

ANNEX 1

MEMORÍA

Un nou portal patrimonial: el Museu
d'Art de Lleida

Resum executiu

RESUM EXECUTIU

El projecte posa en valor una part fonamental del patrimoni cultural de Catalunya: el patrimoni artístics, modern i contemporani del **Museu d'Art de Lleida**. A partir de la dotació d'una nova seu pel **MALL**, ens permet l'impuls i el desenvolupament definitiu de la ciutat i del territori d'influència i possibilita, mitjançant el canvi d'escala en el desenvolupament de la seva activitat, que esdevingui un potent focus d'activitat cultural i turística. Un projecte concebut per a generar un equilibri territorial real en l'àmbit de la conservació, protecció, foment i desenvolupament del patrimoni cultural i de la dimensió econòmica i turística associada.

El **Museu d'Art de Lleida** és una institució concebuda a partir de l'actualització i posta al dia de la planificació museística de la ciutat de Lleida en relació al tractament del patrimoni artístic modern i contemporani i a les funcions derivades de l'establiment d'una plataforma pública de difusió de l'art del nostre temps. El seu patrimoni clou el relat, en el seu cas el de la modernitat, de la història de l'art de les terres de Lleida i completa les polítiques públiques al voltant del patrimoni artístic i les arts visuals en un territori.

El **Museu d'Art de Lleida** és un museu de titularitat municipal gestionat de manera directa per l'Ajuntament de Lleida a través de la Regidora de les polítiques a favor de la creativitat, la Cultura, l'Educació i els Esports.

UN NOU PORTAL PATRIMONIAL: EL MUSEU D'ART DE LLEIDA

OBJECTIUS I MOTIVACIONS DEL PROJECTE

El projecte posa en valor una part fonamental del patrimoni cultural de Catalunya: el patrimoni artístics, modern i contemporani del **Museu d'Art de Lleida** –d'ara en endavant **MALL**. A partir de la dotació d'una nova seu pel **MALL**, ens permet l'impuls i el desenvolupament definitiu de la ciutat i del territori d'influència i possibilita, mitjançant el canvi d'escala en el desenvolupament de la seva activitat, que esdevingui un potent focus d'activitat cultural i turística. Un projecte concebut per a generar un equilibri territorial real en l'àmbit de la conservació, protecció, foment i desenvolupament del patrimoni cultural i de la dimensió econòmica i turística associada.

L'actuació principal és la construcció i obertura al públic d'una **nova seu pel MALL** a partir de la rehabilitació de l'edifici de l'antiga Audiència, un edifici emblemàtic catalogat, seguint la tendència creixent en la museïtzació d'edificis rellevants. El **MALL**, denominació originària de l'actual **Museu d'Art Jaume Morera**, que ara recuperem, és una institució centenària que no ha disposat mai d'una seu definitiva. Aquest fet, l'ha impossibilitat desenvolupar la seva actuació d'acord amb els requeriments de la museografia actual i al nivell que seria desitjable per a la valoració i el foment del patrimoni que custodia des de la excel·lència i al nivell que seria desitjable per a una ciutat de les dimensions de Lleida.

El **MALL** és una institució concebuda a partir de l'actualització i posta al dia de la planificació museística de la ciutat de Lleida en relació al tractament del patrimoni artístic modern i contemporani i a les funcions derivades de l'establiment d'una plataforma pública de difusió de l'art del nostre temps. El seu patrimoni clou el

relat, en el seu cas el de la modernitat i la contemporaneïtat, de la història de l'art i la cultura de les terres de Lleida i completa les polítiques públiques al voltant del patrimoni artístic i les arts visuals en un territori. Aquesta doble faceta de la institució ve determinada per la confluència en el seu sí de la història, missió i rol sociocultural del Museu d'Art Jaume Morera, dotat d'una sòlida col·lecció d'art modern i contemporani, bastida al voltant de les trajectòries dels principals artistes lleidatans moderns i contemporanis, complementada amb obres significatives del context català i espanyol. La posta en valor de la seva col·lecció, a través de la nova seu i el desplegament efectiu i potent del seu programa d'exposicions i activitats, orientat a la difusió i educació de l'art, vindran a omplir amb excel·lència un buit en l'oferta cultural de la ciutat. El **MALL** és un museu de titularitat municipal gestionat de manera directa per l'Ajuntament de Lleida a través de la Regidora de les polítiques a favor de la creativitat, la Cultura, l'Educació i els Esports.

ANTECEDENTS. UN MUSEU ACTIU A LA RECERCA D'UNA SEU PERMANENT

Lleida constitueix un cas excepcional en el context de la museografia catalana. L'absència d'institucions vinculades a la conservació i difusió del seu ric patrimoni artístic ha estat un fet que, malauradament, ha caracteritzat el panorama cultural de la ciutat d'ençà l'acabament de la Guerra Civil fins fa ben pocs anys. Segurament, però, la única excepció a aquest panorama desolador, a aquest desert museogràfic, ha estat la presència intermitent en la vida cultural de la ciutat del Museu d'Art Jaume Morera. Tot això, però, s'ha aconseguit a partir d'unes condicions caracteritzades sempre per la precarietat: el Museu no ha disposat mai d'un edifici propi que el pogués fixar visualment com a institució cultural en l'imaginari col·lectiu, ni de les instal·lacions i els recursos necessaris per dur a terme la seva tasca.

El **MALL** no sorgeix del no res i no es configura com una operació urbanística, sinó que es el pas natural en l'evolució del Museu d'Art Jaume Morera, dotat d'una **sòlida col·lecció d'art modern i contemporani, considerada la més important fora de la ciutat de Barcelona**, essent l'hereu natural de la seva història, gairebé centenària.

UNA COL·LECCIÓ IMPORTANT PER AL PAÍS

El Museu d'Art Jaume Morera, a excepció feta del MACBA, difereix de la resta de museus d'art contemporani a Catalunya, que tenen un abast cronològic molt limitat. Conté una molt bona representació del que ha estat tot el segle XX fins a l'actualitat i és, per tant, un museu que pot explicar d'una manera integrada la història de les manifestacions artístiques modernes i contemporànies des de la especificitat territorial però també des dels discursos nacionals poc representats en altres museus del país: el paisatgisme realista vinculat a l'escola castellana de Carlos de Haes i Jaume Morera, la il·lustració artística catalana europea del canvi de segle de la mà de Xavier Gosé, la fotografia artística de començament de segle XX, l'avantguarda surrealista catalana, amb Leandre Cristòfol, Antoni Lamolla, Josep Viola i Enric Crous; aportacions a l'art de la postguerra a partir de les obres dels membres del Grup Cogul i el fotògraf Ton Sirera, la poesia visual de Joan Brossa, Guillem Viladot i Iglésias del Marquet; l'art conceptual d'Angel Jové i el grup del Maduixer, de Benet Rossell i l'anomenat grup dels catalans de París, i, finalment, una granada representació de l'art espanyol d'ençà els anys noranta. La singularitat fonamental del fons artístic actual del Museu d'Art Jaume Morera com

a punt de partida preexistent, configura una oportunitat inqüestionable i una potencialitat única per conformar la base patrimonial del **MALL**.

DEL MUSEU MORERA AL MUSEU D'ART, UNA OPORTUNITAT PEL TERRITORI

El fort creixement demogràfic al que han estat sotmeses les Comarques de Lleida, comporten un increment global de la demanda de serveis cultural i no es preveu que aquesta disminueixi, tot i la contenció de conjuntura econòmica d'aquests darrers anys. De les dades analitzades durant el capítol, es poden remarcar dos aspectes fonamentals del consum cultural a Catalunya i a les Comarques de Lleida. En primer lloc, s'ha mantingut un increment en els indicadors de consum cultural, fet que indicaria que encara no s'ha arribat a la saturació de la xarxa cultural; i, en segon lloc, tot i l'increment dels darrers anys, Catalunya no està al grup de països que encapçala els índexs de participació cultural.

Aquestes constatacions ens permeten afirmar que la existència d'un equipament com el MALL pot participar de forma activa i liderar l'increment de consum cultural a les Comarques de Lleida, donant resposta a la creació d'una xarxa cultural equilibrada territorialment.

ENMARCAMENT I CONTEXT TERRITORIAL¹

Les terres que formen les comarques de Lleida engloben el 37,9% del territori català, en tant que únicament representen el 5,8% de la població, fet que permet que coexisteixin dues realitats territorials diferenciades bàsicament per les especificitats naturals: Alt Pirineu i Aran i les Comarques de Lleida. **Les Comarques de Lleida**, formades pel Segrià, Noguera, Urgell, Pla d'Urgell, Segarra i Garrigues, conformen la plana interior de Catalunya, amb una alta especialització en el sector primari i en la indústria associada; amb una capitalitat molt marcada de la ciutat de Lleida. La elevada qualitat de les xarxes de comunicació actualment existents potencien, encara més, la realitat de "ciutat-regió" que exerceix Lleida més enllà del seu àmbit municipal, comarcal i, sovint, autonòmic.

Lleida, una ciutat connectada

Després de la ciutat de Lleida, amb 138.542 habitants, les Comarques de Lleida tenen tres ciutats amb una separació per carretera inferior a 30 minuts entre elles: Balaguer, Tàrraga i Mollerussa (16.479, 16.444 i 14.900, respectivament). Aquestes quatre ciutats configuren una conurbació supramunicipal real, en la que Lleida actua com a pol d'atracció central². L'arribada de la línia d'Alta Velocitat entre Barcelona i Madrid i, en molt menor mesura, l'obertura de l'aeroport d'Alguaire han potenciat encara més el paper de centralitat en el corredor de comunicació de Lleida entre Catalunya i el centre de la Península. En la definició del Corredor Mediterrani se situa Lleida com a eix al voltant del qual pivota la comunicació entre el Mediterrani Sud i Europa.

¹ Si no s'indica el contrari totes les dades d'aquest apartat són de l'any 2015 i l'elaboració de les gràfiques és pròpia a partir de <http://www.idescat.cat> i PECCat 2010-2020.

² Aquesta anàlisi es podia estendre a l'atracció tradicional de Lleida a ciutats com Fraga i Osca ubicades a menys d'una hora en cotxe. Igualment, però en menor mesura, a poc més d'una hora en cotxe es situen Barcelona, Tarragona, Tortosa i Saragossa.



Mapa. Xarxa de comunicacions. Font. Turisme de Lleida

El context econòmic de Lleida

Un dels elements que històricament a caracteritzat la ciutat és la base agrària de la regió. És cert que l'agricultura lleidatana en general, i la de la ciutat de Lleida en particular, han experimentat una sèrie de forts canvis en els darrers trenta anys, especialment un procés de concentració de la terra. L'agricultura s'ha modernitzat, intensificat i ha apostat clarament per obrir-se a nous mercats. Ara bé, l'agricultura lleidatana segueix tenint un pes rellevant en el l'economia. El sector agroindustrial del Segrià representa el 40% del VAB de la indústria contra el 12'7% del VAB de Catalunya) i els valor que l'agricultura dóna al sector serveis, en camps com els estudis, l'assessorament o la compra-venda d'inputs agraris, també té una importància gens menyspreable. Per tant, l'agricultura ha impulsat la industrialització de la ciutat. Una industrialització, no obstant, que va arribar tard comparativament amb la d'altres territoris catalans i que ha restat molt focalitzada en un nombre limitat d'àmbits, especialment al sector terciari, que és la que ha caracteritzat bona part de l'economia lleidatana dels darrers temps, juntament amb la construcció, en detriment de l'agricultura i la indústria.

Ara bé, entre les noves activitats podem destacar la logística. De les branques industrials ja clàssiques en les nostres terres, l'agroalimentària. A més, existeix una certa aposta global per la indústria turística i creativa, de les quals les terres de Lleida no en poden quedar al marge.³

Increment en el consum culturals i disminució en els equipaments culturals⁴

Lleida disposa d'un Museu amb un centenar d'anys d'història i amb un fons d'obres resultat d'una feina molt ben feta que s'ha consolidat com un espai de referència en l'àmbit local i nacional amb la seva col·lecció d'art modern i contemporani i la seva programació, esdevenint un punt de partida perfecte per al desplegament del **MALL**.

En aquest sentit, el MALL esta plenament capacitat per aprofitar al màxim les possibilitats que ofereix el complex mapa de relacions institucionals territorials i temàtiques que avui per avui existeixen a Catalunya en relació al tractament museogràfic de l'art modern i contemporani i la seva producció i difusió. Per això,

³ Pla d'Ordenació Urbanística Municipal. Lleida 2015. Avanç. Annex 2. Previsions de desenvolupament de l'activitat econòmica. Setembre de 2014.

⁴ En aquest apartat estudiarem, en essència, la situació dels museus d'art modern i contemporani, en base als informes anuals del CONCA.

des d'un punt de vista institucional, el Museu forma part de les xarxes públiques d'equipaments, tant territorials —integrant-se en la Xarxa Territorial de Museus de les Terres de Lleida i Aran—, com en el marc dels sistemes nacionals temàtics de gestió, encapçalats pels grans equipaments nacionals —integrant-se en la Xarxa de Museus d'Art de Catalunya. Des d'aquest punt de vista, el Museu i la seva col·lecció es connecten i relacionen amb altres institucions museístiques del país, tenint com a punt de referència el Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC) —la competència del qual s'orienta cada vegada més a assumir també el discurs museogràfic corresponent a la creació artística del segle XX—, al mateix temps que també estableix els lligams necessaris amb el Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA), tant a efectes de programació com de col·lecció.

L'EDIFICI DE L'ANTIGA AUDIÈNCIA COM A NOVA SEU DEL MALL

L'elecció de l'edifici de l'antiga Audiència i el seu entorn per a la construcció de la nova seu del **MALL** respon a la voluntat de salvaguardar i maximitzar l'ús social un edifici protegit de caràcter municipal per mitjà de la introducció d'una nova funció, en aquest cas lligada a l'art modern i contemporani, alhora que s'intervé en la dinamització d'una àrea urbana vinculada al centre històric de la ciutat que ha vist minvat el seu ús ciutadà en els darrers anys. La seva ubicació en el llinar perimetral d'aquest centre històric el situa d'igual manera com un element clau en la rehabilitació d'una altra àrea urbana, la del barri de l'Estació-Noguerola. Amb la voluntat de recuperar la dimensió humana del passeig, l'Ajuntament de Lleida ha proposat una reestructuració de la Rambla de Ferran i un pla de dinamització de la zona. El seu ús potencial hauria de ser una combinació de zona comercial, de restauració, de serveis de tot tipus i residencial. Actualment, però, conté una important presència de serveis bancaris, mèdics, assegurances i una petita part de gastronomia i comercial, la qual cosa comporta que sigui una via densament utilitzada en un horari restringit i només en dies laborables.





MARC PAISATGÍSTIC I AMBIENTAL DEL MALL

La seva situació estratègica (finalitza a l'actual estació del tren AVE i de la futura Estació d'Autobusos) i el fet que estigui fortament vinculada a un dels eixos comercials de la ciutat, fan pensar en la possibilitat i conveniència de desenvolupar un nou disseny urbanístic més amable i integrat en el model de ciutat i adequat a la activitat socioeconòmica del barri.

A aquesta finalitat, l'emplaçament urbà del **MALL** a la Rambla de Ferran, respon clarament a la voluntat de contribuir de manera decisiva a aquesta requalificació ambiental des d'un triple vessant, cultural, urbanístic i social. A part dels equipaments de barri de proximitat, els grans equipaments urbans comporten l'aparició de noves àrees de centralitat urbana. En aquest sentit els museus són considerats peces motores dels plans i projectes urbanístics de rehabilitació sectorial i integral d'àrees de la ciutat històrica, a causa de la seva capacitat de reestructurar el teixit urbà amb importants efectes socioeconòmics i simbòlics. Alguns exemples palmaris d'aquesta capacitat són la recuperació de la Ria del Nervión a Bilbao amb la construcció del Guggenheim⁵ o del districte 4t de París amb el Georges Pompidou⁶.

L'edifici de l'Antiga audiència de Lleida, es va construir entre els anys 1944-1949, segons un projecte de regions devastades redactat per l'arquitecte Francisco Clavera Armenteros. Respon a una arquitectura historicista de base clàssica pròpia de la postguerra. Atès el Pla General de Lleida (PGL), aquest edifici està catalogat

⁵ <https://bilbaoenconstruccion.com/2010/07/06/bilbao-recupera-su-alma-plan-integral-de-saneamiento-de-la-ria/>

⁶ https://ca.wikipedia.org/wiki/Centre_Georges_Pompidou

com a Bé Cultural d'Interès Local (BCIL), i aquest fet el vincula a la protecció pròpia d'un element d'interès històric, artístic i arquitectònic.

Es tracta d'un edifici situat al bell mig del Centre Històric de Lleida, amb façana principal a la Rambla Ferran, façana al carrer de la Baixada de la Audiència, i façana posterior al carrer Blanquers. Consta de 3.565,47 m² de superfície total. La construcció és la pròpia de la època, amb estructura de parets de càrrega, forjats de llums curtes i distàncies de mes de tres metres entre els forjats de les tres primeres plantes.

EL MALL, UNA PEÇA CLAU PER AL DESENVOLUPAMENT DE LA CULTURA I EL TURISME

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

Objectiu Estratègic 1. Dotar d'una seu definitiva al Museu d'Art de Lleida, assegurant el desplegament efectiu del Pla de Museus de la ciutat de Lleida

El Museu d'Art Jaume Morera és un dels museus d'art modern i contemporani més antics de Catalunya i de l'estat espanyol. El Museu, des de la seva creació al 1917, sempre s'ha caracteritzat per disposar d'unes instal·lacions precàries i pel caràcter provisional de totes les seves ubicacions: l'edifici de l'antic Mercat de sant Lluís (1917-1934), l'antic Hospital de santa Maria (1934-1938 i 1959-1969), l'edifici del Roser (1975-2007) i, finalment, l'edifici del Casino, on ha estat desplaçat darrerament de manera provisional des de febrer de 2007. **Resoldre d'una manera definitiva la manca d'una seu definitiva** i en condicions li permetria al Museu d'Art Jaume Morera afrontar un canvi d'escala en l'actuació dels seus serveis. L'activitat realitzada en els darrers temps ha posat de manifest els problemes i les mancances que pateix. El Museu d'Art Jaume Morera no pot, en les condicions actuals, garantir d'una manera efectiva i no retòrica la raó bàsica de la seva existència, la seva obligació, en compliment de la legislació vigent, de conservar, preservar i estudiar els fons artístics que custodia i d'assegurar l'accés públic a les seves col·leccions; d'una altra, l'activitat desenvolupada en els darrers vint anys pel Museu ha posat de manifest les greus dificultats tècniques amb les que s'enfronta el desenvolupament normalitzat de la seva actuació en el marc de la política municipal en relació al patrimoni artístic. D'altra banda, dotar d'una nova seu al Museu i li permetria assumir el rol previst pel Pla de Museus de la ciutat de Lleida, amb la qual cosa quedaria definitivament tancat el seu desplegament en relació al tractament del patrimoni artístic de la ciutat de Lleida

Objectiu Estratègic 2. Posar en valor les col·leccions del Museu d'Art de Lleida i la seva rellevància.

El Museu d'Art de Lleida és la única institució que està en condicions d'oferir un tractament integrat de les manifestacions artístiques a la Lleida dels segles XIX i XX i de projectar-les cap al futur. És, per tant, una institució museística dotada d'una col·lecció directament lligada a l'entorn sobre el qual ha d'actuar i que la situa com un potent equipament cultural que reforçaria l'imaginari col·lectiu i l'autoestima d'una ciutat que aspira a assumir la capitalitat de la Catalunya interior.

- Està dotat de la millor col·lecció d'art modern i contemporani fora de la ciutat de Barcelona. Més enllà del caràcter territorial que pot assolir la personalitat

i l'actuació del Museu, aquest presenta unes potencialitats que depassen en molt aquest marc. D'una banda, disposa de parts significatives de la col·lecció susceptibles, sens dubte, de projectar-la a un àmbit nacional, estatal i fins i tot internacional

- Dona continuïtat i completa el discurs del Museu de Lleida, necessari per lligar la història amb el nostre present.

Objectiu Estratègic 3. Impulsar el Museu com un potent focus d'atracció cultural i turística i un element central en la difusió i projecció exterior de la ciutat de Lleida.

Una projecció reforçada per un ambiciós programa patrimonial, artístic i expositiu que l'han de situar com a un dels referents nacionals i estatals dels centres vinculats a l'art modern i contemporani. La nova seu del Museu ha de permetre dotar la ciutat d'una institució cultural amb la clara voluntat d'esdevenir un centre de conservació, recerca i difusió. La qual cosa li ha de servir per refermar la capitalitat cultural que exerceix la ciutat respecte d'un vast territori, caracteritzat per la inexistència d'infraestructures museístiques que abordin el patrimoni artístic modern i contemporani.

Però, més enllà del caràcter territorial que pot assolir la personalitat i l'actuació del Museu, aquest presenta unes potencialitats que depassen en molt aquest marc. D'una banda, disposa de parts significatives de la col·lecció susceptibles, sens dubte, de projectar-la a un àmbit nacional, estatal i fins i tot internacional, tant les relatives a alguns dels artistes lleidatans com la pròpia col·lecció d'art espanyol contemporani en la seva integritat. Fet que troba la seva correspondència en el programa d'actuació desenvolupat en els darrers anys, integrats plenament en xarxes d'abast territorial molt divers. Fets que li han de permetre, a partir de la construcció de la seva nova seu i de la posta en marxa dels serveis a ella associats, esdevenir un potent focus d'atracció cultural i un element central en la difusió i projecció exterior de la ciutat de Lleida. Una projecció reforçada per un ambiciós programa patrimonial, artístic i expositiu que l'han de situar com a un dels referents nacionals i estatals dels centres vinculats a l'art modern i contemporani.

Objectiu Estratègic 4. Millorar l'organització i el funcionament del Museu.

Implantació de mecanismes de gestió que apostin per l'excel·lència mitjançant un ús adequat de tots els recursos del Museu amb eficàcia i eficiència.

PLA DE COMUNICACIÓ I SENSIBILITZACIÓ

Es preveuen actuacions d'informació, comunicació i difusió del projecte en diferents formats i mitjans de comunicació per tenir una cobertura el més àmplia possible de forma que arribi a tots els públics objectius que visitaran el **MALL**: Públic nacional, Públic internacional, Professionals del turisme cultural, Professionals del món de l'art i el patrimoni i Premsa professional. Aquestes actuacions s'acompanyaran de tot un seguit d'accions adreçades a la sensibilització de l'entorn humà i professional del Museu amb l'objectiu de contribuir a la cohesió social, a la responsabilitat social del Museu i a la implicació dels agents econòmics i ciutadans en el sosteniment del patrimoni i la seva difusió activa.

LA NOVA MARCA: EL MUSEU D'ART DE LLEIDA

En l'estratègia de comunicació del nou **MALL**, un primer pas fonamental és la redefinició de la denominació actual passant de "Museu d'art Jaume Morera" a

“Museu d’Art de Lleida”. Aquest canvi de denominació porta associat una nova imatge més moderna que incorpora l’acrònim **MALL** en la seva gràfica.

Aquesta gràfica té noves aplicacions en tots els suports comunicatius habituals: dispositius mòbils, banderoles, tòtems, marxandatge, així com la senyalística interior.

Aquesta redefinició de la marca **MALL** ha d’anar complementada per la definició de noves estratègies que apropin el **MALL** als públics potencials.

LA DIFUSIÓ DEL NOU MUSEU D’ART DE LLEIDA

El **MALL**, com a element de representació cultural de primer nivell, ha de donar resposta comunicativa en diversos nivells i a diversos públics. En un primer ordre d’anàlisi, el **MALL** ha de difondre els següents elements: Difusió del Museu d’Art de Lleida – institucional, Difusió de l’Exposició permanent, Difusió de les Exposicions temporals, Difusió d’Activitats culturals, Difusió d’Activitats educatives i Difusió d’Activitats socials.

De forma similar els públics objectius de la comunicació del Museu d’Art de Lleida són:

- Públic local
- Públic nacional, aquell que geogràficament està ubicat a menys de dues hores de distància
- Públic internacional, la resta,
- Professionals món de l’art i el patrimoni
- Professionals – turisme cultural,
- Professionals – premsa.

Les accions de estan orientades a donar resposta a les necessitats de comunicació d’un element comunicatiu per un públic objectiu específic, és a dir:

	Públic local	Públic nacional	Públic internacional	Professional món art i patrimoni	Professionals turisme cultural	Professionals premsa
Difusió del Museu d’Art de Lleida – institucional	x	x	x	x	x	x
Exposicions permanents/temporals	x	x	x	x	x	x
Activitats culturals/educatives/socials	x	x		x		x

Difusió Institucional del MALL

Cada cop més la comunicació de les institucions és la bastida a partir de la qual es pot construir una història comunicativa específica per a cada esdeveniment. És a dir, si no es té creat el flux normal de comunicació entre la institució i el destinatari (i aquest no ens dota de credibilitat), serà poc probable que les inversions en comunicació siguin efectives.

Difusió de les exposicions permanents/temporals del MALL

Tant l’exposició permanent com les exposicions temporals són la crossa que han de permetre l’augment efectiu de visitants al **MALL**. Les accions de comunicació que es duen a terme, han d’obtenir un retorn molt elevat de forma que cal treballar molt la segmentació del públic destinatari.

Difusió de les activitats culturals/educatives/socials del MALL

Un museu no és únicament un contenidor d'obres d'art. Per aquest motiu el **MALL** s'incardinarà al teixit cultural, educatiu i social de la ciutat. La seva ubicació privilegiada el converteixen en un espai ideal per qualsevol acte que es vulgui dur a terme.

Per tot l'anterior, es descriuen diverses actuacions per tal que la difusió i comunicació del projecte tingui èxit:

- **Expansió de la marca MALL – Museu d'Art de Lleida.**
- **Creació i disseny de material de difusió** que es repartiran a l'Ajuntament, les oficines de turisme de la ciutat, establiments turístics i altres llocs d'interès.
- **Posada en funcionament d'una nova plana web**, que inclogui tota la informació institucional, així com les exposicions permanents del **MALL**. Aquesta plana inclourà recursos de realitat virtual, multi-idioma i filtrat de continguts per localització del visitant.
- **Difusió de la web del Museu d'Art de Lleida en altres webs** relacionades amb la cultura, els museus, educació i turisme; no únicament a Catalunya, sinó també en altres territoris que són potencialment visitants.
- **Elaboració del dossier de prestigi**, per a l'impuls de les operacions de patrocini i mecenatge.
- **Creació de la figura “Guia local”**, en col·laboració amb els estudis d'Art de la Universitat de Lleida, la figura del “Guia Local” permetrà als visitants virtuals que organitzin el seu viatge al **MALL** des del seu domicili. L'objectiu és crear una experiència de turisme cultural que vagi més enllà de la sola visita al museu i s'estengui en el temps.
- **Inserció de publicitat en mitjans especialitzats nacionals e internacionals**, tant en revistes especialitzades d'art i patrimoni (*BonArt*, *Exit*, *Descobrir el Arte*), de turisme (*preferente.com*), com en revistes generalistes (*National Geographic*, *Descobrir Catalunya...*)
- **Potenciació de la relació amb la premsa** proporcionant tota la informació de l'activitat del Museu abans de qualsevol acte puntual (com poden ser exposicions o actes) o periòdic (presentació de la memòria anual, reunió del patronat). Aquesta informació poden ser dossiers de premsa, catàlegs i pòsters de l'exposició...
- **Creació dels programes de viatges de familiarització per premsa i tour-operadors culturals**, convertint-los en recomanadors
- Relació amb els tour operadors per a la **comercialització dels paquets turístics** en els quals participa el Museu, en col·laboració amb Turisme de Lleida .
- **Creació i disseny d'un díptic anual amb l'oferta pedagògica**, que es distribuirà per correu electrònic i es comunicarà via revistes especialitzades. D'aquesta forma es donarà a conèixer de primera mà els materials educatius elaborats i les possibilitats de visita al **MALL**.
- **Creació i disseny de material educatiu per les escoles i visites infantils**, centrat en els eixos estratègics de la proposta que posa en valor la col·lecció del Museu i els seus artistes. Es tracta d'un material molt ambiciós i que permetrà que l'estudiant (o els infants en el cas d'una visita familiar) desenvolupin la seva pròpia visita i modular la seva experiència museística en funció de les seves pròpies voluntats.
- **Realització de visites a les escoles**, per tal de realitzar activitats prèvies a la visita al Museu d'Art de Lleida amb els alumnes que hi participaran.

- **Integració de “festes senyalades” al Museu**, com ara “Nadal al MALL” on es realitzaran activitats específiques per infants i jovent.
- **Integració dels esdeveniments de les xarxes de museus (nacional i internacional)**, com ara “El Dia Internacional dels Museus” la “Nit dels Museus” i aquelles altres campanyes de promoció fruit de la integració del Museu en la Xarxa territorial i la xarxa temàtica d’art.

ESTRATÈGIA DIGITAL DEL MUSEU

Per la importància que té avui en dia els mitjans digitals, cal fer un esment específic a l’estratègia digital del Museu. Aquesta s’entén no únicament com la incorporació de la tecnologia al Museu, sinó també en l’aprofitament les oportunitats que proporciona la xarxa per a la comunicació i la interacció amb els diversos segments de públic. En aquest sentit la dimensió digital afecta a tots els àmbits de treball del Museu, des de la col·lecció a l’exposició, des de la comunicació a l’educació. L’estratègia digital es subsidiària, per tant, de les línies i els objectius estratègics del Museu, dels qual es deriven els propis.

Objectius generals i específics.

- Promoure l’accés a la ciutadania als continguts digitals del **MALL**.
- Crear nous suports interactius digitals que aportin un valor afegit documental, pedagògic i didàctic.
- Crear nous suports digitals i en xarxa que permetin la captació de públic jove, de pares i de mestres com a agents culturals.
- Millorar l’aprenentatge des de noves propostes multimèdia d’activitats transversals.

Accions

- **Potenciació de les xarxes socials “dinàmiques”**, la força comunicativa i d’enganxament de les xarxes socials més dinàmiques, com ara *twitter* i *facebook*, s’ha de potenciar amb la creació d’un perfil que sigui molt més interactiu amb els usuaris, amb capacitat propositiva i de conversió parcial de visites virtuals en visites reals, però també amb capacitat per a dotar de continguts per a un públic exclusivament virtual que proporcioni reputació. El perfil ha de ser multi-idioma i amb informacions segmentades pel perfil geogràfic dels usuaris.
- **Potenciació de les xarxes socials “estàtiques”**, tant les més visuals (*pinterest*, *flickr*, *instagram*...) o les més escrites (*wikipedia*, *minube*, *tripadvisor*, *frommers*, *let’s go*...) que actuen com “recomanadors” d’experiències i són útils en conversions a visites a llarg termini.
- **Impulsar la recerca i el desenvolupament de nous formats d’edició digitals, amb especial atenció al dispositius mòbils.**
- **Promoure la generació de continguts en obert**
- **Introduir l’experiència digital a les sales del Museu**, mitjançant una aplicació de VR interactiva que serveixi d’autoguia i la instal·lació de beacons que apunten a les audioguies de nova generació del Museu.

MUSEU D'ART DE LLEIDA

Pla Estratègic

2021-2023

Introducció

El Museu d'Art Jaume Morera de Lleida és una institució amb una llarga trajectòria. Recentment s'han complert cent anys de la seva inauguració com a Museu d'Art de Lleida, la qual cosa el converteix en un dels museus d'art modern i contemporani més antics del país. Com moltes altres institucions culturals del país, els avatars històrics esdevinguts al llarg del segle passat van ser els que van acabar determinat en bona part la seva singladura, en la qual s'han alternat les èpoques de puixança amb altres de més foscos.

Tanmateix, la recuperació definitiva de l'acció cultural del Museu es materialitzà de la mà d'una jove democràcia que demanava una actualització de la seva vida institucional i un canvi de rumb de la seva actuació. Especialment fructífers, però, han estat els darrers vint-i-cinc anys de la seva activitat, gràcies fonamentalment a la implicació i l'esforç del seu equip tècnic, sempre migrat i amb molts pocs recursos econòmics al seu abast. No obstant, això no ha estat mai un obstacle perquè el seu treball impulsés el Museu com un centre de recerca i de divulgació dedicat a l'art del segle XX a Lleida, amb una programació expositiva de referència, guardonada en més d'una ocasió i farcida de col·laboracions amb els principals museus de l'estat, i una producció bibliogràfica que ha omplert un buit fonamental de la nostra historiografia i crítica artística. Una tasca intensa que de vegades ha acabat per amagar les seves mancances, especialment la d'una seu en condicions, arquitectònicament ben resolta i dotada dels recursos necessaris per desplegar la seva missió amb garanties. La ciutat disposa d'una col·lecció artística de referència quan es tracta d'explicar i comprendre el fet artístic d'època contemporània a Ponent i a Catalunya, però mai ha pogut ser allotjada en un contenidor a la seva alçada ni exposada en unes condicions dignes.

Afortunadament, sembla que per fi els temps comencen a ser favorables per a un canvi significatiu en la singladura històrica del Museu. El consistori municipal ha impulsat la ubicació definitiva de la seva seu en l'edifici de l'antiga Audiència, una iniciativa que compta amb la complicitat de les diferents administracions (Diputació de Lleida, Generalitat de Catalunya, Govern de l'Estat i Unió Europea). La perspectiva real, doncs, de poder disposar ara d'una seu definitiva no només pot donar solució a les seves tradicionals mancances, sinó situar-lo d'una vegada per totes com a element fonamental de l'imaginari de la ciutat en relació al reconeixement de la seva identitat i història recent, en aquest cas a través de les arts visuals.

El Museu, doncs, s'enfronta possiblement a un dels moments més decisius de la seva història ja centenària. Disposem ara d'una oportunitat que requereix, però, de la generositat i el recolzament de tothom, sense renunciar, és clar, a la legítima opinió i a la participació crítica en el seu esdevenir. El que tenim a les mans és un projecte col·lectiu i, per tant, el que cal és sumar esforços per convertir el nou Museu d'Art de Lleida en un equipament que esdevingui un veritable centre de conservació, recerca i difusió patrimonial de les manifestacions artístiques a la Lleida del segle XX i XXI i un centre d'activitats culturals i artístiques que refermi el paper d'un vast territori, el de les terres de Ponent, en la cultura del país.

Totes aquestes oportunitats generen reptes que alhora exigeixen canvis per afrontar el futur amb garanties. En aquest context la preparació d'aquest pla estratègic ha proporcionat un marc per reflexionar sobre la situació actual del Museu, sobre les oportunitats i els reptes de l'entorn, debatre les opcions de futur i decidir un full de ruta per als propers anys. En primer lloc, calia repensar el propòsit del Museu en el nou context i aconseguir una missió i una visió de futur

compartides àmpliament. En segon lloc, assolir un acord de consens sobre les prioritats i els objectius per als propers quatre o cinc anys, i ordenar el treball per avançar-los

El Pla és ambiciós, aposta per convertir el Museu en una institució de primera línia, un centre de coneixement sobre la l'art contemporani a Catalunya. En aquest sentit ha de donar resposta a les moltes expectatives posades com a futur museu d'art contemporani de les terres de Ponent, en tots els seus àmbits d'activitat. El Museu ha de liderar i donar suport en el marc de la xarxa territorial de museus a Lleida a aquelles iniciatives que tinguin com a objectiu preservar i divulgar el patrimoni artístic contemporani del país i contribuir a integrar i posicionar la creació de Ponent en contextos més amplis.

El Pla estratègic posa també una especial atenció en aprofundir la relació amb els visitants i els grups d'interès; en incrementar la qualitat dels programes i serveis; en oferir més serveis i en realitzar més activitats en un entorn més col·laboratiu a l'hora de treballar, tant amb els visitants i usuaris com amb les altres organitzacions amb les que es comparteixen objectius.

Missió

El Museu d'Art Jaume Morera és un servei públic la missió del qual és promoure l'accés i la generació de coneixement sobre l'art contemporani, amb una especial atenció per l'art vinculat a les terres de Ponent, i la difusió de les distintes narracions que es deriven de les col·leccions que preserva. El Museu és un espai obert de debat i reflexió crítica sobre l'art i la cultura del nostre temps, que duu a terme la seva missió amb la complicitat i la implicació dels seus públics, tot generant experiències entorn de la creació per al gaudi cultural i la transformació de les persones.

Una revisió d'aquesta declaració per a afrontar la nova època que el Museu d'Art Jaume Morera de Lleida ha d'iniciar coincidint amb la dotació d'una seu estable per primer cop a la seva història, ha de tenir en compte els següents punts.

'servei museístic de caràcter públic' És consubstancial a la naturalesa de l'equipament que el Museu es defineixi com a 'servei museístic', però el caràcter públic justament fa que el Museu pugui donar servei més enllà de l'àmbit estrictament museístic. La llarga història d'aquest museu i la seva imbricació en la comunitat lleidatana fa que esdevingui legítim prestar un servei de potenciació de les relacions socials en aquesta comunitat, un servei que permetrà l'existència de les diverses zones públiques del nou edifici.

'promoure el coneixement i la difusió' Sens dubte el coneixement i la difusió dels relats de l'art contemporani han de ser pilars fonamentals de la nova etapa del centre. És important assenyalar que en aquest context el Museu ha de garantir l'accés universal als continguts que es generen a través de les seves activitats culturals i artístiques, amb la participació i implicació dels seus públics.

'diferents narracions' El Museu ja declarava la consciència que les narracions traçades a partir de les col·leccions poden ser diverses, diferents. En aquesta nova etapa del Museu aquesta diversitat de les narratives ha de seguir desenvolupant-se, per reflectir justament la diversitat que caracteritza la societat contemporània:

el Museu ha de ser capaç de vehicular les veus distintes que conformen la complexitat social del present a través dels relats que presenta.

'art modern i contemporani' Pel què fa a l'arc cronològic que ha d'abastar la missió del Museu, tot i entenent que les col·leccions comprenen obres del segle XIX que responen a la categorització de 'modern' establerta per la història de l'art, és necessari que el Museu posi en primer terme l'art del segle XX -que ja ha esdevingut un 'art del passat'-, i segueixi entomant amb decisió la lectura de l'art del segle XXI, un 'art del present'.

'que es deriven de les seves col·leccions' Les col·leccions del Museu són un dels seus principals valors; ja ho eren les col·leccions fundacionals i ho són també les que des d'aleshores han anat ingressant al Museu. Tanmateix, com a entitat transmissora de l'art contemporani als ciutadans de Lleida i el territori d'influència, el Museu ha de ser també la plataforma per donar a conèixer art d'altres llocs i d'altres fons i col·leccions; el Museu ha d'esdevenir l'agent missatger o ambaixador de l'art contemporani, que assumeix la responsabilitat de donar a conèixer l'art contemporani que es fa i es conserva més enllà del territori als seus conciutadans.

'promoure l'educació i el gaudi cultural del públic' Un dels principals objectius del Museu ha de ser el profit que a nivell educatiu i cultural en tregui el seu públic, tal com relata la missió del Museu. Tanmateix, en aquest vast conjunt de públics que potencialment pot tenir un museu gràcies a les tecnologies digitals -i sense desatendre aquests públics-, el Museu d'art Jaume Morera ha d'enfocar la seva acció principalment als públics de proximitat, que són els ciutadans de Lleida i per extensió els de les terres de Ponent, territori natural del Museu.

'generant experiències en torn de la creació' En aquesta relectura de la missió del Museu, la capacitat de 'generar' experiències que siguin viscudes per altri, s'ha de veure complementada per l'habilitat de dissenyar i construir conjuntament aquestes experiències. El públic, en aquest sentit, ha de ser part implicada en l'acció del Museu, ha de tenir veu i participació en l'activitat que desenvolupa el centre, especialment els públics de proximitat.

'espais per a la reflexió crítica i el debat sobre la cultura' La reflexió crítica i el debat han de seguir essent pautes de treball del Museu, que ha de seguir promovent la discussió i el diàleg constructiu tant a nivell de gestió interna com en l'àmbit de l'activitat pública que organitza

Visió

El Museu d'Art Jaume Morera vol esdevenir un centre de referència en matèria de conservació, estudi i difusió de l'art modern i contemporani a les terres de Ponent i Catalunya, visitat, conegut i reconegut, accessible, participatiu i socialment responsable, que es distingeix per la seva imbricació en la societat lleidatana i que gaudeix de l'estima i valoració d'aquesta societat.

Valors

Els valors que regeixen l'acció del Museu i que procura promoure a través de la seva activitat són els següents:

Diversitat. En la programació que ofereix, en les narratives que presenta, en els públics als quals es dirigeix i amb els quals col·labora, i en general en procurar ser mirall de la societat en què s'ubica.

Excel·lència. En l'obra que conserva, en l'activitat que realitza -la conservació de les col·leccions que custodia, les exposicions que programa, les publicacions que edita-, en el rigor amb què procura acomplir la missió que té encomanada.

Territori. Un sentit acusat d'equipament de territori, sensible i atent a un determinat àmbit d'influència que li és propi i natural i amb el que l'uneix la proximitat territorial i les vivències compartides, però obert a la resta de 'territoris' físics i virtuals, entenent que els territoris no són sinó espais on s'esdevenen les relacions entre els integrants d'una determinada comunitat.

Esperit 'DEAI'. El Museu impulsa i aplica valors de diversitat, equitat, inclusió i accessibilitat tant en les formes de treballar en el sí de la institució com en les seves programacions i programes públics, promovent i defensant la vàlua de totes les persones independentment de la seva condició i garantint el respecte per totes les persones que conformen les audiències del Museu i per tots els professionals que hi col·laboren.

Innovació. Un Museu amb una trajectòria centenària, però que viu des del present tot mirant cap al futur i que, per tant, s'adapta als canvis i a l'evolució de l'entorn tecnològic i l'assumeix d'una forma transversal en totes les seves àrees de treball.

Transparència. Un Museu que comunica i ret comptes de les seves accions, entenent-lo com un espai públic que forma part de la riquesa que tots tenim en comú.

Ètica. L'activitat i el treball del Museu es regeix per codis de bones pràctiques, un museu que transmet valors i principis.

Vivència i inspiració. Un Museu que promou una experiència personal, singular, inspiradora i transformadora en un espai públic i compartit. Que procura que les audiències del Museu tinguin una experiència de qualitat que contribueixi a potenciar el seu pensament crític i el seu gaudi intel·lectual i estètic.

Educació. Orientat a l'aprenentatge de continguts i també de procediments i de valors de totes les persones; al desenvolupament i la promoció de la creativitat col·lectiva i individual; i a la potenciació d'un esperit crític basat en la solidesa del coneixement.

Participació. Potenciant la participació activa de la ciutadania, amb programes que estimulen la implicació de la col·lectivitat i el diàleg amb els diferents col·lectius per tal de facilitar el debat i la reflexió en un espai de tolerància.

Compromís. Atent als canvis i compromès socialment amb la cerca del benestar general per sobre del particular, i fomenta la cooperació i solidaritat amb les necessitats col·lectives. Vinculat estretament a la ciutat i al territori, esdevenint un motor de transformació cultural i motiu d'orgull i satisfacció per als habitants de Lleida.

Sostenibilitat. Gestionant els recursos amb eficàcia i amb eficiència, amb un consum responsable i unes bones pràctiques per tal d'assolir una millor sostenibilitat econòmica, ambiental i social.

Col·laboració. Un Museu que treballa conjuntament amb altres institucions del sector i amb altres agents de manera transversal, fomentant la cooperació, la

participació i el treball en equip i en xarxa, per promoure així la participació i per a l'optimització dels recursos

Públics i audiències

A l'hora d'identificar els públics potencials del nou Museu d'Art Jaume Morera, cal tenir en compte que la dotació de la nova seu li permetrà assumir un rol més decidit en el servei que fa a la comunitat en què està inserit; així, en parlar d'audiències cal entendre-les no en un sentit únicament unidireccional, a qui el Museu ofereix les activitats que organitza, sinó a com a actors amb qui el Museu dialoga, amb qui treballa cooperativament en l'organització d'activitats conjuntes i a qui ofereix les seves instal·lacions per a la celebració de les activitats pròpies i la consecució de les finalitats d'aquests actors.

En funció de la seva tipologia:

El visitant individual, tant l'usuari fidelitzat i recurrent del Museu, que és normalment del territori; com el visitant turista esporàdic.

Les famílies, en tant que el Museu ofereix un programa de qualitat i d'elevat interès que es complementa amb els espais de socialització.

La comunitat escolar, alumnes de diferents nivells acadèmics de l'ensenyament reglat, de la ciutat de Lleida i de l'àrea de Ponent, és usuària de l'àmplia i diversa oferta pedagògica del Museu a través de la qual completa la formació artística, i troba en el Museu l'acompanyament i l'espai idoni per iniciar-se en una especialització posterior en l'àmbit artístic (estudiants de batxillerat artístic, estudiants que realitzen treball de recerca).

Les entitats socials i les associacions culturals del territori, que compten amb el Museu per a donar-los suport en la seva acció, en tant que escenari per a la celebració d'actes o com a altaveu de la seva activitat.

El públic especialitzat, entenent com a tal tots els actors del sector de l'art i de la història de l'art: artistes, comissaris, crítics d'art, professors i docents dels nivells de formació post-secundària, universitària i especialitzada (escoles i acadèmies d'art); estudiants universitaris.

En funció de la seva procedència:

Ciutadania de Lleida, que utilitza i aprofita el Museu tant com a públic de l'activitat organitzada pel centre com a agent actiu que organitza, proposa i executa les seves activitats al Museu.

Comarques de Ponent, la població de l'àrea d'influència de la ciutat de Lleida és un dels principals destinataris de l'acció del Museu. Els centres escolars, en particular, en són usuaris fidels.

Barcelona, resta de Catalunya i territoris veïns, en menor mesura que els abans citats, però el Museu no renuncia a captivar el públic no lleidatà, a través d'exposicions de gran calat i atractiu mediàtic i gràcies a la facilitat de les comunicacions -especialment la ferroviària-.

Públics forans; tot i que Lleida no és un dels focus turístics destacats del país, la ciutat es va obrint pas com a destí cultural; el Museu ofereix a aquest públic un producte distintiu i d'alta qualitat que complementa bé l'oferta patrimonial de la ciutat.

La comunitat virtual, un dels principals objectius del Museu, l'interès de les col·leccions que conserva el centre i les produccions que fa, recolzades per un excel·lent treball de recerca, és un recurs a l'abast no només dels especialistes i

amants de l'art contemporani, sinó del conjunt d'audiències interessades d'una o altra forma en l'art com a recurs pedagògic, de coneixement i de gaudi, que poden accedir al Museu a través del canal online i fer ús dels recursos que el Museu disposa en aquest canal per a diverses finalitats.

Fidelització i desenvolupament de públics

Per promoure i mantenir el contacte amb cadascuna d'aquestes audiències serà imprescindible el disseny d'una estratègia de comunicació que identifiqui els canals més efectius per a cadascun dels segments, així com les accions idònies en cada cas per fidelitzar els públics —en especial els públics locals— i per desenvolupar-los en la mesura del possible.

Posicionament estratègic

Per a l'etapa que enceta el Museu d'Art Jaume Morera a la nova seu de l'Audiència, es plantegen sis línies estratègiques que s'exposen tot seguit:

- A. Museu d'art **contemporani**. Un museu que explica la cultura visual des del present i cap al passat més recent, i des de Lleida cap al món.
- B. Museu **col·lecció**. Un museu amb unes col·leccions de gran qualitat i interès, heterogènies i en creixement, que suposen reptes però moltes potencialitats alhora.
- C. Museu **social**. Un museu amb vocació de representar la comunitat, sensible a les veus diferents que existeixen al sí de la societat del present i compromès amb els col·lectius més vulnerables.
- D. Museu **obert**. Un museu com a espai ciutadà, amb espais per a la socialització, amb voluntat d'arribar a les persones, amb vocació per acollir i obert a la participació de la societat en el Museu.
- E. Museu **territori**. Un museu que lidera l'àmbit sectorial dels museus, centres i sales d'art contemporani de Lleida i de les comarques de Ponent a partir de les confluències temàtiques i territorials.
- F. Museu **organització**. Un museu que es presenta com una organització moderna, àgil, funcional i oberta.

A. Museu d'art contemporani de Lleida. Un museu que explica la cultura visual, des del present i cap al passat més recent i des de Lleida cap al món.

A.1. Construcció d'un nou marc discursiu del Museu.

- A.1.1. Construir un relat sòlid sobre l'art contemporani a les terres de Ponent, capaç de posicionar el museu en el context català i espanyol
- A.1.3. Incorporar noves perspectives i visions crítiques, com les de la perspectiva de gènere o la diversitat social.

A.2. Acollir i impulsar el debat entorn de l'actualitat artística i cultural però també social, política, mediambiental, urbanística, etc., tant a nivell de comunitat local com d'àmbit global.

- A.2.1. Promoure la difusió i el coneixement de les pràctiques artístiques actuals i innovadores per incitar a la reflexió crítica.
- A.2.2. Acollir i incentivar el debat entorn de temes d'actualitat social.

A.3. Resignificar la institució a ulls de la ciutadania, transmetre el valor del Museu a la comunitat.

- A.3.1. Augmentar la notorietat i el valor de la imatge corporativa del Museu.
- A.3.2. Comunicar els valors, l'esperit i els serveis de la nova etapa del Museu que tinguin en compte els públics diversos als quals s'adreça.

B. Museu col·lecció. Un museu amb unes col·leccions de gran qualitat i interès, heterogènies i en creixement, que suposen reptes però moltes potencialitats alhora.

B.1. Incrementar la col·lecció amb obres d'art de gran qualitat i materials d'arxiu d'acord amb la política d'adquisicions del Museu.

- B.1.1. Aixoplugar sota la política d'adquisicions del Museu tots els ingressos a les col·leccions.
- B.1.2. Ampliar les col·leccions del Museu amb obra dels diversos àmbits de la cultura visual entesa de forma àmplia, incorporant diferents llenguatges creatius com el còmic, la fotografia, el cinema, el disseny gràfic, el grafit, la il·lustració, l'animació, etc.
- B.1.3. Ampliar les col·leccions del Museu amb obra representativa de la diversitat social.
- B.1.4. Incorporar obres procedents de la producció vinculada a la línia de treball de suport a la creació actual.

B.2. Garantir la correcta conservació i restauració de les col·leccions del Museu.

- B.2.1. Dotar el Museu d'un Pla de conservació preventiva que determini les necessitats i els protocols de control i correcció de les obres tant als espais expositius i de reserva del Museu, com en ocasió del seu moviment.
- B.2.2. Desenvolupar un Pla de Reserves per reorganitzar els espais i millorar-ne la qualitat i l'eficiència. Dimensionar les necessitats de reserves del Museu per al futur i valorar la possibilitat d'una gestió de reserves coordinada i cooperativa amb la resta d'equipaments museístics de l'àmbit municipal.
- B.2.3. Dissenyar un Pla de restauració a partir de les necessitats de les obres de la col·lecció.

B.3. Esdevenir el centre de referència al territori en matèria de conservació d'art contemporani.

- B.3.1. Potenciar l'expertesa de l'equip del Museu en matèria de conservació i restauració d'art contemporani i especialment en relació a les obres de la col·lecció.
- B.3.2. Posar a la disposició dels centres i institucions del territori l'expertesa del Museu en matèria de conservació i restauració d'art contemporani.

B.4. Millorar la gestió i documentació de les col·leccions.

- B.4.1. Completar la documentació i digitalització de les obres que formen part de la col·lecció del Museu, inclosos els materials d'arxiu.
- B.4.2. Dotar-se de les eines tecnològiques necessàries per garantir la seguretat i eficiència en la gestió de les col·leccions

B.5. Promoure l'estudi i la recerca al voltant de la col·lecció.

- B.5.1. Establir els eixos de recerca per part de l'equip del Museu derivats de la configuració de les col·leccions que marquin les prioritats del centre el camp de l'estudi i la investigació.
- B.5.2. Promoure el treball conjunt estable amb institucions externes per establir col·laboracions en matèria d'investigació i d'acord amb els eixos de recerca del Museu.

B.7. Potenciar la difusió i el coneixement de les col·leccions del Museu.

- B.7.1. Facilitar l'accés a la col·lecció a través d'una plataforma digital d'integració de la informació, resultat de la recerca i de la interacció i diàleg amb els públics del museu.

- B.7.2. Posar la col·lecció al servei de la comunitat potenciant-ne el seu coneixement amb propostes culturals i educatives de descoberta de la col·lecció del Museu.

C. Museu social. Un museu amb vocació de representar la comunitat, sensible a les veus diferents que existeixen al sí de la societat del present i compromès amb els col·lectius més vulnerables

C.1. Garantir l'**accessibilitat universal de tots els públics** al Museu, tant a la seu física com virtual.

- C.1.1. Preveure i implementar estratègies d'accessibilitat universal als diferents espais del Museu i a les exposicions i les activitats que s'hi facin.
- C.1.2. Optimitzar l'accessibilitat als continguts digitals del Museu.

C.2. Promoure la **igualtat en l'accés a la cultura** per a totes les persones, especialment per part dels col·lectius més vulnerables de la societat, promovent la inclusió, la participació i la diversitat.

- C.2.1. Establir programes comunitaris per a col·lectius i àmbits de la societat no presents al museu.
- C.2.2. Establir relacions estables de col·laboració amb entitats i institucions que representen persones de minories socials i col·lectius vulnerables de la ciutat de Lleida i el territori de Ponent per configurar programes d'acció conjunta basats en l'art.
- C.2.3. Impulsar projectes de col·laboració amb sectors professionals diversos que incorporin l'art i el museu com un recurs comunitari

C.3. **Promoure la responsabilitat social del Museu** en relació als seus treballadors, als seus usuaris i a les seves col·leccions.

- C.3.1. Garantir la igualtat, la inclusió i el respecte per totes les persones en contacte amb el Museu, tant els treballadors interns i externs com els usuaris.
- C.3.2. Avançar cap a un model de Museu sostenible i que redueixi el seu impacte ambiental.

D. Museu obert. Un museu com a espai ciutadà, amb espais per a la socialització, amb voluntat d'arribar a les persones, amb vocació per acollir i obert a la participació de la societat en el Museu.

D.1. Construcció d'una programació expositiva i cultural per a una diversitat de públics i audiències i d'acord amb les línies temàtiques del museu.

- D.1.1. Promoure la creació dels artistes vinculats a l'esfera lleidatana i el territori d'influència, així com el coneixement i la difusió de la seva obra.
- D.1.2. Integrar en la programació expositiva i cultural relats ambientats més enllà de l'àmbit estrictament local, obrir el focus des de territoris d'influència fins a l'escena internacional.
- D.1.3. Intensificar el treball amb les noves línies discursives del Museu vinculades a la revisió crítica de conceptes, períodes, moviments artístics i culturals.
- D.1.4. Reforçar l'experimentació de formats i displays de continguts.

D.2. Potenciar la dimensió educativa del museu. Renovar el programa educatiu en la seva globalitat.

- D.2.1. Formar part de la innovació educativa i influir-hi activament a través de l'experiència amb l'art i de la implicació de la comunitat artística a tots els nivells
- D.2.2. Establir les col·laboracions necessàries en matèria educativa amb el teixit escolar, l'Administració educativa i les entitats de caràcter científic i associatiu vinculades a la temàtica del Museu
- D.2.3. Establir les bases per a esdevenir un centre de formació i assistència de professionals de l'educació en matèria patrimonial i artística.
- D.2.4. Generar processos d'educació comunitària

D.3. Oferir i facilitar la socialització de les persones en un marc de proximitat i oci cultural.

- D.3.1. Oferir una experiència de visita de qualitat a partir dels interessos del públic i oferir contextualització i claus per a la interpretació.
- D.3.2. Desenvolupar els diferents serveis en la nova seu del Museu per garantir la seva correcta interacció i les necessitats dels usuaris i visitants
- D.3.3. Oferir els espais de socialització del Museu als ciutadans independentment de si són visitants i usuaris.
- D.3.4. Posar el Museu al servei de la ciutadania, de les entitats i de les associacions locals per dur-hi a terme activitats que estiguin d'acord amb els valors i la filosofia del Museu.

D.4. Promoure la participació dels ciutadans en l'activitat del Museu.

- D.4.1. Articular una comunitat de col·laboració amb el sector de la creació i el pensament

- D.4.2. Promoure la producció d'activitats participatives amb col·lectius ciutadans (entitats i associacions educatives, culturals i socials).
- D.4.3. Potenciar la participació dels públics del Museu en els processos de presa de decisions dels programes públics del centre.

D.5. Reforçar la implantació del museu a la ciutat de Lleida.

- C.5.1. Establir aliances estratègiques amb institucions museístiques, culturals i socials i educatives de rellevància de la ciutat i obrir el museu a la col·laboració i participació en les seves iniciatives
- C.5.2. Participació activa en els programes culturals de la ciutat

E. Museu territori. Un museu que lidera l'àmbit sectorial dels museus, centres i sales d'art contemporani de Lleida i de les comarques de Ponent a partir de les confluències temàtiques i territorials.

E.1. Liderar i promoure la col·laboració i el treball conjunt amb museus i entitats del territori de Ponent que tenen l'art contemporani com a un dels seus eixos estratègics de la seva acció.

- E.1.1. Promoure i liderar la creació d'un grup de treball del territori Ponent format per entitats patrimonials de temàtica artística, sigui monogràfica o no (museus, sales d'exposicions, fundacions, centres d'art).
- E.1.2. Coordinar l'activitat expositiva en el camp de l'art contemporani a nivell de Ponent.
- E.1.3. Produir accions conjuntes amb museus i centres d'art contemporani del territori destinades a la promoció de la creació local, tant al territori Ponent com més enllà d'aquest àmbit natural.

E.2. Impulsar i promoure l'acció en el camp de l'art contemporani en el marc de les xarxes de museus.

- E.2.1. Participar en la vertebració del sistema museístic de les terres de Ponent, a través de la Xarxa de Museus de les terres de Lleida i Aran (XMTLA).
- E.2.2. Contribuir a l'estudi i difusió de la creació contemporània que té lloc en l'àmbit d'actuació de la XMTLA i potenciar la divulgació de l'activitat expositiva i cultural produïda al Museu
- E.2.3. Participar en la vertebració del sistema artístic del país de manera coordinada amb la Xarxa de Museus d'Art de Catalunya (XMAC).
- E.2.4. Intensificar les coproduccions, les itineràncies d'exposicions i activitats amb la XMAC.

F. Museu organització. Un museu que es presenta com una organització moderna, àgil, funcional i transparent.

F.1. Dotar al museu d'un nou marc institucional.

- F.1.1. Impulsar la autonomia jurídica i funcional que permeti la integració de les diferents administracions públiques implicades en la gestió del museu
- F.1.2. Dotar al museu d'una estructura de governança i de presa de decisions de caràcter més especialitzat i professionalitzat, plural i oberta).

F.2. Desenvolupar i consolidar els recursos humans del museu i augmentar la implicació i el compromís dels treballadors del museu.

- F.2.1. Revisar l'organigrama funcional i el catàleg de llocs de treball
- F.1.2. Establir la metodologia de treball per objectius, tant pel treball presencial com pel teletreball.

F.3. Millorar els processos de gestió i treball a través de la implantació de nous sistemes administratius i de gestió integrada

- F.3.1. Implementació de l'e-administració
- F.3.2. Simplificació dels processos interns de gestió, amb tendència a una organització menys burocratitzada i sostenible
- F.3.3. Optimització dels recursos
- F.3.4. Implantació de mesures de transparència

Visió de futur

A l'inici d'aquest Pla Estratègic es plantejava una sèrie d'antecedents de punt de partida que posaven de relleu que el Museu d'Art Jaume Morera era un museu fortament definit per l'existència d'unes col·leccions d'art; per l'allotjament en seus diferents que sempre han resultat transitòries i per la vocació de servei a la ciutadana que s'ha traduït en accions diverses al llarg dels seus més de cent anys de vida. Plantejar una visió de futur obliga a reprendre aquells condicionants per fer-ne una projecció ideal a partir de les Fortaleses i Oportunitats descrites i de les estratègies d'actuació proposades.

La col·lecció: diversitat i excel·lència

La col·lecció del Museu segueix essent un dels puntals essencials del Museu. És una col·lecció viva i accessible, que integra obres que representen la diversitat de la societat actual, i llenguatges artístics diversos de la cultura visual contemporània. És una col·lecció que inspira relats transversals, que fa dialogar l'obra d'artistes del territori amb l'obra d'artistes universals. És, sens dubte, una col·lecció caracteritzada per l'excel·lència de les obres que la conformen, però també per l'excel·lència de la seva conservació i de les experteses dels professionals que en tenen cura. El Museu potencia l'estudi i la difusió de les seves col·leccions i esdevé un referent en art contemporani i en la conservació d'obra contemporània en l'àmbit territorial.

Finalment, una seu definitiva

El trasllat a l'edifici de l'antiga Audiència acaba finalment amb cent anys de nomadisme i, alhora, amb un estat de precarietat a nivell d'equipaments. El Museu compta ara amb els espais propis d'un museu del segle XXI, amb àmbits interns que faciliten el treball de l'equip i garanteixen la correcta conservació de les obres que custodia el centre, i àmbits públics on es despleguen els programes expositius i d'activitats del Museu i capaç d'acollir també activitats de la ciutadania. El nou Museu d'Art Jaume Morera és un edifici accessible i sense barreres, esdevé una nova fita en el teixit urbanístic de la ciutat i un nou nucli per a la socialització de la població.

Molt més que servei

En el futur, el Museu segueix oferint activitats i fent servei a la ciutadania com ja feia abans del trasllat a la nova seu, però les possibilitats dels espais que proporciona l'edifici i la major dotació de recursos humans i materials li permet amplificar el servei per arribar a tots els segments socials i actuar i influir en un radi d'acció que va més enllà de l'àmbit ciutadà. Però a més, el Museu és un servei a l'abast i obert als ciutadans, utilitzat reiteradament pels col·lectius de la ciutat i del territori per a llurs iniciatives de caire educatiu, cultural i turístic.

El Museu, en mans de tots

L'Ajuntament de Lleida ha estat responsable de les decisions que han fet possible un gir substancial en l'esdevenir del Museu d'Art Jaume Morera i en el trasllat a

una seu definitiva, però, en la nova etapa del Museu, la societat hi està més àmpliament representada.

En la governança del Museu hi ha Administracions supramunicipals, i la ciutadania participa de forma més activa en la presa de decisions en formar part del consell assessor del Museu i a través dels diversos processos de participació que duu a terme en relació a l'activitat i a la programació, de forma que esdevé un Museu en mans de tots.

Jesús Navarro Guitart

Director del Museu d'Art jaume Morera