

## El Museu del Disseny de Barcelona, una institució de serveis: reflexions sobre el futur post-confinament

---

El Museu del Disseny de Barcelona és un museu públic de la ciutat, amb voluntat plena de servei públic des de la seva concepció. El passat dia 13 de març se'ns comunicava que com no érem uns serveis essencials, els museus tancaven les portes a conseqüència de la crisi del covid-19.

**No som essencials?** És clar que entenem que significa l'essencialitat en un moment tan extrem i singular com és una pandèmia com en la que estem immersos. No obstant això, més enllà de tan insòlita com és la situació i tan complexa com és la seva gestió, la pregunta és vàlida per a reflexionar i replantejar certs aspectes de cara al futur, és a dir, al post-confinament, no tan sols el més immediat, sinó molt més enllà.

Al llarg d'aquests dos mesos de confinament, els professionals dels museus d'arreu estem reflexionant sobre la complexa realitat actual i el seu futur. Diversos fòrums telemàtics, reunions locals, nacionals o internacionals, entrevistes, xats, blogs i converses de tot tipus han donat pas a reflexions i recomanacions que de ben segur contribuiran a alguns replantejaments dels centres patrimonials.

Així mateix, molts museus, de nivell local o nacional, monogràfics, especialitzats o pluridisciplinars estan aplegant mitjançant campanyes col·lectives de recollida testimonis presencials, sonors, audiovisuals, etc., de la incidència del covid-19 en la seva àrea d'actuació i a partir dels seus interessos. En el nostre cas, des del disseny, cercant projectes que han aportat solucions innovadores a problemes derivats de la pandèmia, per tal d'incrementar la col·lecció de disseny de producte amb aquest disseny d'implicació social. És a dir, d'una o altra manera, recollint la memòria d'un fet mundial de gran transcendència al primer quart del segle XXI, com demostrarà la història. Perquè els professionals dels museus tenen consciència del seu valor i de la seva responsabilitat com a agents socioculturals. Perquè els museus no són caixes tancades i opaques, sinó tot el contrari.

Una conseqüència més que probable de la crisi, si més no en un termini d'un parell d'anys, serà la restricció pressupostària general que, evidentment, afectarà la programació dels museus. Però al marge d'això, que no és un tema gens banal, cal que estem preparats per encarar el futur aprenent també d'aquesta situació governada tot d'una pel **teletreball** i tot el que comporta.

---

## Les oportunitats d'una crisi

Al marge de les mesures d'ordre sanitari establertes per l'administració que condicionaran la nostra labor quotidiana, per tal d'oferir una visita segura tant als visitants com al personal del museu que els aculli, caldrà també repensar com ha de ser el museu a partir d'ara, quins serveis ha d'oferir i com, si hi ha certs formats prescindibles, etc., etc. Sens dubte, hi ha un abans i un després del covid-19, com en tots els àmbits de la vida social. És una consideració unànime per part dels professionals.

De les crisis se n'han d'extreure **oportunitats**. Si més no, tants dies de confinament ens han permès una sèrie de reflexions que poden contribuir a establir si no nous, sí camins més eficaços, d'acord amb la realitat, per assolir els objectius dels museus. Primer que res ens hauríem de creure que els museus som importants en la reconstrucció de la denominada "nova normalitat".

Per exemple, un dels fets que ens ha permès constatar l'actual situació és que els museus són els equipaments i els seus professionals més, com en el nostre cas, un gran nombre de professionals externs que s'ocupen d'una sèrie d'activitats bàsiques tant de portes endins com de portes enfora (documentació, restauració, comissariat, disseny d'exposicions, producció, edicions, publicacions...), tant en els departaments patrimonials com en els de programes públics i comunicació, i que ara per ara son imprescindibles perquè l'entitat sigui veritablement un museu i funcioni al cent per cent. La crisi del covid-19 ho ha fet ben evident. Sense aquests professionals els museus no podem complir els nostres objectius, no som veritables museus. Per això **cal tenir-los molt en compte** en el retorn a l'esmentada normalitat.

D'altra banda, és cert que algunes de les consideracions no han sorgit espontàniament arran del covid-19, naturalment. Arreu del món, ja fa uns quants anys que els museus ens estem **replantejant el nostre rol** d'acord amb la realitat que vivim. Per això, el Museu del Disseny ha apostat des del seu primer dia per impulsar la reflexió crítica i la recerca entorn del paper que el disseny té, pot i ha de tenir en la transformació del món. Des de l'inici, un seguit d'exposicions, jornades i activitats derivades -la darrera entorn de Victor Papanek, que ha aplegat gran nombre d'escoles i alumnes de tot Catalunya-, han posat de relleu que el Museu pot incidir com a centre educador dels diversos públics, i en aquest cas concret, en la formació dels joves. Perquè **l'educació és clau per al museu**. Des de l'inici del nostre projecte com a Museu del Disseny ho hem defensat, raonat i intentat fer possible.

**Cultura i educació** han d'anar més que mai plegades. S'ha d'intensificar el valor sociocultural del museu, més enllà de l'acadèmic, que naturalment forma part d'aquest marc general. Això, en lloc de llegir-se com cal deixar en segon lloc els continguts, significa tot el contrari: hem de ser capaços d'impulsar la recerca que ens permeti endinsar-nos en les col·leccions i llegir-les en diverses claus, replantejar paràmetres establerts, deconstruir relats «canònics», revisar postulats historiogràfics, etc., en el sentit de poder oferir noves lectures i poder arribar a un públic més ampli.

---

El pla director del Museu afirma que la missió del Museu del Disseny de Barcelona, en tant que equipament públic, depenent de l'Institut de Cultura de Barcelona, al servei dels ciutadans i dels diferents agents i sectors del disseny és:

- **Impulsar la conservació, recerca, documentació, interpretació i posada en valor de les arts de l'objecte i el disseny.**
- **Difondre els "valors del disseny"<sup>1</sup> mitjançant activitats i serveis adreçats als diversos agents del sectors i al públic general.**

És a dir, una missió fonamentalment **educadora**, com entenem que reclama el nostre entorn i ens exigeix la nostra responsabilitat.

Treballar per la **sostenibilitat**, per la **inclusió** i específicament en una perspectiva **de gènere**, són objectius que progressivament s'han anat incorporant en el nostre treball diari, per bé que ens resta molt camí per córrer. La crisi del covid-19 ho ha posat en relleu i per això ens demana un treball permanent per assolir aquests reptes i donar els serveis que s'esperen de nosaltres com a centre inclusiu obert a tots els públics.

El Museu del Disseny des de l'inici ha desenvolupat dues línies de reflexió i recerca. La primera, ja esmentada, dedicada al rol social i la responsabilitat del disseny i el dissenyador, és a dir, al disseny socialment responsable. La segona centrada en les relacions, paral·lelismes i divergències entre l'artesanía, l'art i el disseny, en un moment que han desaparegut les fronteres entre les disciplines, i sobretot en quines són les diverses aportacions d'un camp a l'altre per millorar la producció final, també des d'una òptica social.

És a dir, el Museu del Disseny enfront de la crisi del covid-19 té molt a dir i a fer perquè el seu espai patrimonial és de proximitat, de quotidianitat, atès que s'emmarca en el món de la creació i producció d'objectes i processos al servei de la societat. Això significa que treballa immers en l'actualitat i ha de ser-ne una referència per a tots els agents del seu entorn oferint-los serveis i productes útils. Aquest és un dels aspectes més positius del museu, **viure activament el present des d'aquesta perspectiva, des del món del disseny.**

Així doncs, **no som essencials?** Quantes vegades els museòlegs hem dit o escrit que els objectes parlen i posen en relleu la riquesa i pluralitat del patrimoni que els museus conserven. Però no tan sols els objectes ens parlen individualment o col·lectivament. El museu com a institució també té molt a dir. Parla per si mateix, per si sol, i s'espera que ho faci amb una perspectiva àmplia, oberta i plural. Per això, tot plegat ens porta a reconsiderar molts aspectes i a plantejar-nos nous o revisats reptes.

---

<sup>1</sup> Els "valors del disseny" plantegen anàlisis des de visions pluridisciplinàries: des dels processos de creació i innovació o des de la relació amb l'artesanía, fins a la producció d'objectes funcionals i estètics, l'èxit comercial, el posicionament de Barcelona vers el disseny ó bé plantejaments socials respecte als models de consum, sostenibilitat i accessibilitat d'aquests productes. I molts aspectes més.

---

## Ser essencials

Si estem convençuts que el museu és un referent i un servei sociocultural essencial, hem:

- de treballar per a tothom, no només per a uns quants. Ser més inclusius.
- d'elaborar propostes més participatives, nascudes no tan sols de portes endins, sinó de saber copsar què interessa realment i què és útil per als públics.
- de ser espais propers veritablement sostenibles, ja que també som responsables de la defensa de la sostenibilitat pública. Això significa que hem de fer projectes sostenibles des de totes les òptiques, econòmica i mediambiental.
- de generar més complicitat social, no tan sols amb els públics habituals i específics. Cal potenciar la proximitat.
- de poder oferir serveis i recursos que només són propis del Museu, tant a les escoles, com als professionals i també al públic més general.

És a dir, hem de saber explotar la nostra **singularitat**, que en definitiva és el **valor presencial del patrimoni**. Què vol dir això? Que conservem un ric patrimoni, en forma de col·leccions d'objectes i de documents gràfics de tota mena, del qual no només en som responsables de cara a la seva conservació, sinó de la seva "explotació", és a dir, som responsables de fer-los generar coneixement perquè siguin veritablement útils a les diverses comunitats o públics. Recordem que el museu és una **institució de serveis a l'abast d'una comunitat molt diversa**.

A més, naturalment, el **valor presencial** del patrimoni aporta una dimensió més rica a qui s'hi apropa, molt més que la merament virtual per completa que sigui. La crisi del covid-19 ens ha obligat a fer visites virtuals, en molts casos esplèndides, però quan les visites són presencials el diàleg entre l'objecte i el seu interlocutor creix exponencialment. És obligació del museu, com dèiem, saber fer que parli a tots els públics, i això requereix **recerca i reflexió**. Finalment,

- **ens calen nous perfils professionals més flexibles i d'acord amb la realitat actual, cal rejuvenir els equips i que siguin més plurals. És una necessitat que apressa.**

En definitiva, **hem de saber fer necessaris els museus més que mai, via presencial i via digital**.

Som conscients de les conseqüències i el cost de la crisi, tant a nivell econòmic com social, sobretot els primers temps que representaran un nou escenari de públic molt reduït. Però això justament ens pot permetre oferir cert tipus d'activitats via online que cal pensar.

---

Amb la crisi del covid-19 resta clar que **les noves tecnologies** poden ajudar-nos. Els departaments de comunicació dels museus han estat claus aquests mesos perquè han estat l'instrument per fer possible la missió del museu via digital. Aquests departaments, com el nostre, han impulsat o coordinat projectes nascuts dels diversos departaments amb l'objectiu, d'una banda, de difondre les col·leccions objectuals i documentals, i de l'altra, d'oferir la possibilitat de participar i interactuar amb el Museu mitjançant jocs, enquestes, reunions, jornades, etc. La innovació tecnològica ens ha permès realitzar una sèrie d'activitats, fins al 14 de març estrictament presencials, via *online*, amb el mateix rendiment intel·lectual, i amb un avantatge d'ordre econòmic (no cal pagar viatges, hotels, dietes...).

Sens dubte les eines han de millorar, i tothom hi està d'acord, però malgrat tot, és general la sensació que aquest treball a distància ha generat uns valors de cooperació i solidaritat i de cohesió d'equips. La "nova normalitat" potser comporti treballar d'una manera diferent, entre casa i el despatx, una organització basada en la nova realitat i nous valors postconfinament, que hauríem de ser capaços d'imaginar, com alguns experts comencen a plantejar.

És clar que amb això no sempre n'hi ha prou, ja que **la presencialitat** té uns valors difícilment substituïbles, però ens ha de fer pensar en noves logístiques organitzatives més enllà del confinament, útils en moltes ocasions i que es poden aplicar des d'ara. És sobrer recordar que la tecnologia no és el fi sinó l'instrument per fer possible l'accés d'uns continguts a un públic més gran i plural. Cal començar ja a analitzar quin tipus de projectes poden adaptar-s'hi amb més beneficis per a tots.

Però **si volem ser essencials hem de reobrir els museus**, malgrat que no sigui fàcil, i oferir serveis al públic general i familiar, les escoles, els professionals, etc., etc. Si som un servei, si som essencials, hem de demostrar-ho.

Tanmateix, no som ingenus. Sabem que necessitem que s'obrin les opcions per poder tenir conjunturalment els col·laboradors necessaris per fer realitat els nostres objectius, dotar-nos de més flexibilitat per gestionar els projectes, etc. Caldria també, doncs, que s'impulsés una millora en aquest sentit.

Veiem ara, doncs, quins són els punts febles i forts del Museu del Disseny per començar a encarar aquests reptes generals des de la nostra òptica específica.

## **Punts febles i punts forts del Museu del Disseny**

Encarem els nostres **punts febles**: els indicadors quantitatius ens condicionen?, ens depassa el gran nombre d'activitats?, la hipotètica rendibilització dels espais ens obliga a treballar automàticament?, la competència de centres culturals no patrimonials ens afecta?

Això ens demana un esforç, és clar, però un projecte plural i participatiu intern de ben segur pot ajudar-nos a trobar algunes noves formes d'actuar i de portar aquest esperit portes enfora. És cert, i s'ha de dir en pro dels museus que la doble vessant de centres

---

patrimonials -conservació, restauració, documentació...- i de centres d'activitats o programes públics -exposicions, serveis educatius, tallers...- és una labor àrdua i complexa, que condiona la flexibilitat que exigeix la vida quotidiana. Alhora, és un valor que li atorga la seva riquesa, **singularitat** i la seva **essencialitat**. Però essencial és sinònim de bàsic i fonamental, però també d'imprescindible. La responsabilitat de fer que el museu sigui veritablement una **institució social imprescindible** no és menor.

Segur que coincidim que cal que no ens n'oblidem d'aquest objectiu. Però també és cert que allò que falta per arribar-hi, en una part es pot esmenar millorant la comunicació del rol i de les activitats del Museu cap a la ciutat. Saber explicar i fer entenedor i proper tot allò que el museu fa des dels diversos departaments i els diferents programes i què aporta als diferents públics. Això no és una crítica al departament de Comunicació, en cap cas, sinó la constatació que el museu du a terme molts programes que, atès el ritme de treball, no poden avaluar-se tal com mereixen i per tant, no poden comunicar-se com demanen. Treballem per objectius definits, però no sempre podem fer l'avaluació dels resultats i la seva comunicació. És un punt que va en detriment nostre.

Tanmateix tenim uns quants punts forts que ens ajuden. Primer que res, som afortunats perquè tenim entre mans unes disciplines àmplies i pluridisciplinàries, estretament lligades amb la realitat de la vida quotidiana: el disseny i les arts de l'objecte, i el seu lligam amb la creativitat, l'artesanía, la indústria, el món digital, el consum i el desús, etc. Tot plegat ens ofereix un vast panorama per explotar si som capaços de treballar-hi plegats des de les diverses perspectives i els diferents coneixements dels departaments del Museu. El Museu del Disseny, l'hem definit sempre així, és un museu de **l'objecte per viure**, o dit d'altra manera, dels objectes producte de la capacitat humana de crear entorns artificials en funció de les necessitats i el marc sociocultural de cada etapa històrica. En llenguatge col·loquial, gosàriem dir que és "una mina" o "un pou sense fons" per a endinsar-nos-hi i poder extraure'n una sèrie de productes útils a l'abast de tothom.

Un altre punt fort lligat a les disciplines bàsiques són els sectors que en formen part. El món dels professionals del disseny de producte, gràfic, de la moda, i de tot l'ample ventall que avui abraça el disseny, ja sia des de la creació, la producció, la divulgació, l'estudi o la docència, és el públic de referència del museu, atès el seu lligam conceptual i pràctic amb els nostres fons i els nostres programes, que en alguns casos elaborem conjuntament. Enfront de la crisi del covid-19 i les seves conseqüències d'ordre socioeconòmic, tots aquests sectors, que se'n senten afectats, com el propi museu s'estan replantejant noves maneres de treballar i d'oferir els seus serveis. De tots és ben conegut, per exemple, el canvi de format de l'ensenyament tant escolar com universitari -que inclou naturalment les escoles superiors d'art i disseny.

Així mateix, cal valorar l'equip de professionals de les diverses àrees del museu, molt plural, especialitzat en les diverses tasques i temàtiques, i dedicat de manera plena al projecte, coordinant, a més, equips externs que com dèiem a l'inici, són un dels

---

fonaments de l'entitat. Sumant-hi també col·laboradors experts en diversos temes o àrees d'interès del museu.

Finalment, en aquest replantejament de l'etapa postconfinament creiem que pot ser més positiva i efectiva que mai la col·laboració amb el BCD i el FAD, i l'acord recent entre l'ICUB i la Regidoria de Turisme i Indústries Creatives per impulsar el disseny a la ciutat, tot considerant-ne el nostre equipament un punt central. Les línies de treball, reflexió i recerca del museu coincideixen plenament amb les noves directrius de l'acord i, sens dubte, el Museu n'ha de ser la referència cultural.

El Museu del Disseny ha de ser útil als professionals, als docents, als estudiants de totes les edats, als especialistes, però també al gran públic, a tots els públics, i ser capaç de treballar per la inclusió, l'accessibilitat, la sostenibilitat, la transversalitat de gènere, de manera habitual fins que no calgui explicar-ho, fins que ja no siguin reptes, sinó normalitat quotidiana, com tantes coses ho són des de fa anys.

## **Coda**

Com a historiadora vull recordar que al darrer terç del segle XIX els museus com el nostre (d'arts decoratives o industrials, com en deien) tenien una finalitat didàctica i educadora. De fet, els primers museus d'art d'Europa, ja fossin de belles arts o d'arts decoratives i industrials, van néixer amb la voluntat de formar artífexs al servei de l'art i la indústria. Arran precisament del debat art-indústria es veié la necessitat de crear museus d'arts decoratives -el capdavanter va ser el V&A a conseqüència de la primera exposició universal de Londres del 1851-, que comptaven amb una secció de reproduccions de les obres internacionals de primer ordre, una biblioteca especialitzada més les col·leccions d'objectes amb els quals reconstruïen la història de les arts al llarg dels segles. Sovint obrien als vespres per tal que els treballadors poguessin anar-hi i formar-s'hi acabat el seu horari laboral, perquè estaven pensats com un servei i un recurs útil per a millorar la producció nacional. Tot això quan la societat encara tenia fe en el progrés com a signe de millora i avenç social.

Dit d'una altra manera, està tot inventat. Només cal ser capaç d'adaptar-se a la realitat de cada moment. En alguns aspectes ens hem quedat massa enrere, tècnics, equipaments i administracions. La crisi és positiva per sacsejar-nos i reflexionar.

Per acabar, com a resum final, només recordar que el Museu del Disseny **és un lloc inclusiu de trobada ciutadana i alhora un espai d'interacció** dels múltiples sectors vinculats al disseny que ha d'estar a l'abast de tothom: institucions, empreses, professionals, escoles, col·leccionistes... A més, participa en diverses xarxes, nacionals i internacionals, amb les quals comparteix temàtiques i reflexions que afecten tothom. I per desenvolupar la seva missió impulsa els següents valors:

**-L'interès públic**, mirant de dur a terme, entre altres, projectes propis o en col·laboració que ajudin a promoure i vincular Barcelona amb el disseny, la creativitat i la innovació, tant a escala nacional com internacional.

---

-**La innovació**, especialment amb el repte de provocar canvis en les maneres d'observar i llegir el patrimoni desenvolupant programes lligats al món contemporani que plantegin qüestions per reflexionar, explorar i debatre.

-**La participació**, ja que el museu es concep com un espai on es connecten idees, projectes i persones, i on és possible col·laborar activament amb altres agents per desenvolupar la seva missió.

-**La proximitat**, com a equipament del barri, del districte i de la ciutat, accessible a diferents nivells de coneixement i capacitats. Un museu per a tothom, per fer entendre els valors de les arts de l'objecte i el disseny i la seva utilitat per a transformar la societat.

-**La transparència**, visible en la gestió econòmica i en la gestió mediambiental.

**Pilar Vélez**

Directora

Museu del Disseny

Arenys de mar, 13 de maig del 2020

Des del confinament