (jefe de dpto). La estrategia de comunicación del museo será aprobada en Consejo de Dirección.

La estrategia de comunicación consistirá en lo siguiente:

- ✓ Definición de objetivos (por ejemplo, captar a un público diferente del habitual, para ello deberemos conocer previamente cómo es nuestro público real; transmitir una imagen determinada del museo, por ejemplo, más ligada al diseño)
- ✓ Establecimiento de criterios que deben regir la relación con los medios de comunicación:
 - ❖ protocolo de cesión temporal de derechos de reproducción (convenio)
 - ❖ con qué medios interesa establecer contacto y con cuáles no

2. Ejecución de la estrategia de comunicación:

PRENSA

- Elaboración y mantenimiento de un directorio completo de medios de comunicación:
 - Prensa escrita:
 - diarios nacionales
 - semanales
 - diarios gratuitos
 - diarios de las provincias limítrofes y/o de zonas con visitantes potenciales
 - Prensa digital:
 - de los medios más arriba citados
 - otros
 - Revistas especializadas:
 - Artes Decorativas
 - Arte
 - Mercado del arte

mnad@mnad.mcu.es

C/ MONTALBAN
Nº 12
28014 MADRID
TEL: 91 5326499
FAX: 91 5232086



MINISTERIO
DE CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE
BELLAS ARTES Y BIENES
CULTURALES

MUSEO NACIONAL DE
ARTES DECORATIVAS

- Conservación
 - Museología
- Radio:
 - RNE
 - Cadena SER
 - Otras radios nacionales de amplia difusión
 - Radios locales que garanticen un mínimo de calidad y rigor
- Televisión:
 - TVE
 - Otras de difusión nacional
 - Televisiones locales que garanticen un mínimo de calidad y rigor
- Páginas web: por ejemplo, páginas web de asociaciones, universidades, etc

Se utilizará el correo electrónico, preferentemente. Para ello, el envío de correo electrónico a través del Directorio de Domus deberá estar operativo.

- Elaboración de *dossiers* de prensa:
 - Texto (protocolo: relación transversal con investigación, documentación)
 - Selección de imágenes (protocolo: relación con documentación)
 - Es necesaria una maqueta previa (diseñador): si queremos tener una imagen corporativa integral
- Mantenimiento de la relación con los medios de comunicación:
 - Atención telefónica
 - Envío de *dossiers* de prensa
 - Envío de información adicional (incluidas imágenes digitales: véanse los protocolos necesarios)
 - Atención presencial en salas / ruedas de prensa

mnad@mnad.mcu.es

C/ MONTALBÁN
Nº 12
28014 MADRID
TEL.: 91 5326499
FAX: 91 5232086

Folheto da carta de serviços do MNAD

Identificación y fines del museo

El Museo Nacional de Artes Decorativas es un museo de titularidad estatal y gestión directa del Ministerio de Cultura, que depende orgánicamente de la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales y de la Subdirección General de Museos Estatales.

Las colecciones del Museo están constituidas por una gran variedad de objetos de la vida cotidiana, desde el siglo XIV hasta el siglo XX.

La finalidad del Museo es transmitir y hacer comprensibles a la sociedad los mecanismos que han permitido configurar la cultura de la vida cotidiana en el pasado y en el presente. El análisis de las colecciones se realiza con un enfoque transversal que permite explicar las relaciones entre los sistemas de producción, las ideas estéticas y las transformaciones de los valores funcionales y simbólicos de los objetos de uso.

Son funciones del Museo Nacional de Artes Decorativas:

La conservación, catalogación y exhibición ordenada de los bienes culturales asignados al museo.
La investigación de sus colecciones históricas y modernas.
La organización de exposiciones relacionadas con las Artes Decorativas y el Diseño.
La elaboración y publicación de catálogos y monografías de sus fondos y temas con ellos relacionados.
La difusión y la promoción del conocimiento de las Artes Decorativas y el Diseño.
La colaboración con instituciones, asociaciones y empresas dedicadas al estudio, promoción y comercialización del Diseño contemporáneo, con el fin de promover su mejor conocimiento y valoración cultural.

* La unidad responsable de la Carta de Servicios es la dirección del museo.

Edita: © Ministerio de Cultura. Secretaría General Técnica. S. G. de Publicaciones, Información y Documentación. N.º 551-09-006-X. Depósito Legal: M-23203-2009
Imprime: AG Ruppen S. Coop. Papel reciclado. N.º 551-09-141-8

Información complementaria

Horarios

- Martes a sábado
9.30 - 15.00 h.
- Domingos y festivos
10.00 - 15.00 h.
- Cerrado
Lunes: 1 de enero, 1 de mayo,
24, 25 y 31 de diciembre, y dos
festivos locales.

Precios

- Tarifa general: 3,00 euros.
- Tarifa reducida: 1,50 euros

- Acceso gratuito
Sábados a partir de las 14.00 h.
hasta la hora de cierre y los
domingos. Asimismo, será
gratuito el 18 de abril (Día del
Patrimonio Mundial), el día 18
de mayo (Día Internacional de
los Museos), el 12 de octubre
(Fiesta Nacional de España)
y el 6 de diciembre (Día de la
Constitución).

Dirección

Museo Nacional de Artes
Decorativas
C/ Montalbán, 12.
28014 - Madrid.

Teléfono:
(34) 915 326 499 /
(34) 915 326 845

Fax: (34) 915 232 086

Correo electrónico:
mnad@mcu.es

Página web:
<http://mnartesdecorativas.mcu.es>

Cómo llegar

Metro:
Línea 2
(Banco de España y Retiro)

Autobuses:
Líneas 1, 2, 9, 19, 27, 45, 51, 52,
74 y 150



MUSEO NACIONAL
DE ARTES DECORATIVAS



CARTA DE SERVICIOS

Museo Nacional de Artes Decorativas



Abril 2009



Lista do pessoal do MNAD

Direção:

Sofía Rodríguez Bernis

Departamento de Administração

Administradora: María Dolores Serrano

Auxiliar administrativo: M^a Luisa Trenado

Departamento de Documentação:

Ana Cabrera Lafuente. Técnica Superior de Museus.

Isabel Rodríguez Marco. Técnica Superior de Museus.

Cristina Guzmán. Auxiliar de Museus.

Contrato Seproser/Segittur: Manuel Alonso.

Contrato Seproser/Segittur: Gregorio Yáñez

Contrato Seproser/Segittur: Juan Carlos

Contrato Seproser/Segittur: Lucía Morate

- Arquivo
Luis Megino Collado. Técnico Superior de Archivos.
- Biblioteca
Nicolás Pérez Cáceres. Técnico de Bibliotecas.
- Informática SEMICRO
Mikel Alberdi.
- Fotografía:
Masú del Amo.

Investigação:

Félix García. Técnico Superior de Museus.

Maruja Merino de Cáceres. Técnica Superior de Museus.

Pepita Almagro. Técnica Superior de Museus

Conservação

Paloma Muñoz Campos. Técnica Superior de Museus.

Cristina Villar. Técnico de Museus.

Restauradora: Silvia Carrasco.

Restauradora: Camino Represa.

Estagiário/a Endesa

Departamento de Difusão e Comunicação:

Patricia Sela del Pozo Coll. Técnica Superior de Museus.

Alicia Vázquez. Técnico de Museus.

Raquel Cacho. Técnico de Museus.

Estagiário/a UCM: Mikel Caro

Estagiário/a UCM: Esther Montila

Estagiário/a UCM: Susana Cortés

Estagiário/a Mestrado de Museologia San Pablo CEU: David Delgado

Estagiário/a École du Louvre: Jule Rubí.

- Workshops e Atividades: Candil de Garabato (Lucía Aragón e Javier Alonso)

Museo Nacional de Artes Decorativas

**Desarrollo Parcial del Plan Museológico
(organigrama y recursos humanos)**

y

Programas de Trabajo

(octubre de 2003)



Contenidos

Preámbulo

I. Desarrollo del Plan Museológico

1. Organigrama
2. Estructura departamental, competencias, tareas y recursos humanos
 - A. Dirección, Subdirección y Consejo de Dirección
 - B. Dpto. de Administración, Seguridad y Mantenimiento (*)
 - C. Departamento de Conservación
 - D. Departamento de Documentación
 - E. Departamento de Investigación
 - F. Departamento de Difusión (*)
- Anexo 1. Competencias, tareas y procesos de trabajo: el reglamento interno (*)
- Anexo 2. Plan de Recursos Humanos

II. Programas y proyectos

1. Programas por departamentos
 - A. Programa de Conservación
 - B. Programa de Documentación
 - C. Programa de Investigación
 - D. Programa de Difusión: planteamiento general (*)
2. Objetivos y proyectos para los dos próximos años (2004-2005)
 - A. Conservación
 - B. Documentación
 - C. investigación
 - D. Recursos humanos
 - E. Algunos requisitos y medios (informática y espacios)

(*) Apartados que no se desarrollan en este documento pero se incorporarán en su versión definitiva

PREÁMBULO

El presente documento parte de lo ya expuesto en el Plan Museológico del Museo Nacional de Artes Decorativas, entregado en la Subdirección General de Museos Estatales en el mes de abril del presente año 2003, para desarrollar determinados apartados.

Considerando que los primeros cuatro puntos del plan consistían básicamente en un análisis de la situación actual del museo, las propuestas ahora ampliadas son fundamentalmente las incluidas en el punto 5 (Organigrama y Recursos Humanos). Esto ha sido así porque consideramos necesario, dentro del proceso de reflexión ante una nueva etapa, seguir un orden lógico en la concepción del museo. Este proceso ha de comenzar por plantearse la estructura orgánica y el funcionamiento de los órganos directivos y de todos los departamentos; definir el reparto de competencias y tareas y los mecanismos que las van a poner en relación; y proponer una dotación de personal básico. Entre ambos documentos, se han producido algunas modificaciones en la estructura organizativa (que en su momento detallaremos), precisamente como

consecuencia de haber llevado la reflexión hasta el ámbito más concreto y detallado de la estructura interna y el funcionamiento de cada departamento.

Este primer nivel de desarrollo del plan comprende la configuración de un organigrama completo como marco estructural; de un Plan (o programa) de Recursos Humanos entendido como la guía de los futuros procedimientos de dotación de personal; y de un Reglamento Interno como instrumento básico de ordenación de las tareas y los procesos complejos de trabajo dentro del museo (pendiente de elaboración).

Un segundo nivel se corresponde con los objetivos generales de cada área funcional, los cuales, agrupados en distintos programas de trabajo y divididos en etapas sucesivas, pretenden desarrollar sus tareas. En el documento del plan, este nivel apenas si estaba esbozado en los anexos. Ahora adquiere una importancia fundamental, pues va a marcar la vida del museo en los próximos años. De hecho, los programas se concretan inmediatamente en proyectos para el próximo ejercicio y el siguiente, de forma que su ejecución no se demore más que unos meses (en realidad está ya en marcha a través de trabajos previos realizados gracias a las contrataciones temporales, las becas y las prácticas de varias personas en proceso de formación).

Dentro de los programas, hemos otorgado una total prioridad a todos los que giran en torno a las colecciones, a su conservación y conocimiento, y en torno a la recuperación y el control de la información acumulada durante décadas en el museo, aprovechando la implantación del nuevo sistema documental. Por el contrario, el Programa de Difusión y el Funcional (espacial y arquitectónico), la redefinición de la Exposición Permanente y el Plan de Exposiciones Temporales, incluido el Programa de Exposiciones Experimentales, se abordarán en una siguiente fase, pues consideramos que, para hacerlo sobre una base adecuada, deberán alcanzarse antes ciertos objetivos básicos en los otros programas.

I. DESARROLLO DEL PLAN MUSEOLÓGICO

1. ORGANIGRAMA

Este organigrama, respecto al incluido en el punto 5 del plan, no presenta grandes cambios en su estructura general. La modificación más importante es la supresión de las áreas funcionales, precisamente porque no tenían una verdadera trascendencia estructural. Sin corresponderse con órganos efectivos, sólo sirven para hacer unas agrupaciones departamentales que no tienen sentido en nuestro modelo de funcionamiento.

2. ESTRUCTURA DEPARTAMENTAL, COMPETENCIAS, TAREAS Y RECURSOS HUMANOS

1. DIRECCIÓN, SUBDIRECCIÓN Y CONSEJO DE DIRECCIÓN

El Director

Al Director le corresponde:

- La dirección del Museo y del personal del mismo.

- La representación ordinaria del Museo.
- La redacción de la memoria anual del Museo.
- La elaboración del plan anual de actividades y la propuesta anual de presupuestos del organismo. ¿La elaboración de los planes generales de actuación del Museo.?
- La aprobación de los proyectos, programas y planes que regulen y planifiquen el funcionamiento del Museo.
- La adopción de las medidas que garanticen el desarrollo de las tareas de documentación, investigación, conservación preventiva y restauración, y difusión de los fondos museográficos y documentales del Museo, así como las relativas a su seguridad.
- La adopción de medidas para promover las relaciones exteriores de carácter científico y museístico, en particular la cooperación y colaboración con otras instituciones culturales para la organización de actividades de investigación y difusión.
- La propuesta de nuevas adquisiciones de fondos museográficos a la Junta de Calificación, Valoración y Exportación de Bienes Culturales.
- La dirección del Consejo de Dirección

El Subdiretor

Al subdiretor le corresponde:

- La asistencia al Diretor del Museo en el desempeño de sus funciones.
- La adopción de medidas para facilitar la coordinación permanente de las actuaciones de todos los Departamentos del Museo, con el fin de garantizar el cumplimiento de los proyectos, programas y planes aprobados por la Dirección, y de las actuaciones que programe el Consejo de Dirección..

El Consejo de Dirección

El Consejo de Dirección es el órgano colegiado compuesto por el Diretor, el Subdiretor y los Jefes de Departamento.

En una estructura departamental como la del nuevo Museo, basada en el trabajo en equipo, todos los Departamentos son corresponsables de los fondos museográficos y documentales, cada uno en el ámbito de sus competencias, pero ninguno de forma privilegiada. La correcta coordinación de todas las áreas de trabajo rentabilizará los esfuerzos al volcarlos en una tarea común, y evitará la duplicación de tareas, las interferencias de unas áreas de trabajo en los cometidos de las otras y las pérdidas de información

El Consejo de Dirección será el foro en el que se plantearán y desarrollarán las actuaciones destinadas a materializar los proyectos, programas y planes de trabajo conjuntos, en el que se distribuirán (¿o coordinarán? ¿quién coordina, el subdi o el Consejo?) las tareas entre los distintos Departamentos, y en el que se realizará el seguimiento y la evaluación de su desarrollo. Para ello sus miembros se reunirán con la necesaria periodicidad

2. DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN, SEGURIDAD Y MANTENIMIENTO

Pendiente.

3. DEPARTAMENTO DE CONSERVACIÓN

1. Competencias

Le corresponde al Departamento de Conservación velar por el bienestar físico de los fondos museográficos y documentales pertenecientes al museo o custodiados en el mismo, sea cual sea su ubicación y durante cualquier proceso al que sean sometidos.

Para cumplir con este cometido conviene diferenciar dos niveles de actuación:

La restauración, es decir, la intervención física sobre los fondos. Cuando los trabajos sean realizados por profesionales ajenos al Departamento, le corresponderá a éste el seguimiento y la coordinación tanto dentro como fuera del museo

La conservación preventiva, considerada como toda medida que evite o reduzca el potencial de deterioro de los objetos que constituyen el patrimonio cultural, producidos por factores medioambientales, mecánicos, químicos o biológicos. Así, el Departamento garantizará la conservación de los fondos durante las tareas de documentación, investigación y difusión que afecten físicamente a las piezas.

Por otra parte, corresponderá al Departamento de Conservación desarrollar investigaciones y estudios analíticos en el ámbito de sus competencias, con el propósito de convertir que el futuro Museo se convierta en referente de las colecciones de Artes Decorativas y Diseño en materia de conservación preventiva y la restauración.

2. Estructura orgánica

Para cumplir con sus competencias el Departamento de Conservación estará formado por tres secciones:

Sección de Conservación Preventiva

Sección de Restauración

Sección de Estudios Analíticos

ORGANIGRAMA

3. Recursos Humanos

Jefe de Departamento: 1 Conservador N.26 (con experiencia demostrable en conservación preventiva y restauración)

Sección Conservación Preventiva: 1 Restaurador L.2 (con experiencia en conservación preventiva)

Equipo de montaje y movimiento de fondos museográfico

2 Técnicos de Servicios Generales L. 4 (Jefes de equipo de almacén)

2 Auxiliares de Servicios Generales L. 6 (Especialistas de almacén y montaje de obras de arte)

Sección Restauración: 3 restauradores L.2: 1 especialista en tejidos, 1 especialista en documento gráfico y 1 especialista en arqueología o escultura (1 de ellos asumirá la jefatura de la sección o la coordinación)

Sección Estudios Analíticos:

1 Titulado Superior de Investigación y Laboratorio L.1

1 Ayudante Técnico de Laboratorio L.2

4. Tareas

Jefe de Departamento

- La responsabilidad del cumplimiento de las competencias del Departamento
- La asistencia participativa al Consejo de Dirección representando al Departamento
- La elaboración y dirección de los programas y proyectos de conservación y restauración, y de los estudios analíticos.
- La definición de los riesgos actuales y potenciales de deterioro de las colecciones
- La programación y dirección de un programa regular de inspección de los fondos museográficos y documentales.
- La programación de las estrategias para el control medioambiental y lumínico del museo, la propuesta de las actuaciones para su corrección, y el diseño, la puesta en marcha y el seguimiento del sistema de adquisición de datos.
- La recalificación y adecuación de espacios en el museo en lo que respecta al almacenamiento y exposición de los fondos. El estudio de materiales y la elaboración de técnicas para estos fines.
- El asesoramiento a la Dirección acerca de la conveniencia de nuevas adquisiciones, depósitos y préstamos temporales de fondos museográficos y documentales, en función de su estado de conservación y del coste de su mantenimiento.
- La realización y supervisión de los trabajos inherentes al embalaje y desembalaje de objetos dentro y fuera del museo de las colecciones se encuentren ordenadas, accesibles y en las condiciones adecuadas para su conservación y estudio
- La elaboración de informes sobre nuevos ingresos, en función de su estado de conservación y del coste de conservación para el museo, así como de las condiciones físicas para su traslado.
- La elaboración de los programas de restauración y el control de las intervenciones dentro y fuera del Museo.
- La colaboración en programas de investigación de instituciones ajenas al Museo, en el área de su competencia
- La asistencia al Director en la preparación de la memoria anual.

Sección Conservación Preventiva

- El control físico del medio ambiente del Museo en lo que respecta a la conservación de los fondos museográficos.
- La vigilancia y el control el estado físico de los fondos en almacenes, salas de exposición y laboratorios, tanto dentro como fuera del museo.
- El control y seguimiento de su manipulación, embalaje y desembalaje
- El control y supervisión de los movimientos externos e internos
- La organización de los sistemas de almacenamiento de los fondos museográficos y documentales
- La selección de los materiales de los soportes y sistemas de exposición y almacenamiento
- El diseño y la supervisión de la ejecución de los sistemas y soportes de exposición y almacenamiento

Sección de restauración

- Realizar los exámenes técnicos para evaluar el estado de conservación de las colecciones, e informar sobre las necesidades de intervención.
- Ejecutar y documentar las intervenciones de restauración sobre los fondos museográficos, elaborando informes de estado de conservación y de tratamiento realizado.

Sección de Estudios Analíticos

- Aplicar las ciencias experimentales al conocimiento y conservación de los bienes culturales que integran los fondos museográficos
- Supervisar el uso y mantenimiento del equipamiento de laboratorio
- Llevar a cabo los análisis adecuados para la identificación y caracterización de los materiales constitutivos de los objetos
- Realizar los exámenes con técnicas no destructivas oportunos para profundizar en el estado de conservación de las colecciones y las alteraciones sufridas
- Evaluar el comportamiento de productos y materiales y su compatibilidad con los objetos en condiciones de exposición y almacenamiento

4. DEPARTAMENTO DE DOCUMENTACIÓN

1. Competencias

Corresponde al Departamento de Documentación el control y gestión de los fondos museográficos y documentales que integran la colección del Museo, atendiendo tanto las necesidades de los distintos departamentos y el personal del museo como las peticiones externas, a través de los cauces que se establezcan al efecto. Además le corresponde organizar y gestionar la Biblioteca y el Archivo del Museo y la atención a sus usuarios; y los servicios de reproducción gráfica de los fondos y el Archivo Fotográfico.

Este departamento constituye el núcleo operativo fundamental del museo puesto que, además de gestionar todos los soportes de información del museo, vinculándolos a los

fondos museográficos, genera también los instrumentos indispensables para lograr una plena accesibilidad física a la totalidad de la colección. Aunque la integración de la información no depende sólo de él, pues los otros departamentos generan documentación propia y se responsabilizan del volcado de sus propios datos en el sistema documental, sí debe garantizar la coordinación de estos procesos y su realización según unas pautas comunes: en definitiva, debe dirigir toda la actividad documental del museo, emitiendo la normativa general correspondiente.

2. Estructura orgánica del Departamento

El departamento se compone de dos secciones: la de Fondos Museográficos y la de Fondos Documentales.

La sección de Fondos Museográficos se ocupa de la gestión de todo el Sistema Documental del museo, es decir, del conjunto de instrumentos que permite el acceso físico e intelectual a las piezas de la colección y a toda la información asociada a ellas, incluida la recogida en los Fondos Documentales. Además, se encarga del Sistema de Registro de Fondos Museográficos y del control de los movimientos externos e internos y de la tramitación administrativa que estos generan.

La sección de Fondos Documentales agrupa los servicios vinculados a la gestión, la conservación y el acceso a este tipo de fondos, cuyo contenido es fundamental para el conocimiento y contextualización de la colección. En el caso del Servicio de Fotografía, además también genera sus propios fondos. Dentro de este servicio, se incluye el Archivo Fotográfico, con tres setores definidos: fotografías antiguas y actuales de los fondos museográficos, fotografías que recogen momentos del presente y de la historia del museo (montajes antiguos, exposiciones temporales, atos y actividades, aspetos del edificio, etc.) y fotografías de personas, objetos y lugares ajenos al museo (con un carácter documental o contextual). Aunque vinculado a este servicio, el de digitalización y microfilmación trabajará también para los otros dos, obteniendo copias duraderas de documentos y libros antiguos y con exigentes condiciones de conservación.

Precisamente esos otros dos servicios son el Archivo y la Biblioteca. Ambos tendrán una verdadera proyección pública, constituyendo lugares de encuentro entre el museo y un setor de sus visitantes. De ahí su integración en una misma sección, que en el futuro habrá de traducirse en una proximidad si no física, sí al menos funcional, compartiendo horarios, espacios y servicios. El visitante habrá de percibirlos como dos partes de un todo: el centro de documentación del museo.

El Archivo conservará todos los documentos generados por el museo o llegados a él a lo largo de su historia y a partir de la antigüedad que se determine. Aunque los diferentes departamentos mantendrán “archivos ativos” con los expedientes aún en curso o recientes, deberán seleccionar, de acuerdo con el Departamento de Documentación, todos aquellos que por motivos legales o por su interés documental habrán de conservarse para el futuro, que pasarán a integrar los fondos de este archivo central. Esto no sólo afetaré, como es tradicional, al Departamento de Administración y al Servicio de Registro y Movimientos, sino también a todos los demás. Los miembros, por ejemplo, de los departamentos de Investigación y Conservación se verán obligados a ir a consultar documentos generados por ellos mismos a este

archivo, pero, al no retenerlos en sus oficinas y al quedar aquí centralizados, se facilitará el acceso por parte del resto del personal del museo y, según se establezca, de personas ajenas a la institución. Todos los documentos generados por el museo tienen un carácter público, aunque este carácter pueda quedar restringido por motivos de seguridad o confidencialidad. Por otro lado, el Departamento de Administración, junto con el de Documentación, establecerá los criterios para conservar copias de una selección de los documentos que, por obligación administrativa, haya de remitir al AGA.

La biblioteca aspira también a convertirse en un punto de referencia para todo el museo y para todos los interesados en el ámbito científico en el que se enmarcan los contenidos del museo...

ACABAR

ORGANIGRAMA

3. Recursos humanos

Jefe de Departamento: 1 Facultativo de Museos, Jefe de Servicio N. 26

Sección Fondos museográficos

Jefe de Sección: 1 Facultativo de Museos N. 24

Sistema Documental: 2 Ayudantes de Museos N. 22

Registro y movimientos: 1 Ayudante de Museos N.22 y 1 Administrativo 2ª L. 4

Sección Fondos Documentales

Jefe de Sección: 1 Facultativo de N. 24

Archivo: 1 Ayudante de Archivos N. 22.

Biblioteca:

Catalogación: 2 Ayudantes de Bibliotecas N. 22

Movimiento de fondos y atención al público: 2 Auxiliares de Bibliotecas L. 6

Servicio de Fotografía:

Fotografía: 1 Fotógrafo L. 3

Digitalización y microfilmación: 1 Técnico L. 4

Archivo fotográfico: 1 Administrativo 2ª L. 4

4. Tareas

Jefe de Departamento

-La responsabilidad del cumplimiento de las competencias del departamento.

-Coordinar los trabajos y el personal del departamento en sus dos secciones:

Fondos museográficos y Fondos documentales.

-La redacción de una normativa o reglamento de uso interno del Museo sobre Documentación.

-La coordinación y puesta al día de los repertorios documentales y los programas informáticos que permitan la consulta de los fondos museográficos y documentales.

- Organizar la atención de las consultas de profesionales, investigadores y público en general a las secciones y servicios dependientes.
- Dirigir la tramitación administrativa y el registro documental de adquisiciones, depósitos, ingresos y movimientos internos y externos de los fondos museográficos y documentales.
- La coordinación con los departamentos de Investigación y Conservación de la gestión y organización de la información sobre los fondos museográficos y documentales.
- La redacción de los programas del Departamento y la supervisión de los proyectos que los desarrollan.
- Redactar la memoria del Departamento.
- La asistencia participativa al Consejo de Dirección, representando al departamento.
- Asistir al Director en las decisiones sobre materias competencia del Departamento.

Sección de Fondos Museográficos

- El registro y control de los ingresos de los fondos museográficos.
- Coordinar y dar curso a la tramitación administrativa de los préstamos de fondos museográficos.
- El desarrollo de los instrumentos previstos para la identificación, localización y recuperación de dichos fondos y el control documental de sus movimientos, tanto internos como externos.

Sección de Fondos Documentales

Archivo

- La organización del archivo de expedientes de los fondos museográficos y documentales y la elaboración de los instrumentos de recuperación.
- Gestionar y organizar el Archivo Central del Museo, incluyendo los expedientes relativos a los fondos museográficos una vez finalizada la tramitación en la Sección de Fondos Museográficos y también los generados por los demás departamentos del museo
- Facilitar el acceso a la información de estos fondos al resto del Museo y a personas e instituciones ajenas a él según se regule.
- Ser el órgano consultivo para decidir cualquier aspecto relativo de los fondos que custodia.

Servicio de fotografía

- Coordinar y dar curso a las peticiones de reproducciones y fotografías de los fondos museográficos.
- Digitalización o microfilmación de los fondos documentales.
- Gestionar el Archivo Fotográfico de Fondos Museográficos.

Biblioteca

- Registrar, catalogar, identificar y proteger los nuevos fondos.
- Informatizar el catálogo de fondos y facilitar el acceso a través de la red.
- Atender e identificar a los usuarios de la Biblioteca.
- Organizar y controlar la Biblioteca y el sistema de préstamo.

- Controlar el estado de conservación de los fondos y en especial de los fondos antiguos. Coordinar con Conservación los posibles tratamientos de conservación y las desinsectaciones periódicas tanto del depósito como de la biblioteca.
- Coordinar con el Jefe del Departamento y los distintos Departamentos la adquisición de los fondos bibliográficos, suministrando información sobre novedades y gestionando las peticiones.
- Coordinar el intercambio de publicaciones junto con el Dpto. de Difusión.
- Vaciar las publicaciones periódicas y poner a disposición del público dicha información.

5. DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN

1. Competencias

Corresponde al departamento de Investigación la clasificación y contextualización científica de los fondos museográficos, así como la gestión de los conocimientos científicos relativos a los mismos puesta al servicio tanto de las necesidades de conservación, difusión y documentación del propio Museo, como de las de investigación de los científicos ajenos al mismo.

Para cumplir con este cometido, conviene diferenciar los tres niveles que pueden darse en la investigación de los fondos museográficos.

Al **primer nivel** corresponde el análisis individual de los objetos y su clasificación científica en función de las características materiales, técnicas, formales y estilísticas del grupo al que pertenece. Este nivel plantea como máximo nivel de análisis su categorización, la definición de tipos y el estudio diacrónico de las series para ubicar cada pieza en la seriación tipológica.

Es propio del **segundo nivel** la realización del análisis sincrónico de los tipos de objetos que comparten el mismo contexto cultural para conocer su significado en dicho contexto. Este punto de vista permite interpretarlos históricamente, dilucidando sus valores funcionales en el marco de las costumbres o creencias de la época; su lugar en la evolución general de los estilos de ciclo largo y ciclo corto; su papel en los intercambios culturales, etc. Asimismo, hace posible resolver cuestiones tales como la creación del gusto, su difusión y permanencia en los distintos grupos sociales y en las diversas áreas geográficas, etc., aspectos imposibles de abordar por medio de la metodología propia del primer nivel y, sin embargo, mucho más significativos. Este nivel de investigación conlleva la organización de los fondos que se estudian en periodos culturales que compartan características históricamente significativas.

El **tercer nivel** se corresponde con el marco general en que se encuadra la actuación científica del Museo, en particular con el futuro Centro de Estudios de Diseño, y con los proyectos que desarrollará.

En definitiva, el estudio sistemático y jerarquizado de los fondos museográficos permite que el Museo disponga de: un análisis formal riguroso de todos los objetos, de su clasificación y del conocimiento que permita valorarlos en su contexto.

2. Estructura orgánica del Departamento

Para cumplir con sus competencias, el departamento de Investigación estará formado por cuatro secciones. Tres de ellas se corresponderán con los tres periodos culturales de ciclo largo en los que se puede dividir la cronología de los fondos museográficos, constituidos por las colecciones que más adelante se detallan. Una cuarta sección se hará cargo de la colección de Arte Oriental.

Los periodos culturales históricos se han establecido teniendo en cuenta los momentos que se asocian a cambios significativos en el sistema de producción, los procesos tecnológicos, el gusto artístico, las costumbres y la ideología. En cada uno de los tres periodos que han resultado se integrarán todos los objetos que compartan el ámbito cronológico, sea cual sea su naturaleza. Esta división de los fondos museográficos en periodos culturales marca el contenido de las secciones que abordarán su investigación, a cargo de cada una de las cuales estará un facultativo de museos.

La organización que aquí proponemos corrige la hecha en el Plan Museológico y tiene la intención de favorecer la interpretación contextual de las piezas y evitar que la investigación se limite, como es frecuente en los museos, a su mera catalogación. De donde resultan las siguientes secciones históricas:

1. Sección de Artes Decorativas de los siglos XV al XVII.
2. Sección de Artes Decorativas de los siglos XVIII-XIX.
3. Sección de Diseño Contemporáneo.
4. Sección de Arte Oriental.

En combinación con estas secciones, y en un nivel más vinculado a los trabajos de catalogación y conocimiento técnico de las colecciones, existirán cuatro subsecciones transversales organizadas por tipos de fondos. A cargo de cada una de ellas estará un ayudante de museos. Son las siguientes.

1. Subsección de Bellas Artes, que incluirá los fondos de pintura, miniaturas, escultura (madera, marfil, etc.), nacimientos, juguetes, papel (estampas y paramentos), cueros y fotografía.
2. Subsección de Tejidos e Indumentaria, que incluirá también las alfombras, los tapices, los entelados, y los accesorios de indumentaria.
3. Subsección de Mobiliario y Equipamiento Doméstico, que incluirá a su vez los carruajes, los instrumentos musicales, el armamento y los relojes.
4. Subsección de Artes del Fuego, integrada por la cerámica y la porcelana, el vidrio, los bronce, la platería, la joyería y los hierros.

Dado que es previsible que el personal de investigación sea de nuevo ingreso, y en general carente de formación específica, se potenciará su progresiva especialización en el ejercicio de sus funciones.

El número y la organización del personal se han definido de manera que se pueda conseguir la máxima eficacia con el mínimo personal. Por ello, la estructura departamental no se basa en la dependencia directa de cada ayudante respecto de un

conservador en particular sino que, esperándose del ayudante cierta especialización en la catalogación de colecciones concretas sin limitaciones cronológicas, podrá catalogar dicha colección en todas las secciones, dirigido por sus respectivos conservadores.

De esta manera, todos los trabajadores están adscritos al departamento y dependerán del jefe del mismo, diferenciándose sus categorías en función de la responsabilidad y alcance de sus trabajos. Así se facilitará el flujo de la información y su generalización y puesta al servicio de toda la institución.

ORGANIGRAMA

3. Recursos humanos

Jefe de Departamento: Facultativo de Museos, Jefe de Servicio N. 26

Secciones:

Sección del siglo XV al XVII. 1 Facultativo de Museos, Jefe de Sección N. 24

Sección del siglo XVIII al XIX. 1 Facultativo de Museos, Jefe de Sección N. 24

Sección de Diseño Contemporáneo. 1 Facultativo de Museos, Jefe de Sección N. 24

Sección de Arte Oriental. 1 Facultativo de Museos, Jefe de Sección N. 24

Subsecciones transversales (por materias):

Subsección de Bellas Artes. 1 Ayudante de Museos, Jefe de Negociado N. 22

Subsección de Tejidos e Indumentaria. 1 Ayudante de Museos, Jefe de Negociado N. 22

Subsección de Mobiliario y Equipamiento Doméstico. 1 Ayudante de Museos, Jefe de Negociado N. 22

Subsección de Artes del Fuego. 1 Ayudante de Museos, Jefe de Negociado N. 22

4. Tareas

Jefe de Departamento

- La responsabilidad del cumplimiento de las competencias del departamento.
- La asistencia participativa al Consejo de dirección, representando al departamento.
- La gestión del departamento mediante la elaboración de programas y proyectos, y la aplicación de estrategias de trabajo que faciliten la obtención de sus objetivos en el marco de la programación del Museo.
- La elaboración y aplicación de estrategias de colaboración con los restantes departamentos para que dispongan de la información científica y el asesoramiento que requieran para el ejercicio de sus competencias.
- La redacción de informes y estudios que le sean solicitados por la dirección, en el marco de su competencia.
- El estudio de las necesidades científicas de incremento de las colecciones.

- La coordinación de la publicación de los resultados de las investigaciones relativas a la catalogación científica y al estudio contextualizado de los fondos museográficos.
- La supervisión del contenido científico de cualquier otra publicación del Museo.
- La organización de la colaboración del departamento en la producción de exposiciones, tanto permanentes como temporales, en la elaboración de la información complementaria y en la realización de actividades divulgativas.
- La colaboración con programas de investigación de instituciones ajenas al Museo en el área de su competencia.
- La asistencia al Director en la elaboración de la memoria anual.

Jefes de Sección

- La elaboración de programas y estrategias de trabajo que faciliten la obtención de los objetivos de la sección en el marco de la programación del departamento.
- La dirección de las labores de identificación y clasificación científica de los fondos museográficos, en el área de su competencia.
- La realización y, en su caso, la dirección de la investigación interpretativa de las colecciones que le competen.
- La emisión de los informes científicos que le sean solicitados.
- La prestación de la información científica y el asesoramiento que requieran otros departamentos
- La prestación de servicios de asesoramiento e información a los investigadores en lo referente a los fondos museográficos del Museo dentro de su área de competencia, y en la forma en que establezca la dirección del centro.
- La colaboración en la producción de exposiciones, permanentes y temporales, en la elaboración de la información complementaria y en la realización de actividades divulgativas.
- La elaboración de publicaciones científicas y la colaboración en las publicaciones divulgativas.

Subsecciones

- Bajo la dirección de los jefes de sección, la realización de la identificación y clasificación científica de los objetos.
- La introducción de los datos científicos en los soportes documentales del Museo.
- La recogida, búsqueda y recopilación de la información referente a los fondos museográficos, a su bibliografía y a su documentación científica.

6. DEPARTAMENTO DE DIFUSIÓN

Anexo 1. Reglamento interno

Pendiente

Anexo 2. Plan de Recursos Humanos

A continuación se ofrece una visión completa de los Recursos Humanos necesarios, según el Plan Museológico, para alcanzar los objetivos del museo a medio plazo. En negrita, el personal atualmente existente.

Diretor: 1 Facultativo de Museos N. 29 (**N. 28**)

Subdiretor: 1 Facultativo de Museos N. 28 (**N. 24**)

Departamento de Administración, Seguridad y Mantenimiento

Pendiente

Departamento de Conservación

Departamento de Documentación

Jefe de Departamento: 1 Facultativo de Museos, Jefe de Servicio N. 26 (**N. 24**)

Sección Fondos museográficos

Jefe de Sección: 1 Facultativo de Museos N. 24

Sistema Documental: 2 Ayudantes de Museos N. 22

Registro y movimientos: 1 Ayudante de Museos N.22 y **1 Administrativo 2ª L. 4**

Sección Fondos Documentales

Jefe de Sección: 1 Facultativo de N. 24

Archivo: 1 Ayudante de Archivos N. 22.

Biblioteca:

Catalogación: 2 Ayudantes de Bibliotecas N. 22 (**1 Ayudante de Museos N. 18**)

Movimiento de fondos y atención al público: 2 Auxiliares de Bibliotecas L. 6

Servicio de Fotografía:

Fotografía: 1 Fotógrafo L. 3 (**L. 4**)

Digitalización y microfilmación: 1 Técnico L. 4

Archivo fotográfico: 1 Administrativo 2ª L. 4

Departamento de Investigación

Jefe de Departamento: Facultativo de Museos, Jefe de Servicio N. 26 (**N. 24**)

Secciones:

Sección del siglo XV al XVII. 1 Facultativo de Museos, Jefe de Sección N. 24

Sección del siglo XVIII al XIX. 1 Facultativo de Museos, Jefe de Sección N. 24

Sección de Diseño Contemporáneo. 1 Facultativo de Museos, Jefe de Sección N. 24

Sección de Arte Oriental. 1 Facultativo de Museos, Jefe de Sección N. 24

Subsecciones:

Subsección de Bellas Artes. 1 Ayudante de Museos, Jefe de Negociado N. 22

Subsección de Tejidos e Indumentaria. 1 Ayudante de Museos, Jefe de Negociado N. 22

Subsección de Mobiliario y Equipamiento Doméstico. 1 Ayudante de Museos, Jefe de Negociado N. 22

Subsección de Artes del Fuego. 1 Ayudante de Museos, Jefe de Negociado N. 22

II. PROGRAMAS Y PROYECTOS

1. PROGRAMAS POR DEPARTAMENTOS

A. PROGRAMA DE CONSERVACIÓN

OBJETIVOS

Ante la perspectiva del futuro traslado del Museo Nacional de Artes Decorativas a una nueva sede, se ha de abordar la puesta a punto de los fondos museográficos para que puedan ser transportados y reubicados en el nuevo edificio con las debidas garantías. Con el fin de ir completando las necesidades de las colecciones y preparándolas para el traslado y reubicación en la nueva sede, se han de acometer las tareas que detallan en este documento.

Los trabajos han de discurrir por dos líneas simultáneas de trabajo: evaluación e intervención, que se definen como dos programas independientes:

- **Evaluación del estado de conservación de las colecciones.** Ha de acometerse como paso previo para la planificación de ulteriores intervenciones de restauración en las diversas colecciones del Museo.
- **Intervención: tratamientos de conservación y restauración.**
Previamente al desarrollo de un programa completo de intervenciones, se puede desarrollar un conjunto de trabajos que afectan a piezas o conjuntos de piezas afectadas por problemas específicos. Se trata de:
 - fondos de gran formato: tapices y paramentos murales “Alba”
 - fondos incorporados de una manera u otra a la estructura del edificio de la calle Montalbán que se deberán desmontar y montar sobre soportes móviles de conservación.
 - Fondos afectados por ataques biológicos

El desarrollo de estas intervenciones puede acometerse desde el momento presente, paralelamente a las labores de diagnóstico que afectan al resto de las colecciones.

FASES DE DESARROLLO DE LOS TRABAJOS

Los programas de evaluación e intervención se podrán desarrollar paralelamente.

En cada uno de los programas se han establecido varias fases, algunas de las cuales se podrán, asimismo, acometer simultáneamente.

1.- PROGRAMA DE EVALUACIÓN

El objetivo último es conocer con precisión el estado de conservación de las colecciones del MNAD, con el fin de trazar las necesidades de intervención y planificar las actuaciones necesarias para su traslado y adecuado almacenamiento y/o exposición en la nueva sede.

1.1.- EVALUACIÓN DE ESTADO DE CONSERVACIÓN DE LAS COLECCIONES. FASE PREPARATORIA (fase 1)

Diseño y creación de base de datos para la valoración del estado de conservación de las colecciones, con los siguientes requisitos:

- ✓ Versátil, de modo que sea válida para todos los tipos de objetos que alberga el museo
- ✓ Que sea de fácil cumplimentación para el usuario
- ✓ Que pueda contener imágenes
- ✓ Que pueda ser cumplimentada desde un portátil y, en su caso, desde dos portátiles simultáneamente
- ✓ Que contenga campos para
 - la identificación básica de los objetos (número, denominación, medidas, materiales, fotografía, signature topográfica)
 - la descripción del estado de conservación (campo largo y campos con respuesta binaria)
 - las intervenciones necesarias clasificadas en 3 grados de urgencia
 - para las condiciones necesarias en caso de traslado
- ✓ Que se realice una prueba de su eficacia y cumplimentación con ejemplos de diversos materiales

1.2.- EVALUACIÓN DEL ESTADO DE CONSERVACIÓN DE LAS COLECCIONES. RECOGIDA DE DATOS Y CONCLUSIONES (fase 2.1)

Cumplimentación de la base datos de estado de conservación. El trabajo se organizará en función de un doble criterio: material constitutivo del objeto y ubicación en el museo. Se reseñarán los datos básicos de identificación, la descripción del estado de conservación y se cuantificarán y evaluará la urgencia de las intervenciones requeridas. Se considerarán y expresarán los requisitos para su adecuado traslado. De las conclusiones de la evaluación se derivarán a su vez necesidades de tratamiento que habrán de materializarse en nuevos proyectos de intervención.

1.3.- EVALUACIÓN DEL NIVEL DE BIODETERIORO DE LAS COLECCIONES DEL MNAD. ESTRATEGIA PARA EL CONTROL INTEGRADO DE PLAGAS (ERRADICACIÓN Y PREVENCIÓN) (fase 2.2)

El objetivo del proyecto, que habrá de realizarse en colaboración con el Departamento de Biología del IPHE, es evaluar cuantitativa y cualitativamente las alteraciones biológicas que afectan a las colecciones, básicamente aquellas constituidas por materiales orgánicos, con el fin de erradicar las plagas presentes y trazar una estrategia para su control a largo plazo.

Caracterización y cuantificación de agentes biodeteriorantes (tipos y especies).

Diseño de una estrategia integrada para la erradicación y control que tenga en cuenta los siguientes condicionantes:

- ✓ la secuencia de tratamiento dependerá de las necesidades planteadas por los proyectos de Investigación, en función de la exposición en el nuevo edificio
- ✓ el MNAD cuenta con parte del equipamiento básico necesario para la desinsectación por anoxia (instrumental para sellado de bolsas, analizador de oxígeno y bomba de vacío)
- ✓ la infraestructura para el tratamiento habrá de quedar como una Unidad de tratamiento sistemático permanente en el nuevo museo, que preste servicio a otros museos de la SGME (entendemos que debería contarse con un generador de nitrógeno, con el fin de hacer más eficaz el funcionamiento)
- ✓ el tratamiento no puede llevarse a cabo en el edificio de Montabán, por lo que habrá que habilitar un espacio de unos 1100m², debidamente acondicionado y compartimentado en 3 áreas: almacén de objetos contaminados (500m²), zona de tratamiento (100m²) y almacén de objetos sanos (500m²). En este último deberán permanecer hasta su traslado definitivo a la nueva sede, ya que su vuelta al edificio de Montalbán implicaría un alto riesgo de reinfestación.

2.- PROGRAMA DE INTERVENCIÓN

Todo proyecto de intervención comienza con una evaluación, por lo que, en ocasiones, convendrá por razones económicas o estratégicas, separarlo en fases sucesivas. Se estima que estos proyectos podrían materializarse a lo largo de un periodo que puede oscilar entre 5 y 7 años.

2.1.- RESTAURACIÓN DE TAPICES I (Fase 1.1)

Intervención en 1 tapiz expuesto en la planta primera del museo (INV. 19.384) y un tapiz de reciente adquisición (INV. 26.543)

Estudio y evaluación de estado de conservación

Diseño y ejecución de proyecto de intervención para la restauración y montaje sobre soporte adecuado para exposición

Previsión de soporte de almacenamiento y embalaje. Este incluirá soporte rígido cilíndrico inerte, funda protectora y tarjeta identificativa exterior con foto en color

2.2.- INTERVENCIÓN EN LAS TECHUMBRES DE MADERA DE LAS PLANTAS BAJA Y PRIMERA (fase 1.2)

Estudio y diagnóstico de las techumbres decoradas de madera que se encuentran en las salas 0.7, 0.8, 1.4, 1.5, 1.6, 1.7 y 1.8 del MNAD

Diseño y ejecución de proyecto de intervención para el desmontaje, restauración y montaje sobre nuevo soporte rígido autónomo anclable a techo (y trasladable a la nueva sede)

2.3.- INTERVENCIÓN EN LOS PAPELES PINTADOS MURALES DE LAS PLANTAS TERCERA Y CUARTA (fase 1.3)

Estudio y diagnóstico de los papeles pintados sobre muro de las salas 3.7, 4.11 y 4.12 y del que se encuentra en el primer tramo de la escalera del edificio museo (aproximadamente 148 metros cuadrados).

Diseño y ejecución de proyecto de intervención para el arranque del muro, restauración y montaje sobre nuevo soporte rígido transportable. Contemplará la posibilidad de volver a montarse en su ubicación actual (en cuyo caso el sistema permitirá su fácil desmontaje y embalaje para su traslado en el momento oportuno a la nueva sede)

2.4.- INTERVENCIÓN EN LOS PANELES DE AZULEJOS DE LA COCINA VALENCIANA (fase 2.1)

Estudio y diagnóstico de los paneles de azulejos que cubren los muros de la Cocina Valenciana en la planta cuarta.

Estudio histórico, de alteraciones, de laboratorio

Diseño y ejecución de proyecto de intervención (estudio de despiece de levantamiento, de bloques de consolidación y de los soportes para montaje)

Debe contemplarse la posibilidad de que, una vez restaurados, los azulejos tengan que ser almacenados hasta que la rehabilitación de la nueva sede permita montarlos en su nueva ubicación. En este caso, se preverá también el sistema de almacenamiento (y su siglado interno y externo) de los objetos y de sus nuevos soportes rígidos por separado. Montaje en la nueva sede

2.5.- INTERVENCIÓN EN LOS PARAMENTOS MURALES TEXTILES “ALBA” (fase 2.2)

Estudio y evaluación de estado de conservación de 5 paramentos textiles de seda, diseño de Jean-Demosthène Dougourc (1784-1793)

Medidas: 1-395x187cm, 2.-388x219cm, 3-395x447cm, 3-395x226, 4-395x226, 5-395x447

Diseño y ejecución de proyecto de intervención para la restauración y montaje sobre nuevo soporte rígido transportable

2.6.- RESTAURACIÓN DE TAPICES II (fase 2.3)

Intervención en 1 tapiz de reciente adquisición (INV. 26.446) y 1 tapiz expuesto en la primera planta del museo (INV.1.179).

Estudio y evaluación de estado de conservación

Diseño y ejecución de proyecto de intervención para la restauración y montaje sobre soporte adecuado para exposición

Previsión de soporte de almacenamiento y embalaje. Este incluirá soporte rígido cilíndrico inerte, funda protectora y tarjeta identificativa exterior con foto en color

2.7.- ERRADICACIÓN DE PLAGAS BIOLÓGICAS EN LAS COLECCIONES DEL MNAD MEDIANTE TRATAMIENTO MASIVO POR ANOXIA (fase 3)

Puesta en marcha de una Unidad de Desinsectación por Gases Inertes para erradicar progresivamente las plagas biológicas mediante tratamiento por anoxia y prestar servicio en el futuro a otros museos de la SGME

Habrà de realizarse en colaboración con el Departamento de Biología del IPHE,

Este programa completa el de EVALUACIÓN DEL NIVEL DE BIODETERIORO (vid supra. 1.3), que habrá realizado la cuantificación y cualificación oportuna y habrá trazado la estrategia que ha de implementarse en el presente proyecto de intervención. Se tendrán en cuenta los siguientes condicionantes:

- ✓ la secuencia de tratamiento dependerá de las necesidades planteadas por el Departamento de Investigación y de Documentación, en función del proyecto museológico y museográfico para el nuevo edificio
- ✓ el MNAD cuenta con parte del equipamiento básico necesario para la desinsectación por anoxia (instrumental para sellado de bolsas, analizador de oxígeno –modelo antiguo que podría ser sustituido- y bomba de vacío)
- ✓ la infraestructura para el tratamiento contará con un generador de nitrógeno, con el fin de hacer más eficaz el funcionamiento de la Unidad, que quedará para el tratamiento sistemático permanente en el nuevo museo. La adquisición del equipo deberá hacerse incluyendo contrato de mantenimiento, existiendo la modalidad de alquiler con opción a compra, si se considera más oportuno.
- ✓ el tratamiento no puede llevarse a cabo en el edificio de Montalbán, por lo que es necesario habilitar un espacio de unos 1100m², debidamente acondicionado y compartimentado en 3 áreas: almacén de objetos contaminados (500m²), zona de tratamiento (100m²) y almacén de objetos sanos (500m²). En este último deberán permanecer hasta su traslado definitivo a la nueva sede, ya que su vuelta al edificio de Montalbán implicaría un alto riesgo de recontaminación.

B. PROGRAMA DE DOCUMENTACIÓN

Objetivos

La documentación de las colecciones del museo puede ser costosa en tiempo y en dinero PERO al final el descuido de la documentación básica hace perder muchísimo más tiempo que hacerla corretamente, y mengua el valor y utilidad de la colección (Holm, 1991: 2).

Por ello, para el Departamento de Documentación del Museo es de suma importancia desarrollar de manera inmediata un programa que suponga una puesta al día de los datos sobre los fondos, tanto museográficos como documentales. Sin esta revisión y ampliación de datos el desarrollo del plan museológico no se podrá hacer de manera completa, al desconocerse la totalidad de fondos con los que cuenta el Museo.

La situación del departamento queda bien reflejada en la Introducción del libro Normalización Documental de Museos (Madrid, 1996), en donde se enumeran los distintos motivos que hacen que no se pueda tener:” ... un control real sobre nuestros repertorios informativos...”. Esta limitación debe ser subsanada ya que de esta información dependen, en buena medida, tanto los demás departamentos como la calidad de la atención a las consultas de investigadores y públicos sobre los fondos custodiados, así como el desarrollo de parte del plan museológico.

En concreto los problemas más importantes detetados son:

- Falta de Libro de Registro hasta 1988.
- Falta de organización en la documentación (en el Archivo) sobre los fondos del Museo (falta de Archivo organizado).
- Desigualdades en el control de los ingresos (adquisiciones y depósitos) y movimientos de los fondos.
- Falta de inventario y catalogación rigurosa de los fondos.
- Falta de un topográfico al día.
- Falta de informatización de los fondos de la biblioteca.
- Falta de personal.

La propuesta del departamento de Documentación es un programa que posibilite la solución de estas disfunciones, que se desarrollará a través de una serie de proyectos, para conseguir el pleno control sobre los fondos del Museo, incluyendo la plena implantación del Domus como programa gestor. Los distintos proyectos, divididos en las siguientes áreas, tienen varios puntos en común y distintas fases correlativas y paralelas:

- 1.** Fondos museográficos.
- 2.** Fondos documentales (Archivo incluido).
- 3.** Biblioteca.
- 4.** Fotografía.

La puesta en marcha del programa incluye el planteamiento y redacción de una normativa o reglamento interno en Documentación que evite los problemas anteriores, la reorganización del departamento y el aumento del personal. Los proyectos por áreas serían:

- 1. Fondos museográficos:**
 - Finalización de la limpieza de las fichas volcadas en Domus.
 - Finalización de los thesauros del Domus.
 - Revisión de los fondos museográficos y de sus fichas.
 - Realización de un topográfico exhaustivo.
 - Revisión de la documentación de los depósitos.
 - Planteamiento de la estrategia del Dpt. tras los resultados de la revisión (renumeración, cambios de números, etc).
 - Ejecución de la estrategia establecida (en coordinación con Conservación para la renumeración o el siglado de los números definitivos a los fondos que no tengan).
 - Revisión de los depósitos. Inicio de la tramitación administrativa para los que tengan fallos o se haya pasado el plazo de renovación.
 - Volcado de toda la información de los fondos en Domus (coordinación con Investigación para la catalogación de los fondos ya investigados. Coordinación con Conservación para la información sobre su estado. Coordinación con Fotografía para la inclusión de una imagen del fondo en cada ficha).
- 2. Fondos documentales:**
 - Reorganización del Archivo.
 - Revisión de los fondos documentales.
 - Realización de un topográfico exhaustivo.

- Planteamiento de la estrategia del Dpt. tras los resultados de la revisión.
- Numeración de dichos fondos.
- Redacción de las fichas correspondientes.
- Volcado en Domus de las mismas.
- Volcado de la información del Archivo Documental en Domus.

3. Biblioteca:

- Revisión de la catalogación.
- Informatización de la Biblioteca.
- Planteamiento de la estrategia del Dpt. tras los resultados de la revisión.
- Ordenación de la Biblioteca por materias.

4. Fotografía:

- Revisión del archivo.
- Organización del archivo fotográfico.
- Planteamiento de la estrategia del Dpt. tras los resultados de la revisión.
- Digitalización de los fondos museográficos ya fotografiados.
- Fotografía y digitalización de los fondos museográficos y documentales que faltan.
- Volcado en Domus de las fotos digitalizadas.

Planificación de los trabajos

Fase preparatoria (agosto-diciembre 2003): en marcha

-Planteamiento y fase de experimentación de las bases para una normativa interna del Departamento de Documentación

Archivo

-Catalogación de la Sección de Adquisiciones (1 persona contratada por el INEM).

Topográfico

-Realización del topográfico de salas (2 personas contratadas por el Inem).

Sistema documental

(6 personas a través de contrato de servicios de la SGME).

-Finalización de los tesauros.

-Revisión de las fichas volcadas en el sistema hasta el nº 10.000.

-Fotografía y digitalización de los fondos museográficos (1 persona contratada por el INEM).

Biblioteca

-Registro, catalogación e informatización del fondo Bröham (1 persona con contrato de asistencia técnica y 2 personas contratadas por el INEM).

Fase I (2004)

Archivo

-Catalogación de las Secciones de Donaciones, Depósitos y Movimientos (préstamos para exposiciones temporales).

Topográfico

- Completar el topográfico de almacenes.
- Revisión y actualización exhaustivas de todo el topográfico.
- Puesta en marcha del sistema de control de movimientos y actualización automática del topográfico.

Sistema documental

- Revisión de los fondos museográficos y de la información incluida en las fichas del sistema.
- Continuación de la fotografía y digitalización de los fondos museográficos.
- Planteamiento de una estrategia para resolver problemas y disfunciones del sistema de identificación y catalogación de fondos museográficos (números duplicados o vacíos, conjuntos, etc.).

Biblioteca

- Comienzo de la revisión de la catalogación e informatización de fondos.
- Ordenación por materias.

Fase II (2005-2006)

Archivo

- Revisión de depósitos y actualización de contratos y documentos.
- Inclusión de la información en el sistema documental.

Sistema documental

- Ejecución de la estrategia establecida (en coordinación con Conservación para la reenumeración o el siglado de los números definitivos a los fondos que no tengan).
- Volcado de toda la información de los fondos en Domus:
 - Coordinación con Investigación para la catalogación de los fondos ya investigados.
 - Coordinación con Conservación para la información sobre su estado.
- Inicio de todos los trámites administrativos y de registro en Domus (se hará en la última fase).

Biblioteca

- Terminación de la informatización de la Biblioteca y sus ordenación por materias.

Resultados

A partir del 2006, si se hubieran llegado a completar todos los trabajos de las dos fases, el Dpto. de Documentación estaría en condiciones de coordinarse con el de Investigación para el Proyecto de Catalogación y con el de Conservación para el Proyecto de Restauración de Fondos. Así mismo estaría puesta al día toda la información sobre los fondos museográficos acumulada previamente en el museo, junto con un topográfico actualizado que facilitaría la gestión de las colecciones y el

control de sus movimientos. Este programa tiene como finalización la plena implantación del sistema Domus.

Para alcanzar estos objetivos, es fundamental que se vaya también completando la estructura de personal estable que se plantea en el Desarrollo del Plan Museológico (Departamento de Documentación) y se pongan en marcha los proyectos para los próximos dos años que se proponen en el siguiente apartado, proyectos que incluyen el incremento temporal de la plantilla con refuerzos de personal eventual y la mejor dotación de medios técnicos para el museo.

C. PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN

Objetivos de la investigación

La investigación en el MNAD va a estar al servicio de la comunicación de los contenidos del museo hacia sus distintos públicos potenciales, a través de diferentes medios, especialmente de sus programas expositivos. Como las exposiciones, la investigación girará en torno al patrimonio cultural del museo, procurando por tanto un conocimiento exhaustivo de las colecciones y, gracias a ellas:

- por un lado, de la evolución (diacronía) técnica y conceptual (diseño y ergonomía) de la producción de los objetos asociados a las formas de vida;
- y, por otro lado, de las sociedades que los produjeron y utilizaron y de los valores que asociaron a ellos.

Los objetivos científicos derivados de este planteamiento serán divididos en tres niveles, que a su vez representan otras tantas etapas en el proceso de conocimiento desde el objeto hasta el contexto.

Nivel I: investigación de colecciones (aspectos técnicos y funcionales)

Nivel IA. Catalogación individual y por conjuntos y clasificaciones tipológicas

Este es el **nivel básico de conocimiento de las colecciones** y constituye el punto de partida del resto de las investigaciones. El programa científico no se podrá desarrollar sin la seguridad de haber completado el catálogo de los fondos del museo y sin contar con un volumen mínimo de información contrastada para cada objeto, información que al menos permita realizar las agrupaciones científicas esenciales para distribuir el trabajo. Además, deben existir garantías de que no quedan bienes en las sombras del sistema o perdidos en clasificaciones erróneas. El museo debe procurar que los bienes sean accesibles al menos a partir de las categorías científicas más significativas.

Este trabajo, por tanto, se realizará en coordinación con el Departamento de Documentación, de forma que contribuya también a completar las fichas del sistema documental y a revisar la categorización del tesoro. Por eso es una labor que deberá encomendarse a **especialistas en cada una de las series técnicas** que forman la colección (investigadores por lo general externos), pues su aportación es fundamental tanto para la elaboración de descripciones (por el dominio de la terminología y los conceptos técnicos, las tipologías formales y funcionales, la iconografía, etc.) como para la adscripción de los objetos a series productivas y contextos espaciales y

temporales (taller, región, periodo, serie, etc. para el contexto productivo y colección de procedencia para los contextos de uso). Es importante también que se realicen agrupaciones y se definan conjuntos bajo todos estos puntos de vista.

Agrupaciones de las series técnicas de los fondos del museo:

- Bellas Artes
 - Pintura y miniaturas
 - Papel (dibujo, grabado y paramentos murales)
 - Escultura y tallas (marfil, hueso, etc.)
 - Nacimientos, terracotas, juguetes
 - Fotografía
- Industria textil
 - Tejidos y entelados
 - Alfombras y tapices
 - Indumentaria y accesorios
- Cueros (guadamecés y estuches)
- Mobiliario y equipamiento doméstico
- Cerámica y porcelana
- Vidrio y glíptica
- Toréutica, platería y joyería
- Relojes
- Instrumentos musicales
- Armas
- Arte oriental

Los principales contenidos de este nivel serán:

- Materiales.**
- Técnicas constructivas y decorativas** (con sus características formales y técnicas).
- Modelos formales e iconográficos.**
- Funcionalidad asociada al tipo** (funcionamiento propio de la estructura o mecanismo y connotaciones derivadas del material, la decoración u otros aspectos formales).
- Procesos de transformación y adaptación** (y causas: alteraciones naturales, reutilización y pervivencia, cambio de uso y valores, freno de deterioros, etc.).

Completará este nivel **una visión de conjunto** de las características analizadas de forma individual en el punto anterior (aunque en realidad el proceso metodológico conllevará un desarrollo paralelo de ambas visiones). Se establecerán:

- Las **tipologías** y series tipológicas.
- Los **modelos y sus versiones y derivaciones** generadas por los centros de cada ámbito geográfico, según su posición en la red de difusión técnica y formal, y para cada contexto social. Información cronológica asociada.
- La **terminología histórica** y los conceptos asociativos que implica.
- Los **valores derivados de la producción o el uso**: rarezas, prototipos, ensayos o piezas defectuosas, piezas únicas o exclusivas, objetos para el mercado (radio de expansión), pertenencia a conjuntos de uso integrados por objetos realizados con otras materias o técnicas, etc.
- Los **valores derivados de la conservación** de los objetos: pervivencia de uso (aún con cambio de valor de uso), procesos de revalorización historiográfica,

importancia dentro del patrimonio mueble conservado (en general y en el museo: piezas únicas o singulares, series, etc.), capacidad para representar los valores asociados (selección de piezas más significativas) y estado de conservación (intervenciones históricas, pérdidas generales y particulares: virado de colores y otros procesos de transformación, etc.) e influencia en la capacidad semántica de los objetos.

Un vez definidos los conjuntos, y sin perder de vista la dimensión material y técnica de los objetos, el programa se propone alcanzar otros dos niveles complementarios de conocimiento a partir de los datos relativos a los contextos de producción y uso (con el fin de que sirvan de avance del nivel II y a la vez de enlace).

Nivel IB. Producción

Contenidos (avance del nivel IIA):

- Análisis de la **red de producción**, jerarquías, distribución geográfica, evolución cronológica y factores que han influido en ella.
- Descripción de **materiales**, su procedencia, los modos de obtención y procesamiento, su valor económico, etc.
- Estudio de los **conocimientos técnicos implicados**, origen y difusión de la técnica, transmisión y control del conocimiento, etc.
- Estudio de los **sistemas de producción**: utillaje e infraestructura, vocabulario asociado al oficio, categorías sociales y organización de los talleres o fábricas y reglamentación.
- Análisis de las **formas de comercialización** y de los actores implicados.

Nivel IC. Valores de uso

Contenidos (avance del nivel IIB):

- Aproximación a los **contextos de uso** de cada conjunto técnico: actividades para las que fue creado y modo en que fue empleado, marco arquitectónico y social, otros objetos asociados a ese marco o indispensables para desarrollar la actividad, etc.
- Estudio de la **relación con los programas decorativos**, de la influencia del gusto y la estética imperantes, de los valores de representación asociados, etc.

Nivel II: investigación de contextos (aspectos socioculturales del diseño, la producción y el consumo)

Las investigaciones correspondientes a este nivel superan la dimensión material de los objetos para situarse en el **análisis de los contextos culturales** en que aquellos tuvieron sentido. Abandonan la visión diacrónica (evolución de una determinada producción y sus etapas) para adotar una **visión transversal y sincrónica** del mundo que todos esos objetos contribuyeron a configurar física y simbólicamente, alcanzando todo su significado. Buena parte de la información obtenida para el nivel I será interpretada dentro de la red de relaciones contextuales que se irá trazando. Por ello, los proyectos científicos enfocados a alcanzar este nivel II se agruparán dentro de **los cuatro grandes bloques culturales** y cronológicos en que lo hacen los contenidos del museo, aunque su marco temporal o espacial sea más

restringido o incluso, por el contrario, estén interesados en estudiar la transición de un periodo al otro:

- Del taller a la manufacturas reales (siglos XV-XVII).
- De las fábricas reales al objeto industrial (siglos XVIII-XIX).
- Del objeto industrial al diseño artístico (siglos XIX-XX).
- Artesanía oriental.

La complejidad de estos objetivos obligará a abordar esta parte del programa mediante la formación de equipos interdisciplinarios y, presumiblemente, a gestionar los recursos mediante convenios con diferentes instituciones. Por ello, será preciso establecer unas pautas de actuación muy concretas, así como acotar el terreno que se va a reconstruir, de forma que el trabajo no se desvíe hacia intereses ajenos al museo o se plantee metas inalcanzables. En este sentido, el resultado de los estudios de público que se realicen en paralelo dentro del Programa de Difusión ofrecerá sin duda la posibilidad de orientar adecuadamente los objetivos de cada proyecto.

Las visiones correspondientes a este nivel serán las que luego permitan elegir los **temas y los enfoques de las exposiciones**, superando así las limitaciones que una investigación de carácter taxonomista o funcionalista ofrece a la hora de transmitir la dimensión antropológica de los objetos.

Entendida la producción artesanal o industrial como el resultado de la interacción entre los productores y los consumidores, los objetivos científicos en este nivel se organizan atendiendo alternativamente a ambos grupos de actores, para luego dirigirse hacia el conocimiento del mundo ideológico que comparten. Tampoco en este caso los conjuntos de objetivos se corresponden con una secuencia de trabajo y se irán completando en paralelo. Por el contrario, sería muy interesante a la hora de analizar algunos aspectos relativos a las relaciones de producción plantear los dos primeros conjuntos desde un punto de vista dialéctico.

-Nivel IIA. Contextos de producción (y de comercialización)

Contenidos:

- Aspectos relativos a la **producción**:
 - Técnicas y maestrías.
 - Procesos y organización de la producción: gremios, artesanos y talleres; manufacturas; fábricas.
 - Formación y transmisión y control del conocimiento.
 - Repetición e innovación: factores que influyen.
- Aspectos relativos a la **comercialización**:
 - Formas y vías de distribución.
 - Negocios, mercados y ferias.
 - Intercambios comerciales, importación y exportación, venta libre y por encargo.
 - Actividades de incitación al consumo (exposiciones, publicidad, marketing, etc.).

-Nivel IIB. Contextos funcionales (de uso y consumo, con especial énfasis en la vida cotidiana)

Contenidos:

- Estudio del **medio físico**:
 - Paisaje urbano y rural.
 - Vida pública y privada.
 - Arquitectura (tipología, aspecto exterior, distribución espacial y disposición interna, etc.).
 - Vivienda y organización familiar: los espacios domésticos.
 - Elementos asociados: el jardín y otras dependencias.
 - Equipamiento de los espacios: funcionalidad y simbolismo.
 - Representatividad y domesticidad.
 - Distribución de los objetos y relaciones entre ellos.
 - Programas decorativos: tratamiento de la envoltura arquitectónica.
- Estudio del **comportamiento social**:
 - Ritmo y concepción del tiempo y el espacio.
 - Actividades productivas y lúdicas.
 - Estructura social y familia: status y roles.
 - Ceremonial y regulación de las relaciones sociales.
 - Ritos de paso: nacimiento, madurez, matrimonio, muerte.
 - Ritos religiosos: liturgia y devoción.
 - El cuerpo, el gesto, la actitud.

-Nivel IIC. Contextos creativos, estéticos e ideológicos

Este último bloque se corresponde en realidad con la definición de las **superestructuras ideológicas** que sustentan todo el sistema de producción. También de las **estructuras sociales** de las que el mundo material no es sino una traducción física. Por eso, estos conceptos sólo se abordan en este nivel II (a diferencia de los dos anteriores puntos, que ya se apuntaban en el nivel I), pues precisamente suponen la culminación del proceso de reconstrucción científica de todos los planos de la realidad en que los objetos tienen un significado.

Contenidos:

- Criterios estéticos**:
 - La **forma**: novedades de cada época y adaptación a los valores de uso funcional y simbólico.
 - La **decoración**: lenguajes decorativos y leyes del ornamento, motivos generales y propios de cada técnica (y sus condicionantes intrínsecos: propiedades del material, necesidades estructurales, etc.).
 - El **estilo**: categorías de los lenguajes visuales y de la lengua coetánea, conceptualización, estilos de ciclo largo y de ciclo corto (interpolados entre los primeros), orígenes, influencias y creadores, difusión y aceptación, epígonos, cristalizaciones y permanencias, modas, etc.
- Creadores y difusores del gusto**:
 - Grupos sociales directores del gusto.
 - Grupos sociales consumidores: características y hábitos del consumo.
 - Iniciativas singulares y originales.
 - Corrientes extranjeras y creaciones locales.
 - Centros creadores de modas y modelos.
 - Eventos e iniciativas culturales.
 - Hechos históricos influyentes (tanto hitos como fenómenos).

-Creadores: instituciones y academias, eruditos e ideólogos, arquitectos, artistas, diseñadores, ornamentistas, artesanos, etc.

Nivel III. Investigaciones de amplio espectro

Este nivel, aún pendiente de definir o, mejor dicho, abierto a múltiples enfoques y objetivos, se corresponderá con el marco de actuación científica del futuro Centro de Estudios de Diseño y de los proyectos que pondrá en pie. Este centro aspira a tener un papel de referencia en el ámbito de la investigación sobre las Artes Decorativas y el Diseño y, por tanto, auspiciará estudios de amplio espectro, es decir, no sujetos exclusivamente al estudio de la colección y de los contenidos del museo, ni directamente vinculados a la comunicación hacia el público en general.

Planificación de las investigaciones

Fase preparatoria

OBJETIVO: Evaluación del estado de la investigación previa sobre las colecciones del museo y planificación de los recursos necesarios para desarrollar la primera fase del programa.

PLAZO: 6 meses (enero-junio de 2004).

El desarrollo del programa no puede comenzar sin la realización de una evaluación general de la información científica acumulada previamente en el museo, que permita determinar qué colecciones han sido objeto de estudios con anterioridad, el nivel con que se corresponden sus resultados, las lagunas que han dejado y las aportaciones que habrán de incorporarse a las conclusiones de las nuevas investigaciones.

También interesa obtener un balance del volumen de cada una de las secciones en que se va a dividir la colección de cara a su estudio científico (para alcanzar el nivel I), de la dificultad que pueda entrañar la investigación asociada, del estado de su documentación y de su conservación y, en general, de la accesibilidad física e intelectual a cada uno de los conjuntos de bienes. En definitiva, el objetivo de esta fase previa es determinar con mayor precisión las necesidades de recursos materiales y humanos y de tiempo que van a tener los trabajos de la primera fase del programa, de forma que se pueda realizar una planificación realista del trabajo, incluido el establecimiento de una secuencia lógica (revisando la que aquí se presenta sólo como modelo).

Esta prospección en realidad ha comenzado ya gracias a la incorporación de una conservadora en prácticas a primeros de julio (Dpto. de Investigación) pero deberá intensificarse durante el primer semestre de 2004 por medio de contrataciones.

Esta labor debe ser entendida, desde el punto de vista de la organización de los procesos internos del museo, como una colaboración entre los departamentos de Documentación e Investigación, puesto que supone el acceso a información almacenada en el archivo, en la biblioteca y en el catálogo de la colección. En realidad, supone también un ensayo de lo que deberá ser en lo sucesivo el procedimiento común de transmisión interdepartamental de la información, que

incluirá evaluaciones preliminares del estado de la investigación sobre todos los bienes que se vayan incorporando a los fondos del museo.

Fase I

OBJETIVO: Investigaciones de nivel I.

PLAZO: Dos años y medio (segundo semestre de 2004-finales de 2006).

Esta fase estará integrada por una secuencia de subprogramas y proyectos correspondientes al estudio de cada conjunto técnico de la colección. No se desarrollarán de forma simultánea ni tendrán necesariamente la misma duración, pues ésta estará en función del volumen y de las exigencias de cada conjunto, así como de los recursos que se le puedan asignar. La interrelación con los programas de conservación, documentación y exposiciones temporales podrá influir en la secuencia de trabajo (adelantándolas, retrasándolas y adecuándolas), además de facilitar el acceso a contrataciones puntuales.

La necesidad de contar con verdaderos especialistas en cada una de las series hará preferible el establecimiento de vínculos individuales por medio de becas del MECD, asistencias técnicas directas de la SGME o contratos a cargo de proyectos de investigación codirigidos con instituciones académicas. En este sentido, ya está en marcha un proyecto para estudiar los tejidos coptos del museo que excepcionalmente empezará a desarrollarse a principios de 2004. Ya dentro de los plazos previstos, en cambio, se está preparando otro para estudiar la composición material del mobiliario de la colección. Ambos servirán de banco de pruebas para afinar los procedimientos de trabajo para los siguientes proyectos. El primer semestre de 2004 se aprovechará también para establecer contactos con investigadores que pudieran estar interesados en colaborar en alguno de los subprogramas.

Cada subprograma de investigación de nivel I (por series materiales o técnicas) contará a su vez con un primer periodo, con una duración prevista según los casos de hasta 3 meses, destinado, por un lado, a completar los resultados de la Fase Preparatoria para cada conjunto y, por otro, a planificar el acceso a la información y a los bienes por parte de los investigadores, mediante listados y topográficos, valoraciones preliminares, dosieres con los documentos vinculados al proyecto o con sus reproducciones y cuantas herramientas faciliten la labor de investigación, especialmente cuando quien la vaya a realizar sea personal ajeno al museo. También se prepararán los medios y el espacio físico necesarios para el trabajo y, mediante una serie de reuniones de programación con el equipo científico, se fijarán los plazos y los objetivos de carácter interno del proyecto.

Esta fase la desarrollará siempre el Dpto. de Investigación, aunque, por lo que respecta al acceso físico a los fondos, deberá colaborar con el Dpto. de Conservación, con el fin de organizar la manipulación y movimiento de los bienes y el respeto de las condiciones que éstos precisen. Su posición en el cronograma vendrá siempre determinada por la del proyecto del que representará el arranque, pues no tiene sentido ponerla en marcha sin conocer con exactitud las características del proyecto ni quienes lo van a ejecutar.

Fase II

OBJETIVO: Investigaciones de nivel II.

PLAZOS: Dos años (2005-2006).

En este caso, los subprogramas tendrán un contenido transversal y temático, tendiendo a abarcar ámbitos de estudio más amplios. Por ello, se potenciará la creación de equipos de trabajo y el establecimiento de convenios con instituciones científicas. Puede ser el marco para la realización de tesis doctorales e investigaciones a partir de las fuentes documentales. El sometimiento a los objetivos del museo se garantizará mediante condiciones precisas en los convenios y gracias a la supervisión permanente del Departamento de Investigación.

D. PROGRAMA DE DIFUSIÓN

2. OBJETIVOS Y PROYECTOS PARA LOS DOS PRÓXIMOS AÑOS (2004-2005)

A. CONSERVACIÓN

Se adjunta una tabla (ANEXO 1: Cronograma de Proyectos de Conservación) que intenta dar una visión global del posible desarrollo en el tiempo de los diferentes proyectos presentados, que en muchos casos se solapan, en otros deben estar finalizados en un momento concreto y, en otros, abarcan casi todo el horizonte temporal.

1.- PROYECTOS DE EVALUACIÓN

1.1.- Proyecto EVALUACIÓN DEL ESTADO DE CONSERVACIÓN DE LAS COLECCIONES. FASE PREPARATORIA

Recursos humanos

1 restaurador-informático ó 1 restaurador con formación en programación ó un equipo de 1 restaurador + 1 informático, con experiencia en conservación preventiva, en evaluación de estado de conservación de objetos y en bases de datos que contengan imágenes.

Tiempos

6 meses aproximadamente, con presencia discontinua, es decir, trabajo combinado en el museo y en el lugar donde pueda desarrollar el software

Podría empezar en enero 2004

Propuesta económica

Se estima en 6.000 € brutos, incluyendo material de trabajo, pero excluyendo los dos ordenadores portátiles necesarios para cumplimentar las bases de datos.

1.2.- Proyecto EVALUACIÓN DEL ESTADO DE CONSERVACIÓN DE LAS COLECCIONES. RECOGIDA DE DATOS Y CONCLUSIONES

Recursos humanos

3 restauradores, de diferentes especialidades, con experiencia en conservación preventiva. El perfil ideal incluye a restauradores que hayan tenido vinculación con el MNAD y están familiarizados con las colecciones del museo. Podría hacerse a través de una empresa que contratara a las personas con el perfil deseado.

Tiempos

La duración de la evaluación completa se calcula en 4 años, teniendo en cuenta las discontinuidades derivadas de problemas como lagunas documentales, accesibilidad de los fondos y servicios del trabajo diario en el museo

Se plantearán las fases oportunas en función del avance de los proyectos de

Investigación y Documentación

Propuesta económica

El coste total será de un máximo de 288.000 € brutos, que podrá fraccionarse (por colecciones dentro de ámbitos espaciales concretos en el edificio) en las partidas que la SGME considere oportunas, de un modo parecido a como se está procediendo con la implantación de la aplicación DOMUS (garantizando cierta continuidad de las personas, para rentabilizar la inversión)

1.3.- Proyecto EVALUACIÓN DEL NIVEL DE BIODETERIORO DE LAS COLECCIONES DEL MNAD. ESTRATEGIA PARA EL CONTROL INTEGRADO DE PLAGAS (ERRADICACIÓN Y PREVENCIÓN)

Recursos humanos

3 restauradores especialistas en material orgánico, ambos familiarizados con el tratamiento de desinsectación por anoxia

Tiempos

18 meses, incluyendo la evaluación completa y la estrategia, de modo que en la siguiente fase (ubicada en el epígrafe B) PROYECTOS DE INTERVENCIÓN), pudiera iniciarse directamente el tratamiento masivo de objetos.

Propuesta económica

129.600 € brutos. Se plantea que el proyecto sea sufragado por la SGME y el asesoramiento y supervisión técnica de la SG IPHE.

2.- PROYECTOS DE INTERVENCIÓN

2.1.- Proyecto INTERVENCIÓN EN LAS TECHUMBRES DE MADERA DE LAS PLANTAS BAJA Y PRIMERA

Recursos humanos

2 restauradores especialistas en techumbres, 1 titulado superior de laboratorio y dos ayudantes (o empresa equivalente, capaz de realizar diagnóstico de alteraciones, análisis pertinentes, llevar a cabo el tratamiento y el montaje)

Tiempos

Tiempo total: 12 meses, aproximadamente

La fase de evaluación deberá hacerse a museo cerrado, para evitar tener que cerrar las salas durante el proceso. Proponemos que se trabaje los lunes todo el día y, en su caso, por las tardes. Esto significa que la fase de evaluación (incluida analítica) podría alargarse hasta 6 meses. Trazado el proyecto, el desmontaje habría de llevarse a cabo en un período máximo de 1 mes. La intervención de restauración debe realizarse fuera del museo (no hay espacio) y el montaje (5 meses restantes) se haría

o en Montalbán o en el nuevo edificio, dependiendo del desarrollo de los proyectos de Investigación y Documentación y de las obras de rehabilitación.

Propuesta económica

86.400 € aproximadamente. Podría fraccionarse en: evaluación y propuesta de tratamiento y, en una etapa posterior, intervención y montaje.

2.2.- Proyecto RESTAURACIÓN DE TAPICES I

Recursos humanos

2 restauradores de tejidos especialistas en tapices

Tiempos

8 meses aproximadamente

Propuesta económica

Aproximadamente 44.400 € brutos, a cargo de la SGME. Es preferible solicitar primero uno o varios presupuestos. De uno de los tapices citados (19.384), la restauradora Pepa Garrido presentó un presupuesto (38.017,84 €) a la SGME hace unos meses.

2.3.- Proyecto INTERVENCIÓN EN LOS PAPELES PINTADOS MURALES DE LAS PLANTAS TERCERA Y CUARTA

Recursos humanos

2 restauradores especialistas en papel y con experiencia en arranque y soporte rígido de gran formato y un ayudante con experiencia en movimiento de obras de arte

Tiempos

Total de ejecución: 12 meses

Si las obras van a volver a su ubicación actual, los trabajos podrían empezar en cuanto se disponga de los recursos económicos y prolongarse durante un máximo de 12 meses. Si, por el contrario, se considera que las obras una vez montadas sobre su nuevo soporte habrán de ir directamente a la nueva sede, el inicio de los trabajos se retrasaría hasta el 2008 (aprox) o bien sería necesario buscar un espacio para almacenamiento alternativo.

Propuesta económica

70.000 € brutos, incluyendo materiales, a cargo de la SGME, aunque habría que presupuestar con más precisión tras haber hecho una cata en el muro para determinar el sistema de arranque

2.4.- Proyecto INTERVENCIÓN EN LOS PANELES DE AZULEJERÍA DE LA COCINA VALENCIANA

Recursos humanos

2 restauradores especialistas en azulejería mural

Tiempos

El tiempo máximo de ejecución será de 6 a 9 meses (estudio, intervención y almacenaje, sin montaje), pudiendo comenzar los trabajos en cuanto se disponga de la asignación presupuestaria, ya que se trata de un área más o menos aislada en el edificio.

Posteriormente, se planteará un nuevo proyecto para la consolidación en nuevos soportes y montaje en su ubicación definitiva

Propuesta económica

Coste total: 30.000 € aproximadamente (intervención sin montaje)

Proponemos que el proyecto sea sufragado y supervisado por la SG IPHE, ya que se trata de una obra de envergadura que justifica sea coordinada por los especialistas en la materia del IPHE.

2.5.- Proyecto INTERVENCIÓN EN LOS PARAMENTOS MURALES TEXTILES “ALBA”

Recursos humanos

2 restauradores especialistas en tejidos con experiencia en montaje de gran formato

Tiempos

El tiempo máximo de ejecución de los trabajos será de 3 a 5 meses. No obstante, es preciso calcular adecuadamente el comienzo de los trabajos, de modo que, una vez montados sobre su nuevo soporte, sean trasladados a su ubicación definitiva en la nueva sede, o bien disponer un lugar de almacenamiento alternativo.

Propuesta económica

El coste total del proyecto se estima en 12.000 €, excluidos los materiales (máximo 9.000€)

Dadas las dimensiones de los paneles a tratar y la necesidad de que, una vez montados no vuelvan a ser desmontados, proponemos que el proyecto sea sufragado y coordinado por la SG IPHE. Así, llegado el caso de que los trabajos finalicen y no esté preparada su nueva ubicación, podría negociarse previamente con el IPHE su permanencia en sus instalaciones durante el tiempo necesario.

2.6.- Proyecto RESTAURACIÓN DE TAPICES II

Recursos humanos

3 restauradores de tejidos especialistas en tapices o equipo equivalente (proponemos el equipo resultante del plan de formación -en curso- de especialistas en tapices y alfombras coordinado por el IPHE y la Real Fábrica de Tapices)

Tiempos

6-8 meses, desde el momento de su traslado a las instalaciones donde se realizará la intervención

Propuesta económica

Aproximadamente 30.000 €, a cargo de la SG IPHE (a realizar en la segunda mitad del año 2004)

2.7.- Proyecto ERRADICACIÓN DE PLAGAS BIOLÓGICAS EN LAS COLECCIONES DEL MNAD MEDIANTE TRATAMIENTO MASIVO POR ANOXIA

Recursos humanos

2 restauradores especialistas en material orgánico, familiarizados con el tratamiento de desinsectación por anoxia

Tiempos

24 meses, incluyendo la puesta en marcha de la Unidad y el tratamiento. La selección de prioridades se realizará junto con el Departamento de Investigación y Documentación.

Propuesta económica

115.200 € ⇒ dotación de recursos humanos (Podría fraccionarse si se plantea un proyecto sufragado conjuntamente por la SGME y la SG IPHE)

25.000 € aproximadamente ⇒ dotación para infraestructuras y equipamiento (en caso de compra de generador de nitrógeno; desconocemos las cifras en caso de alquiler con opción a compra).

Nota adicional

El tratamiento no puede llevarse a cabo en el edificio de Montalbán, por lo que es necesario habilitar un espacio de unos 1100m², debidamente acondicionado y compartimentado en 3 áreas: almacén de objetos contaminados (500m²), zona de tratamiento (100m²) y almacén de objetos sanos (500m²). En este último deberán permanecer hasta su traslado definitivo a la nueva sede, ya que su vuelta al edificio de Montalbán implicaría un alto riesgo de recontaminación.

Sugerimos la alternativa de emplear el edificio exento ubicado en el solar del edificio de la calle Embajadores (revisar normativa para instalación de generador de nitrógeno) para llevar a cabo el tratamiento de erradicación. Pueden llevarse a cabo unas obras básicas de acondicionamiento y compartimentación en 3 áreas: espacio para ir trasladando allí los objetos contaminados, espacio para el tratamiento sistematizado y espacio para almacenamiento provisional de objetos sanos. De este modo, sin estorbar las obras de rehabilitación del edificio principal, podría ir realizándose este tratamiento fundamental, para ir preparando la colección para su exposición y/o almacenamiento seguro en el nuevo edificio.

Otra alternativa sería emplear cualquier otro ámbito del edificio de Embajadores, que podría acondicionarse para este fin.

B. DOCUMENTACIÓN

C. INVESTIGACIÓN

D. RECURSOS HUMANOS

Estos son las dotaciones de vacantes y las modificaciones de la RPT del museo que consideramos prioritarias para cubrir inmediatamente (a lo largo de 2004) las necesidades de funcionamiento más acuciantes. En algunos casos, se trata de mejoras en la situación laboral de algunas personas que se hayan desempeñando tareas que consideramos no están adecuadamente retribuidas.

-Ocupación, al menos mediante comisiones de servicio, de los puestos de **Administrador (N. 24) y Jefe de Seguridad (y Mantenimiento, N. 24).**

En ambos casos, los puestos están abiertos tanto a funcionarios del grupo A como del B. Creemos que pueden ser atractivos para funcionarios de este segundo grupo, puesto que el complemento específico es algo inferior al que percibe un facultativo de museo N. 24. En el caso del Administrador, creemos preferible un funcionario del cuerpo de gestión.

-Creación de al menos **1 plaza de facultativo de museos N. 24** para cubrir la jefatura del Departamento de Conservación y de **2 plazas de ayudantes de museos N. 18** para reforzar los departamentos de Documentación e Investigación.

Podrían cubrirse con nuevos funcionarios salidos del proceso de selección ahora mismo en curso.

-Creación de **1 plaza de ayudante de bibliotecas N. 18**.

-Recalificación de los siguientes puestos:

-**Subdirector con un nivel 26** y un complemento específico acorde (actualmente es N. 24 con algo más de complemento que el resto de los facultativos). Debería al menos equipararse con las condiciones de los jefes de departamento del Museo Arqueológico Nacional.

-**Fotógrafo L. 3** (actualmente es L. 4).

-**Especialista en embalaje y movimiento de obras de arte L. 6** (actualmente desempeña esta tarea una limpiadora L. 8).

-**Ordenanza L. 7** (actualmente desempeña esta función....).

-Creación de los siguientes puestos laborales:

-**1 restaurador L. 2** (podría cubrirse gracias al proceso selectivo previsto para los próximos meses: es un grupo prioritario según el Plan Integral de Museos).

-**2 limpiadoras L. 8** (o una mejora de la contrata de modo que permanezcan 2 empleadas en el museo durante las horas de apertura).

COMPLETAR

E. MEDIOS (INFORMÁTICA Y ESPACIOS)

Texto escrito conforme o Acordo Ortográfico - convertido pelo Lince.