



# Museu de Cervera

## Pla estratègic 2022-25

Novembre 2021

### Continguts:

INTRODUCCIÓ	3
1. SITUACIÓ DE PARTIDA	5
DADES BÀSIQUES	5
CONTEXT	7
TENDÈNCIES MUSEÍSTIQUES	10
DAFO	13
REPTES CLAU	18
2. MARC ESTRATÈGIC	21
MISSIÓ I VALORS	21
VISIÓ 2030	22
IMPACTES	24
PRIORITATS ESTRATÈGIQUES 22-25	26
3. OBJECTIUS ESTRATÈGICS	27
3.1. REFORÇAR EL NUCLI: EL PAPER I ELS ESPAIS DE LA CASA DURAN.	27
3.2. REOBRIR UN MUSEU DEL BLAT ACTUALITZAT A LA FARINERA.	33
3.3. CREAR EL RELAT SOBRE EL BARROC A CERVERA I LA SEGARRA.	42
3.4. AUGMENTAR LA CAPACITAT DE GESTIÓ DEL MUSEU.	48
4. PROJECTES CLAU 2022-23	58
ANNEX: PARTICIPANTS EN EL PROCÉS DE PLANIFICACIÓ	68

### Crèdits:

El document del pla estratègic ha estat elaborat per Margarida Loran, museòloga i consultora independent, i Carme Bergés, directora del Museu de Cervera.

# INTRODUCCIÓ

## El perquè

Sovint és necessari parar per avançar. Cal buscar moments per a la reflexió, per a l'avaluació, per a la planificació i, perquè no, per agafar embranzida i tornar a l'acció i vèncer resistències. En aquest context de necessitat, quasi diria que vital, s'emmarca aquest Pla Estratègic que ens ha permès (re)pensar i (re)imaginar el Museu de Cervera.

El dia a dia d'un museu petit -pel que fa a la seva dimensió econòmica i de personal- és complex, intens i esgotador. Som museus que, evidentment, hem de desenvolupar, amb habilitat i competència, totes les funcions bàsiques encomanades i que ens defineixen com a tal, a les quals s'hi afegeixen noves necessitats educatives, lúdiques, comunicatives, cíviques, etc. Sovint, també, els museus petits (segur que som petits?) acabem assumint un paper com a centre cultural i de trobada de creadors, estudiosos o encuriosits i compromesos amb la comunitat. Sovint, som vigies del patrimoni del territori i agents actius en la construcció de polítiques culturals.

Totes aquestes velles i noves funcions acaben desbordant el nostre treball i abocant-nos a donar resposta a allò urgent que potser no és, contràriament, el més important. Atapeïts d'activitats i exposicions que s'han d'inaugurar un dia concret, concentrats en programacions amb calendaris impossibles i superats per una gestió administrativa complexa, la mirada global es perd i els objectius i missió es dilueixen.

Una de les frases que més vegades he utilitzat davant els meus responsables polítics no ha estat la demanda de major pressupost (que també), o de major estructura de personal (que també) sinó una demanda més senzilla però, al mateix temps ben complicada: saber on volem anar i què volem construir per determinar i organitzar com hi arribem. Ens costarà més o menys temps d'arribar-hi, haurem de buscar camins alternatius per aconseguir-ho, però, si més no, sabrem on anem. Tenir objectius, traçar la direcció i buscar les eines necessàries.

La resposta a aquesta demanda, personal i institucional, arriba amb la redacció d'aquest Pla Estratègic. De fet, ha arribat molt abans de la redacció definitiva que ara tenim entre les mans, ja que la resposta ha estat l'immens aprenentatge que hem fet mentre s'ha dut a terme el procés de recerca, avaluació i definició d'aquest Pla.

## Un llarg procés. Aprenent del camí

L'elaboració del Pla Estratègic de Cervera ha estat llarg i complex per diferents motius. Alguns han estat volguts, com la tria -crec que encertadíssima- d'un Pla Estratègic elaborat des d'una metodologia 100% participativa, liderat per una consultora externa i experta com la Margarida Loran

però consensuat i fet conjuntament i de forma col·laborativa, amb el propi equip del Museu. Un Pla Estratègic que es fonamenta en una primera fase de coneixement profund de l'entorn i dels grups d'interès de la institució i que aconsegueix aquest coneixement, a partir de l'escolta atenta i pausada i de les trobades i converses en primera persona.

Un procés que s'allarga en el temps perquè posa com a protagonista, no només el resultat final, sinó el propi procés que inclou múltiples veus i mirades. No volíem saber només qui som sinó que també ens interessava saber què volen que siguem i com ens veuen, per poder donar resposta a les necessitats i expectatives reals de la comunitat a la qual servim.

Altres motius han estat, en canvi, involuntaris tot i que, segurament, producte d'una mala previsió o potser, millor dir, producte d'un excés d'optimisme. Aquesta metodologia participativa, que reuneix tots els agents, els escolta i "tradueix" les seves demandes en punts o accions a desenvolupar per un futur Museu de Cervera més social i atent, inevitablement ha desbordat al propi museu.

L'acompanyament ha estat desigual perquè no hem volgut delegar feines en les quals creiem que el Museu hi havia de ser i, al mateix temps, el funcionament habitual de la institució havia de seguir. La celebració de Cervera Capital de la Cultura Catalana el 2019, va fer accelerar encara més el ritme del Museu, amb un any ple d'activitat, i amb un comissariat que va recaure, de forma coral, en la seva direcció.

Malgrat els endarreriments, continuem satisfetes d'haver optat per aquest plantejament, ja que el Pla Estratègic ens ha ajudat a conèixer-nos millor, ens ha permès conèixer els nostres públics de viva veu, ens ha posat un mirall davant per saber com ens veuen i com ens perceben i, finalment, ens ha donat les eines per començar a dibuixar nous escenaris.

Aquest llarg procés de reflexió i treball ens ha identificat clarament els àmbits temàtics forts, els principis que ens identifiquen i ens donen valor, i les llacunes que hem de reforçar. Ens ha ajudat, també, a (re)conèixer l'enorme potencial del Museu -molt en la línia de la manca d'orgull de pertinença detectada en els Plans Estratègics que defineixen la comarca de la Segarra. Un Museu que, per trajectòria de treball i per rellevància del seu patrimoni i història, pot i hauria de tenir un pes més significatiu en el conjunt del teixit cultural català. De fet, el Pla estratègic ha servit per detectar les moltes oportunitats que tenim per què així sigui.

En definitiva, un llarg procés que ens ha de permetre convertir aquest museu "petit" en un museu actiu, obert i rellevant per a la comunitat.

Carme Bergés, directora del Museu de Cervera.



# 1. SITUACIÓ DE PARTIDA

## DADES BÀSIQUES:

### **Museu Comarcal de Cervera**

Població: Cervera (9.066 habitants). Comarca: La Segarra.

### **Titularitat**

Pública: Paeria de Cervera.

### **Forma de gestió**

Gestió directa de l'administració local

### **Espais museístics:**

La seu principal del Museu és a la Casa Museu Duran i Sanpere, al carrer Major 115, que obre al públic tot l'any amb un horari establert regular.

- La planta noble és visitable amb visites guiades.
- A la planta baixa hi ha una sala d'exposicions temporals i una exposició de llarga durada sobre els pilots Márquez, més uns mòduls expositius (Cervera 1700) i un espai de recepció, petita botiga i lavabos.
- Al segon pis s'ubica l'àrea tècnica.

Un segon espai d'ús museístic s'ubica al Paraninf de la Universitat, i allotja una exposició permanent (Universio), només visitable puntualment ja que no té un horari d'obertura regular.

El Museu disposa d'una àrea de reserva al polígon industrial de Cervera, amb les col·leccions emmagatzemades.

### **Despeses**

176.337€ (2019)

D'aquest el 49% es va dedicar al personal, el 16% a la producció d'exposicions temporals i itinerants, el 5% a comunicació i publicacions, el 4% a acció cultural i educativa, el 4% a projectes de recerca i documentació de col·leccions i el 3% a gestió de col·leccions. La resta (el 19%) a aigua, energia, neteja, seguretat i vigilància, manteniment dels edificis, administració, assegurances i altres. El total del pressupost va disminuir un 4% respecte l'any anterior.

### **Personal fix**

2021: 3 persones: 1 directora (tècnic mig), 1 persona auxiliar administrativa (80% del temps), 1 persona auxiliar d'atenció al públic i vigilància (mitja jornada).

### **Suport extern**

Es contracta externament i puntualment per a tasques de documentació, conservació, comissariat, recerca i comunicació.

### **Nombre de visitants 2019 (exposicions, activitats pròpies i serveis museístics)**

17.252 visitants (increment d'un 24% respecte l'any anterior).

D'aquests: 1.134 són visitants escolars (increment d'un 140% respecte l'any anterior).

- 1.474 són visitants residents al municipi (estimació)
- 1.378 van visitar la Casa Museu
- 8.375 van visitar l'Exposició l'm 93
- 2.794 van visitar l'exposició de referència.
- 3.105 van visitar les exposicions temporals (8)

8.445 sessions al web (disminució d'un 30%) i 6.629 seguidors a les xarxes socials (7% d'increment).

### Col·leccions

Temàtica pluridisciplinària, amb orientació principalment etnològica i històrica. El Museu està format per tres col·leccions diferenciades:

1. Casa Museu Duran i Sanpere. Representa un exemple d'excepció de la quotidianitat de la burgesia de finals del segle XIX i XX en l'àmbit rural.
2. Museu del Blat i la Pagesia. Creat els anys 60 per Agustí Duran i Sanpere, és una de les col·leccions més importants sobre el món agrari a Catalunya abans de la industrialització. Tancat al públic.
3. Fons històric. Ric i heterogeni, vinculat molt especialment als dos moments més importants de la ciutat: l'època medieval (vila important) i l'època moderna (quan es converteix en ciutat amb la Universitat).

### Objectes del fons

5379 objectes (el 100% estan registrats i disposen de fitxa d'inventari general; el 98% de les fitxes disposen de fotografia, el 69% estan digitalitzades amb camps obligatoris, i el 21% accessibles a internet). 1257 publicacions a la Biblioteca.

### Recerca i publicacions

El Museu té una activitat de recerca i de publicacions continuada i en creixement, col·laborativa amb altres entitats del territori. Els dos focus més importants dels projectes de recerca dels darrers anys han estat la Farinera de Cervera i la Casa Duran i Sanpere. Amb un plantejament de memòria i societat, la recerca ha generat coneixement essencial per als continguts interpretatius del dos àmbits temàtics clau del Museu.

### Com es compara amb altres museus registrats de Catalunya?

D'acord amb la segmentació de museus per mides (Pla de Museus de Catalunya, 2017), el Museu de Cervera es situa en el tram de **museus mitjans-petits**. En formen part el 26% del total dels museus catalans registrats (34 en total). Altres museus del mateix segment són, per exemple: el Museu Comarcal de l'Urgell, el Musèu dera Val d'Aran, l'Ecomuseu de les Valls d'Aneu, el Museu de la Noguera, el Museu del Ter, o el Museu Etnogràfic de Ripoll. Respecte a aquests museus, tanmateix, el Museu de Cervera està a la banda baixa, molt a prop del llindar amb els museus petits, i en alguns indicadors clau és més similar als petits que als mitjans-petits.

### Xarxes museístiques a les que pertany:

- Xarxa de Museus i Monuments de Catalunya. Dins aquesta xarxa, el Museu forma part del grup de recerca Museus i Gènere.
- Observatori de Patrimoni Etnològic i Immaterial de Catalunya.
- Xarxa de Museus de les Terres de Lleida i Aran.
- Associació de Cases Icòniques de Catalunya.

### CONTEXT

*Segarra 2025, el Pla Estratègic per al Desenvolupament Local i l'Ocupació*, ha fet un diagnòstic de la comarca, amb una identificació col·lectiva de les problemàtiques i reptes més punyents que té plantejats el territori. Els grans reptes són els següents:

- El procés de despoblament comarcal: els petits nuclis de població es queden sense que ningú hi visqui.
- El procés d'envelliment de la població: planteja un repte majúscul per l'estructura del territori comarcal i l'accés a serveis.
- Identitat segarrenca escassament definida per la fluixa tradició de col·laboració entre municipis i per la baixa cohesió territorial.
- Baixa autoestima de la població en relació amb el sentiment de pertinença a una comarca amb un gran potencial, sense identitat.
- Tenim un enton i un paisatge secular que volem preservar, són actius únics que ens fan ser singulars.
- La invisibilitat de la Segarra, no som gaire coneguts en el territori català (com el Priorat, la Garrotxa, l'Empordà, la Cerdanya,...)

Aquest Pla aporta també unes intervencions de futur a partir de tres eixos estratègics:

- La Segarra, els 4 colors durant l'any. (turisme)
- La Segarra, serveis per a tothom.
- La Segarra, ruralitat XXI.

El Museu de Cervera es situa dins d'aquesta realitat i s'alinea amb aquestes prioritats estratègiques. Amb els seus recursos, amb la seva activitat de preservació i posada en valor del patrimoni, de dinamització cultural i social, i de forma col·laborativa amb els agents del territori, el Museu pot fer una contribució important a les necessitats de generar identitat, sentit de pertinença, orgull de comunitat, cohesió i integració social, i en les estratègies d'un desenvolupament local sostenible basat en els valors del paisatge, la cultura, el patrimoni i recolzant les iniciatives alternatives que aposten per una agricultura ecològica i més artesana i el turisme rural.

### **Del Diagnòstic de Segarra 2025, extraient aquells punts més rellevants per al Museu:**

#### **Població, estructura demogràfica, mobilitat.**

- La Segarra té una població de 23.052 hab (2019), i una densitat de 31,9 hab/km<sup>2</sup>. El creixement demogràfic de la Segarra ha estat dels més elevats de la província de Lleida, tot i que s'estanca després de la crisi econòmica.
- La piràmide poblacional indica un cert envelliment de la població. És la dotzena comarca de Catalunya amb un índex d'envelliment més elevat. També hi ha un estancament de la població jove.
- És la comarca de Catalunya amb un percentatge més elevat d'estrangers, que conformen el 25,2% de la població total. La població estrangera es caracteritza per ser predominantment jove i estar en edat de treballar. Es concentra sobretot entre els 30 i els 50 anys. Hi ha més homes que dones. El gruix prové d'Àfrica i d'Europa. En menor mesura també rep immigració d'Amèrica.
- Existeixen col·lectius socials en risc d'exclusió: cal més formació per a la inserció laboral (llengua i habilitats).

- La majoria de la població es concentra als municipis de Cervera i a Guissona, i en menor mesura a Torà i a Sant Guim de Freixenet. La dispersió de la població en nuclis petits dificulta la mobilitat d'habitants que no tenen vehicle propi, però s'estan fent proves pilot amb transport a demanda.
- És una comarca amb un alt nombre de persones ocupades, majoritàriament homes. Però el 81% dels nous contractes laborals són de caràcter temporal. S'observa una reducció de l'atur en totes les franges d'edat (en menor mesura entre els joves).
- L'envelliment de la població, combinat amb un poblament en petits nuclis, és un condicionant negatiu per a la gent gran, perquè es produeixen situacions de soledat no desitjada i d'abandonament forçat dels pobles per manca de serveis de transport públic, entre d'altres.

### **Economia**

- El sector econòmic que genera més valor afegit a la Segarra és la indústria, i en menor mesura, el sector serveis. Contràriament al que es pot pensar, la Segarra és una comarca més industrial que no pas agrícola.
- La indústria predominant és el sector de l'alimentació i productes elaborats, sens dubte a causa del gran pes que té BonÀrea. Dues de les tres empreses líders de la comarca corresponen al complex industrial, agrícola i ramader de Guissona. La majoria d'empreses, però, són de mida reduïda. Hi ha una gran dependència del territori cap a l'empresa bonÀrea, i una falta de diversificació de l'activitat econòmica.
- Cervera ocupa un espai de centralitat dins la comarca com a nucli de serveis i capitalitat, mentre que Guissona com a nucli industrial i d'ocupació. Això implica la concentració de l'oferta de treball i l'activitat econòmica en dos centres clarament diferenciats de la resta del territori, que són nuclis de mida reduïda i poques oportunitats econòmiques.
- Hi ha un èxode constant de població que migra dels municipis petits cap als grans, o fins i tot cap a comarca més poblades, on hi ha més oportunitats. El desenvolupament local de la Segarra passa per revertir aquesta tendència i retornar part del protagonisme a municipis petits i dispersos.
- Hi ha poca oferta laboral fora de Guissona i Cervera. Els joves qualificats no tenen massa oportunitats. Hi ha pocs incentius per emprendre com a pagès (falta assessorament i seguiment). Caldria incorporar nous models de gestió en matèria de relleu generacional en l'àmbit de la pageia i la propietat de la terra.
- Segons els municipis, en el conjunt comarcal, els principals recursos per a la dinamització econòmica es troben en l'existència d'un potent teixit associatiu de base cívica i ciutadana, en l'existència de productes alimentaris artesans i en el teixit industrial. Hi ha molt camí a recórrer en les noves tecnologies: cal que l'internet i la cobertura arribin a tot el territori, incloent els nuclis petits.
- L'aliança entre el comerç urbà tradicional que encara sobreviu en pocs nuclis urbans amb els productors locals artesans i agroalimentaris té molt potencial. Possibilitat de vincular el turisme com un complement a l'agricultura, la ramaderia i la indústria agroalimentària.

### **Turisme, Cultura, Natura, Paisatge.**

- Malgrat el nombre de places d'hotel, hostals i pensions mostra una davallada, el turisme rural creix amb força després de la crisi econòmica, tot i que els darrers anys sembla estabilitzar-se. La Segarra aposta pel turisme local i de proximitat, degut en part a la seva gran oferta de patrimoni d'interès cultural, històric i natural.
- El turisme rural té molt recorregut: el paisatge és un element que tenen en comú tots els municipis. Actualment l'oferta turística rural la conformen les diverses cases de pagès, masies i masoveries de la comarca. Hi ha 372 places de turisme rural en 46 establiments arreu del territori.
- Cal planificar un turisme sostenible i responsable. Hi ha un cert consens de que el model turístic de futur ha de ser sostenible, que preservi el paisatge i els seus valors naturals i culturals i millori les condicions de vida locals.
- S'han identificat com actius l'associacionisme de la població i l'elevada participació en esdeveniments de la cultura popular. Però no existeix una agenda comuna d'esdeveniments del patrimoni cultural, natural i del comerç local que combini els tres elements. Tanmateix, l'existència de recursos en esports, patrimoni natural i històric, si es combina amb les TIC, és un actiu per crear nous recursos turístics.
- Es considera de vital importància la dinamització i promoció del comerç local a través d'incorporar productes Km0 per reivindicar la manera de viure i de relacionar-se i/o recuperar el debat d'obrir en cap de setmana, amb la voluntat d'acompanyar l'estratègia turística.

- Ja hi ha una certa experiència d'iniciatives que vinculen la producció agroalimentària local de qualitat i els valors naturals i patrimonials de la comarca com a oferta turística, però cal donar-hi més robustesa i assegurar-ne la continuïtat. Són experiències de producció i comercialització basades en vivències i identitat.
- La gestió ambiental i natural del paisatge està pendent, no només en la promoció de les vies verdes, cabanes de volta i parcs naturals, sinó també en matèria de gestió dels purins o abordant la qüestió de les energies renovables de manera conjunta, sense hipotecar el principal recurs de la Segarra que és el paisatge.
- *“Els que hi vivim no ens criem el nostre potencial turístic, no sabem donar valor al que tenim.”* També costa sortir de la zona de confort -l'actitud és reticent, de preservar abans que obrir-ho al turisme. Hi ha una tradicional reticència a rebre els forasters en clau positiva.

### **Identitat i projecció comarcal. Dinàmiques territorials.**

- Com a feblesa, la Segarra és una comarca desconeguda amb un auto reconeixement i identitat fràgil, cosa que dificulta l'endegament de nous projectes i dificulta aglutinar esforços supramunicipals. No hi ha col·laboració intermunicipal. Manca una visió global de comarca i una estratègia de Territori Socialment Responsable.
- Com a fortalesa, en l'imaginari col·lectiu, la Segarra és una comarca aïllada, perduda i que conserva el caràcter rural: aquesta percepció pot ajudar a vendre-la com una comarca turística o per establir-hi i fer un canvi de vida.
- El caràcter rural del territori segarrenc i el seu medi ambient -marcat per l'agricultura de secà, el poblament en petits nuclis de població i el fort component d'un paisatge encara preservat- té tots els potencials intactes per generar un recurs que la societat valori per contrarestar la vida urbana i els processos d'urbanització: tranquil·litat, vida en relaxament, contacte amb la natura, accés a productes agroalimentaris de proximitat, gaudir del paisatge.
- Ja hi ha una reflexió sobre la importància del paisatge (gràcies a entitats com el Fòrum Espitllera) com a recurs i com a fortalesa per a la generació de riquesa i atractivitat, i aquesta és una qüestió compartida per tots els agents.
- La gestió de la diversitat cultural és una assignatura pendent. Caldria construir col·lectivament un nou paradigma perquè hi hagi un moviment transversal entre cultures i passi a ser un valor local. Cal aprofundir en la definició de la identitat comarcal en termes de justícia social, accessibilitat i igualtat d'oportunitats.

### **Les consultes realitzades durant el procés de planificació estratègica del Museu de**

**Cervera** han recollit percepcions i opinions positives respecte el paper del Museu en aquest context. Amb projectes com el Museu del Blat o la dinamització del Barroc a Cervera i a la comarca, s'espera que el Museu faci un paper divulgador dels valors del paisatge i del patrimoni, generador de consciència i i espai de trobada per aglutinar agents, debatre temes i impulsar iniciatives. Agradeix molt la idea del Museu com a espai de trobada o plataforma, que reuneix els actors culturals, econòmics, socials, educatius, etc. amb ganes d'avançar i fer coses. El Museu pot afavorir que puguin apropiarse'n per desenvolupar projectes i créixer, pot jugar un paper de nexa i de facilitador, i crear comunitats d'interès al voltant de temes que són importants per la ciutat i la comarca.

Una línia clara d'acció territorial orientada al desenvolupament sostenible és el projecte del futur Museu del Blat amb un model comunitari. On el Museu es pot aliar amb cooperatives o iniciatives d'agricultura i ramaderia sostenible, molts amb certificació ecològica, de ruralitat emergent, que contribueixen a la preservació del paisatges i a mantenir l'activitat agrícola tradicional, i amb els elaboradors artesanals que fan un producte de valor afegit. A la Segarra n'hi ha molts, dedicats a la producció de cereals (blat, ordi), del vi, dels llegums (el cigronet de l'Alta Segarra), formatges, etc. El Museu pot incidir i sumar esforços en donar a conèixer el producte artesanal local, divulgar el producte de proximitat i debatre sobre l'agricultura i l'alimentació sostenibles, sobre la sobirania alimentària, etc. Pot fer d'incubadora, amb un paper de suport i d'empènyer i formar gent per emprendre i consolidar projectes d'aquest tipus, i també de promoció i de comercialització.

Davant del fet que el sentiment de pertinença i d'identificació amb el territori són difusos, el Museu pot fer un treball clau d'implicar la comunitat en la reflexió i construcció d'una identitat segarrenca.

### TENDÈNCIES EN L'ÀMBIT MUSEÍSTIC

#### **El museu social**

El concepte de museu està en evolució. Una tendència que està guanyant força, arreu, és el paper social dels museus. Organitzacions i professionals entenen que el paper dels museus va més enllà de les funcions tradicionals de custòdia, preservació i interpretació del patrimoni, i posen el focus en la funció social, que busca donar resposta als reptes del moment i tenir un impacte positiu en la vida de les persones, de les comunitats, de la societat i del medi ambient. Fent tot això de forma col·laborativa, implicant els grups d'interès per crear valor conjuntament. Es tracta de que el museu sigui percebut com rellevant i ben valorat per àmplies capes de la societat, i no només pel segment, educat i benestant, al que pertanyen els usuaris tradicionals de museus.

El museu ha de ser un centre generador d'activitats i d'oportunitats de participació i d'aprenentatge per a un públic divers. Això demana una forma de programar diferent, que parteix d'un bon coneixement de les necessitats i de les motivacions dels diferents tipus de públic, que mira de pensar col·laborativament amb els públics els serveis, els continguts i les activitats que les adrecin, i després n'avalua l'efectivitat i la satisfacció. En els relats i la programació el museu ha d'obrir-se i incorporar la complexitat, la multiculturalitat i la diversitat de la societat, treballar amb d'altres disciplines i esdevenir espai de debat que permeti la controvèrsia.

Té un paper comunitari vital. Està en sintonia amb el seu entorn més proper, esforçant-se per ser un bon veí, sensible i atent a les necessitats de la comunitat, a les que mira de donar resposta. Ara, amb la pandèmia, vol tenir un paper en la reconstrucció de la seva comunitat. Per facilitar l'obertura, el museu ha de ser un espai de trobada i de participació, per això els edificis han d'incloure espais lliures que afavoreixin les relacions socials, i espais de discussió de les idees. A nivell organitzatiu, l'estil de lideratge ha de ser inclusiu, l'equip ha de treballar transversalment i ha de permetre la participació dels usuaris en els processos de planificació, de programació i de disseny de projectes. Això demana passar d'un sistema jeràrquic a un model de governança participativa.

A Catalunya, el Pla de museus marca noves prioritats en la política museística i aposta pel museu social: que els museus es repensin en termes de compromís de servei públic i del seu paper en el món d'avui, i posin al centre els públics i les comunitats.

#### **El canvi educatiu**

L'escola catalana està entrant en un procés de canvi educatiu esperançador i els museus estan ben posicionats per connectar amb les noves necessitats de les escoles. Iniciatives com Escola Nova 21 i els nous currículums amb plantejament competencial del Departament d'Ensenyament afavoreixen nous plantejaments i metodologies d'aprenentatge actives que superen el treball tradicional a l'aula. Els museus poden proporcionar l'aprenentatge immersiu, d'experiència, interdisciplinari, contextual i competencial, que tant interessa ara. A més, moltes escoles estan començant a treballar per projectes i els interessa un tipus de relació més col·laborativa i llarga en el temps, que no una sortida puntual. El servei educatiu dels museus tindran un paper més central del que ha tingut fins ara en l'aprenentatge dels alumnes i la millora de l'educació del país.

El Museu de Cervera ja està adoptant aquesta tendència, actuant com a recurs per a les escoles locals, amb projectes col·laboratius innovadors, de llarga durada i plantejament competencial.



### Els objectius de desenvolupament sostenible i la contribució dels museus.

L'any 2015 les Nacions Unides van aprovar L'Agenda 2030 de Desenvolupament Sostenible, i 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) –objectius universals, integradors i ambiciosos– que guien la implementació de l'Agenda 2030. Aquests objectius es proposen abordar els problemes més importants del món, i inclouen temàtiques que van des de la pobresa, la fam, la pau, la salut, l'educació, les desigualtats, la inclusió, la prosperitat econòmica, la protecció del planeta, la lluita contra el canvi climàtic, les ciutats i els territoris, l'energia, el consum i la producció sostenibles i la governança.

Uns objectius que apel·len a totes i cadascuna de les persones, organitzacions i sectors a afegir-se a l'esforç d'aconseguir assolir-los.

Els 17 objectius estan orientats a l'acció i són concisos, fàcils de comunicar i aplicables a tots els països, a les diferents realitats i diferents nivells de desenvolupament.



Els museus s'estan sumant també als esforços internacionals i nacionals d'adreçar proactivament la sostenibilitat, començant per donar a conèixer aquests ODS, fer-los entenedors, construir ponts amb les vides de la gent, i implicar els ciutadans i altres agents. Poden contribuir als ODS de múltiples maneres, mitjançant el seu relat expositiu, la interpretació de les seves col·leccions, la seva programació d'exposicions i d'activitats, els seus partenariats i col·laboracions, el seu propi exemple de gestió dels recursos en els edificis, instal·lacions o espais externs, o el seu activisme. Poden ajudar als ciutadans a entendre millor els temes i problemes que aborden aquests objectius, i a inspirar l'acció individual i col·lectiva. Hi ha set àrees d'activitat clau amb les que poden contribuir especialment:

1. Protegir i salvaguardar el patrimoni cultural, dins el Museu i fora.
2. Oferir i recolzar oportunitats d'aprenentatge en suport dels ODS.
3. Facilitar la participació cultural per a tothom.
4. Donar suport al turisme sostenible.
5. Afavorir la recerca en suport dels ODS.
6. Orientar la gestió interna en suport dels ODS.
7. Orientar les col·laboracions i partenariats cap als ODS.

L'any 2015 l'ICOM argumentava que *"en el present, la humanitat ha d'adoptar formes de vida i de desenvolupament compatibles amb els límits de la natura. La transició cap a un tipus de societat sostenible passa per la invenció de nous mètodes de pensament i d'acció. En tant que promotors de desenvolupament sostenible i autèntics laboratoris de pràctiques exemplars, els museus actuals tenen un paper essencial en aquesta transició i han de consolidar la seva posició i fer escoltar la seva veu en aquest context."* Aquest paper l'ICOM el situa en la conscienciació del públic sobre la necessitat d'una societat menys malgastadora, més solidària i que aprofiti els recursos d'una manera més respectuosa amb els sistemes biològics.

### **L'economia de l'experiència**

Avui dia la gent valora més fer coses que comprar coses, i potser valora més la vida real que el temps de pantalles. Els museus poden oferir experiències excel·lents, immersives, amb coses reals que agraden i impacten a la gent. Especialment per a les famílies, però també per a tots aquells que volen fer fotos i compartir la seva experiència a les xarxes socials (època de l'Instagram), i per als que volen socialitzar, i en general comportar-se diferent a la del visitant tradicional de museus. Amb la pandèmia, a més, les visites i sortides a l'aire lliure aporten experiències molt valorades. En general els museus estan posicionats per crear experiències d'interacció, de joc i de socialització si reforcen la seva dimensió més participativa i també les aliances amb altres agents de l'entorn (entitats, comerç, restaurants, etc) per crear experiències que atreguin a públics nous.

### **Museus pop-up**

Un *pop up museum* és una exposició temporal creada per gent que ve a participar. Funciona escollint un tema i un lloc i aleshores convidant a la gent a portar un objecte sobre el tema per compartir, com una mena de '*ensenya i explica* comunitari'. Cada participant escriu una cartela per al seu objecte i el posa en exposició. Normalment dura unes hores en un dia determinat, i es centra en reunir a la gent per conversar a través d'històries, de l'art, i dels objectes. Es pot fer en un espai públic. En una botiga. En un bar. En un lloc i una hora convenient per a la gent. Val la pena treballar en col·laboració amb una altra organització, per arribar a nous públics, i tenir més mans per organitzar-lo. És una ocasió de treballar amb grups locals. Cal convidar la gent. Comunicar a les xarxes, al lloc web i la newsletter. També a la premsa local. Cal senyalitzar-ho i fer córrer la veu.

És bo oferir coses per picar i potser música, per trencar el gel i que la gent s'animi. La facilitació és molt lliure. La gent entra i surt, llegeix, escolta, comparteix històries. Tot es pot tocar. Els participants connecten. Es poden fer fotos. Agafar un fulletó del pop-up. Explicar l'experiència a les xarxes.

### **El museu digital**

La tecnologia és un element central de canvi al museu, si va acompanyada de pensament estratègic, actitud d'innovació i una cultura organitzativa adequada. Aporta oportunitats de renovar el museu en molts fronts. Permet crear noves experiències en el públic, enriquir la visita, afavorir la participació, incrementar l'accés, connectar... Digitalitzar les col·leccions i el coneixement del museu és un pas imprescindible per donar un accés ampli a ciutadans i investigadors. Un element de transformació radical són els continguts oberts, que pot ampliar l'impacte de forma important.

Les xarxes socials afavoreixen i transformen la comunicació del museu, permetent una interacció personal i directa amb els usuaris, fora del museu, i a totes hores. Una tendència és actuar com a canal mitjà. L'internet ha fet explotar el model tradicional dels mitjans, amb una proliferació de proveïdors de continguts dirigits a gustos populars o de nínxol (hi ha un canal de youtube per cada tema d'interès). Els museus poden aportar valor llançant canals de contingut digitals propis, que fins i tot poden generar ingressos (en publicitat, partenariat, venda de producte online, etc). Un tema com l'alimentació saludable o les motos... tenen comunitats d'interès amb les que connectar.

La pandèmia ha reforçat la necessitat de crear continguts digitals per comunicar-se amb el públic, i ha portat innovacions en solucions digitals per a la col·laboració, la prestació de serveis, l'educació i la venda online, entre d'altres. En el curt i mig termini, un ús ben pensat de la tecnologia digital pot ser essencial per sobreviure, no perdre públics, crear-ne de nous i generar ingressos.



## DAFO

L'anàlisi de forteses, febleses, oportunitats i amenaces permet la identificació de necessitats, problemes potencials i temes crítics que ha d'abordar el pla estratègic. Les forteses i febleses són internes, i les oportunitats i amenaces són externes i fora del control del Museu, però l'afecten.

### FORTALESES

- Dinamisme i creativitat de la direcció. Aporta credibilitat i reconeixement professional.
- Innovació museològica: mirada de societat, perspectiva de gènere i diàlegs.
- Implicació en la comunitat i la cultura local.
- Els actius patrimonials del Museu, i la figura de Duran i Sanpere, el seu creador.
- Els actius patrimonials, culturals i paisatgístics de Cervera i de la Segarra.
- Un cos de recerques importants, en quantitat i qualitat.
- La ubicació de les seus en punts neuràlgics de la ciutat: al Carrer Major, a la Universitat i a La Farinera.
- Popularitat i atractiu de l'exposició sobre Marc Márquez, que aporta públic.
- El vincle amb els germans Márquez pot aportar suport.
- Les col·laboracions establertes amb experts d'art Barroc.
- Acció educativa ben implantada a la comunitat.
- Treball en xarxa, a nivell nacional.

### OPORTUNITATS

- Futura possible reestructuració per reforçar de la capacitat municipal en cultura.
- La rehabilitació i reús de l'edifici de la Farinera
- Els actius patrimonials de Cervera.
- La marca cultural de Cervera que s'està gestant (Capital de la Cultura Catalana i 1000 anys de Cervera)
- Desenvolupar el paper territorial del Museu, a partir de la temàtica rural i del Barroc
- Potencial del turisme cultural i rural a Cervera i la Segarra.
- El Departament de Cultura impulsa el projecte museístic Territori Barroc i el programa Aljames de promoció del patrimoni jueu de Catalunya.
- Col·laboració amb el museus de l'entorn, per ajuntar esforços i impulsar serveis mancomunats.
- Col·laboració amb el Servei Educatiu de la Segarra i les escoles locals.
- Existència de fons europeus per a projectes de desenvolupament local i sostenibilitat

### FEBLESES

- Dèficit greu de personal. Insuficient per la missió d'un museu avui, i per complir la Llei de Museus.
- Conceptualment el Museu és dispers, es percep com un 'calaix de sastre'.
- Horaris d'obertura molt restringits a la Casa Museu i a la Universitat (exposició Unversio), i baix nombre de visitants.
- Col·leccions històriques desmantellades i tancades al públic.
- Col·leccions en risc. El magatzem no compleix les condicions de conservació i seguretat.
- Limitacions d'espai molt importants. Els espais de la Casa Duran són reduïts i alguns inadequats
- L'exposició Márquez condiciona molts aspectes de la percepció i el funcionament del Museu.
- Autonomia de gestió limitada.
- Recursos econòmics escassos.
- La funció de gestió de col·leccions no està desenvolupada.
- El paper comarcal no s'ha desenvolupat plenament.

factors  
interns

### AMENACES

- Falta de planificació de ciutat a llarg termini en relació al patrimoni i la cultura.
- En els darrers anys altres prioritats culturals han passat per davant del patrimoni
- Descoordinació entre regidories i sectors propers al municipi.
- La gent de Cervera no és emprenedora al voltant de la cultura i el turisme cultural
- Els canvis en el sector públic afecten als museus.
- Nova crisi econòmica provocada per la pandèmia,
- El carrer Major, on se situa el Museu, en declivi.
- Dificultat d'arribar a acords per a l'ús de l'edifici de la Universitat.

factors  
externs

### FORTALESES

#### **El dinamisme i la creativitat de la direcció.**

Capacitat de generar nous projectes i de portar-los a terme, demostrada amb anys d'experiència i una extensa xarxa de relacions professionals i dins de la comunitat. Credibilitat professional a la ciutat i dins la professió que aporta reconeixement al Museu.

**Innovació museològica** en la interpretació i la programació de la Casa Museu. Pioner en la mirada de societat, en l'aplicació de la perspectiva de gènere, seguint principis d'igualtat i feminismes, i en comissariats artístics que estableixen un diàleg amb la Casa Duran. Projectió professional i a la premsa.

**Implicació amb la comunitat i la cultura local.** El Museu té una actitud oberta i de servei a la ciutat. Molt ben connectat amb la vida cultural local, és conegut i valorat (sovint les entitats "el van a buscar"). Col·labora amb el Conservatori, les escoles i instituts, entitats de cultura popular i altres.

#### **Els actius patrimonials del Museu i la figura de Duran i Sanpere, el seu creador.**

La Casa Museu i el fons d'objectes i documents, que abarquen un marc cronològic molt ampli, que permet explicar històries de molts segles de Cervera, La Segarra i Catalunya, especialment de l'època barroca.

#### **Els actius patrimonials, culturals i paisatgístics de Cervera i de la Segarra.**

Conjunt excepcional, que inclou urbanisme, arquitectura, festes, el paper clau en la història medieval (naixement de la Generalitat) i moderna (Universitat) de Catalunya. Un paisatge agrari identitari ('el graner de Catalunya').

**La ubicació de les seus del Museu.** La Casa Museu al centre de la Ciutat, a l'eixample medieval, en ple nucli històric. L'exposició Universio dins el Paraninf de la Universitat. El futur espai de la Farinera, a tocar de l'estació i l'Eixample. Les tres en punts neuràlgics i de pas de la vida cerverina.

### FEBLESES

**Dèficit greu de personal.** Els recursos humans són totalment insuficients per la complexitat de funcions d'un museu avui. Un equip format per una direcció i tres auxiliars amb dedicació molt parcial, no compleix els mínims requerits per la Llei de Museus ni és coherent amb el valor patrimonial de Cervera ni amb la categoria de museu comarcal. Falta equip tècnic i falta personal d'atenció al públic.

**Conceptualment el Museu és dispers, es percep com un 'calaix de sastre'.** Els àmbits temàtics (Casa Museu, Cervera 1700, Universio, antic Museu del Blat, antic Museu Històric) no estan articulats entre ells. Això resta força al seu posicionament.

**Horaris d'obertura molt restringits** de la Casa-Museu, de l'exposició a la Universitat i de tots els llocs patrimonials de la ciutat, a causa de la falta de personal d'atenció al públic per obrir, fer visites guiades i alhora atendre la taquilla (el Museu va perdre una persona a recepció, de l'oficina de turisme, en els anys de crisi). Aquesta situació no permet fer un bon paper turístic per atendre les persones que visiten Cervera. En conseqüència, **el núm. de visitants és molt baix.**

**Col·leccions històriques desmantellades i tancades al públic.** Les col·leccions de l'antic Museu del Blat (reunides en origen gràcies a la participació popular, i trobades a faltar per la comunitat), i bona part de les d'arqueologia, d'art i d'història, estan emmagatzemades (embolicades) i no són accessibles. Així, els relats sobre la història de la ciutat i sobre la comarca rural, fa anys que no s'expliquen.

**El fons emmagatzemat està en risc. L'espai de reserves no compleix les condicions de conservació i seguretat.**

**Els espais de la Casa Duran són reduïts i alguns d'ells són inadequats** per a les funcions museístiques. L'espai d'exposicions temporals no reuneix les condicions, i falta espai per activitats. Els espais de treball estan molt envellits i necessiten ser dignificats.

### FORTALESES (CONT)

**Popularitat i atractiu de l'exposició sobre Marc Márquez.** Aporta un flux de visitants continuat, de persones que no són visitants habituals de museus. Aporta una projecció de Cervera i del Museu en un àmbit geogràfic ampli, a partir dels canals de comunicació de l'entorn Márquez. Tanmateix, l'exposició necessita ara una actualització i millora museogràfica per mantenir el seu atractiu.

**El vincle amb els germans Márquez** està ple de possibilitats que caldria aprofitar millor. Són un actiu important per atraure visitants al Museu, que poden créixer molt més. La seva organització pot aportar suport per millorar l'exposició, el servei públic i la comunicació del Museu. El seu contacte amb la Diputació de Lleida (amb la que col·laboren en el projecte "Moturisme Ara Lleida" del Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida) pot ajudar a trobar finançament per al creixement del Museu.

**Les col·laboracions establertes amb experts per a l'exposició 'Artesans del Barroc'**, que el Museu va organitzar durant la Capital Cultural de Cervera 2019 (amb investigadors i comissaris de l'ICRPC i del MNAC) han reforçat el posicionament de Cervera en els esforços de posada en valor del Barroc a Catalunya, i obert la porta a futurs dipòsits d'obres.

**Acció educativa està ben implantada a la comunitat.** Adreçada principalment als centres d'ensenyament del municipi i entorn, és molt valorada, sobretot per les oportunitats de projectes participatius que s'han realitzat.

**Treball en xarxa, a nivell nacional.** Amb una contribució rellevant i un paper proactiu en comissions i projectes. La Xarxa de Museus i Monuments d'Història de Catalunya, la Xarxa Territorial de Museus de les Terres de Lleida i Aran, l'Associació Cases icòniques i l'Observatori de Patrimoni Etnològic, genera oportunitats de recerca, difusió, projectes i incrementa la capacitat de treball i la visibilitat.

### FEBLESES (CONT)

**L'exposició Márquez condiona molts aspectes de la percepció i el funcionament del Museu.** Ocupa la part expositiva central de l'edifici (a la planta baixa), de màxima visibilitat, interferint en la interpretació i comprensió de la casa històrica. Confon algunes persones que perceben el Museu com 'el Museu Márquez', i no són conscients del seu paper cultural i cívic per a la ciutat. Desagrada a les persones que voldrien precisament potenciar aquest paper. Organitzativament, el personal d'atenció al públic dedica més hores a les taquilles per atendre els visitants a l'exposició, que a les visites guiades a la Casa Museu.

**Autonomia de gestió limitada.** L'any 2015 el Museu va deixar de ser organisme autònom (estava gestionat per un patronat amb personalitat jurídica anomenat Patronat Municipal Duran i Sanpere) per dependre directament de la Paeria. Ha perdut capacitat d'acció presupostària, de recerca i d'altres, tot i que també ha guanyat seguretat per l'aval pressupostari de la Paeria.

**Recursos econòmics escassos.** Això està vinculat a la capacitat econòmica de Cervera, que és limitada per ser una població de només 9.000 habitants -tot i ser capital de comarca. Impacta en la capacitat real d'atendre funcions bàsiques, com la documentació de col·leccions, i de condicionar l'edifici.

**La funció de gestió de les col·leccions** (documentació i estudi de les col·leccions, conservació preventiva, conservació-restauració), que és central en tot museu, aquí **no està desenvolupada**, només coberta puntualment i externament.

**El paper comarcal encara no s'ha desenvolupat plenament**, malgrat està reconegut per la Generalitat, i és dipòsit de les col·leccions comarcals. La poca acció del Museu en el territori impedeix recuperar el suport del Consell Comarcal, que va perdre fa uns anys.

### OPORTUNITATS (I POTENCIALS)

**Futura possible reestructuració per reforçar de la capacitat municipal en cultura.** Aprofitant la primera recuperació econòmica el consistori es planteja crear un gran Departament de Cultura municipal, amb un equip de treball transversal. Hi ha també un projecte de revisar els llocs de treball per regularitzar-los, que es pot aprofitar per adequar l'equip humà del Museu a les responsabilitats que es derivin del pla estratègic.

**La rehabilitació i reús de l'edifici de la Farinera.** Un edifici BCIN, actualment propietat de la Paeria i que havia format part del Sindicat Agrícola de Cervera i sa comarca. El projecte, pensat per a usos culturals i d'emprenedoria vinculats al desenvolupament econòmic i social en el món rural, ha estat impulsat per la Paeria i ha obtingut finançament del programa Leader. S'ha reservat un espai a la planta baixa i un petit pressupost per al Museu, per allotjar-hi un renovat Museu del Blat i per explicar l'edifici. Es redacta el Pla director de l'edifici amb participació activa del Museu.

**La marca cultural de Cervera** s'està gestant i el Museu hi té un paper clau. Una primera fita en aquesta direcció ha estat la **Capital de la Cultura Catalana 2019**. Una segona serà la **celebració de 1000 anys de Cervera el 2026**. Una aposta de la Paeria pel Museu ajudaria a consolidar aquesta marca associant-la al patrimoni i la història de la ciutat.

**Desenvolupar el paper territorial del Museu, a partir de la temàtica rural i de l'art i la societat del Barroc** (present en l'arquitectura i en la formació del paisatge agrari). És un potencial encara no realitzat, per falta de capacitat, i que es podria desenvolupar amb l'impuls de projectes de futur: recuperar el Museu del Blat (un tema altament rellevant en una comarca agrícola) i dinamitzar el patrimoni Barroc (present en tot el territori). Amb estratègies de col·laboració amb altres centres patrimonials i amb el Consell Comarcal.

### AMENACES (I RISCOS)

**Falta de planificació de ciutat a llarg termini en relació al patrimoni i la cultura,** per construir sensibilitat i inversions efectives. Des de fa anys preval el curt-termisme, l'actuació ha estat erràtica i s'han dispersat els recursos (per ex. amb el CAT). La programació de la Capitalitat de la Cultura Catalana (2019) no ha generat inversions de futur.

**En els darrers anys altres prioritats culturals han passat per davant del patrimoni.** El Conservatori, la festa i l'Aquelarre s'emporten actualment el gruix del pressupost o la prioritat de les inversions municipals en cultura. Fa uns anys el patrimoni era prioritari (es va invertir molt en rehabilitació del patrimoni arquitectònic) -però ja no.

**Descoordinació entre regidories i sectors propers al municipi.** Departaments de la Paeria que es podrien donar suport entre sí no ho fan. Després del desmantellament dels Patronats i organismes autònoms, com el del Museu, el de la Universitat i el del Centre Municipal de Cultura, el món cultural està fragmentat i faltat de recursos.

**La gent de Cervera no és emprenedora al voltant de la cultura i el turisme cultural.** Falta que la ciutadania i el comerç es creguin el potencial turístic i cultural de la ciutat. Hi ha més conservadurisme i escepticisme que persones emprenedores disposades a arriscar.

**Els canvis en el sector públic afecten als museus.** La reducció de finançament, unes estructures de recursos humans que s'aprimen, la necessitat d'externalitzar els equips, la dificultat de contractació amb la nova Llei de Contractació Pública estatal, etc. han empitjorat les condicions de treball i les possibilitats de creixement dels museus des de l'inici de la crisi. Pel que fa al finançament, després d'anys de caiguda, el 2014 es va produir un canvi de tendència, però les xifres de despesa encara no havien tornat als nivells immediatament anteriors a la crisi.

### OPORTUNITATS (CONTINUA)

**Potencial del turisme cultural i rural a Cervera i la Segarra.** Existeix un turisme familiar en augment, de cases rurals, i un cert creixement també del turisme d'un dia a la ciutat, que es podria allargar a pernoctar. L'Àrea d'autocaravanes ubicada al costat de l'oficina de turisme de Cervera (CAT) atrau també un segment a captar.

**El projecte Territori Barroc,** impulsat pel Departament de Cultura de la Generalitat i realitzat per l'ICRPC, posa en valor el Barroc a Catalunya mitjançant una xarxa al voltant del futur Museu del Barroc de Catalunya de Manresa. Situa Cervera com a node, pels seus valors i singularitat (l'arquitectura civil de la Universitat i l'art de l'alabastre).

**El Programa Aljames de promoció del patrimoni jueu de Catalunya,** impulsat pel Departament de Cultura. Cervera és un dels 15 municipis que hi participarà, junt amb els propers de Tàrraga, Balaguer i Lleida.

**Col·laboració amb el museus de l'entorn per ajuntar esforços i impulsar serveis mancomunats.** L'existència i bona disposició del Museu de la Vida Rural de la Fundació Carulla, a l'Espluga de Francolí, i del Museu Cal Trepal de Tàrraga, obre les portes a explorar projectes conjunts, i a pensar relats complementaris per al Museu del Blat. Amb els museus de la Xarxa de Museus de Terres de Lleida i Aran hi ha necessitats compartides en l'enmagatzematge i gestió de col·leccions, i bona disposició a mirar d'abordar-los de forma mancomunada.

**Col·laboració amb el Servei Educatiu de la Segarra i les escoles locals** en la realització de projectes i materials educatius. Hi ha un alt interès de la comunitat escolar. El Museu ja ha començat i ha de prosseguir.

**Existència de fons europeus per a projectes de desenvolupament local i sostenibilitat.** Possibilitat de sumar-se a projectes que prepari el Museu de la Vida Rural, que ho està treballant.

### AMENACES (CONTINUA)

**Nova crisi econòmica provocada per la pandèmia,** que ja ha portat a reduir els pressupostos públics de la Paeria, i podria reduir el finançament del Museu altra vegada.

**El carrer Major, on se situa el Museu, en declivi.** És la columna vertebral del nucli històric, i antigament era centre comercial, social i econòmic. Actualment, però, l'activitat econòmica és mínima (el tràfic s'ha derivat cap a la carretera i l'activitat cap a la zona d'expansió urbanística nova) i el carrer ha perdut vida i dinamisme, amb molts locals tancats i poc fluxe de persones. Això pot afectar al nombre de visitants al Museu, però alhora la seva presència i activitat pot contribuir a atraure gent i donar vida als carrers de forma continuada. Això demanaria obrir més hores (amb més personal, o potser reobrint l'antiga oficina de turisme al Museu, reformant la recepció com a espai d'acollida) i activar noves polítiques de participació.

**Dificultat d'arribar a acords per a l'ús de l'edifici de la Universitat,** que és propietat i gestionada per la Generalitat i s'utilitza amb fins escolars o com a dipòsit de biblioteques i arxiu. Les consultes realitzades no preveuen que a curt termini el Museu pugui utilitzar més que uns pocs espais limitats. Els usos escolars actuals impedeixen l'obertura als visitants durant la setmana. Tot això limita i alenteix l'aspiració de fer un ús museístic i turístic de l'edifici molt més ampli i intensiu.



### REPTES CLAU

#### **1- Normalitzar el Museu, desenvolupant les parts tancades i totes les funcions museístiques.**

Malgrat el dinamisme i qualitat de la direcció, la qual incideix principalment en la programació pública, molts àmbits de treball del Museu, no marginals sinó centrals, no s'han pogut desenvolupar plenament i de forma estable. És el cas de la gestió i conservació de les col·leccions, però també del desenvolupament de públics, la comunicació, la captació de recursos, i el desenvolupament expositiu dels àmbits temàtics del Museu actualment tancats. És prioritari desenvolupar els relats sobre la ciutat (posant el focus en l'època moderna), i sobre la Segarra rural (el Museu del Blat), de forma actualitzada, en plantejament, continguts i museografia. I també desenvolupar la funció de gestió de col·leccions per assegurar una correcta conservació dels fons, i garantint-ne l'accés públic.

#### **2- Augmentar la capacitat del Museu: més personal, més recursos i un horari més ampli.**

Al Museu, primer de tot, li falta estructura professional. És prioritari ampliar l'equip estable per poder garantir un funcionament correcte i poder impulsar els projectes estratègics. Cal personal tècnic amb competències per desenvolupar les funcions museístiques i els projectes de futur, i cal personal auxiliar d'atenció al públic, per poder cobrir més hores d'obertura i donar un millor servei als visitants i al turisme de la ciutat. Si bé és important fer un esforç de contractació per part de la Paeria, i tenint en compte la seva disponibilitat pressupostària, donades les limitacions legals a la contractació en el sector públic, caldrà combinar-ho amb l'externalització, compartint serveis amb altres equipaments o amb departaments de l'Ajuntament, buscant possibles col·laboracions amb altres institucions com el Consell Comarcal de la Segarra, aprofitant línies de subvenció per a personal (Garantia juvenil, entre d'altres), i també obtenir suport d'una xarxa d'amics del Museu que, des del voluntariat, puguin donar suport a tasques puntuals. Caldrà també buscar el suport de l'organització dels germans Márquez.

#### **3- Cohesionar conceptualment el Museu, per posicionar-lo.**

El Museu té cinc possibles àmbits temàtics, que són molt dispars: 1) Casa-Museu Duran i Sanpere, 2) El Barroc i la Universitat, 3) Exposició l'm 93 (Marc Márquez) i 4) Museu del Blat (tancat) 5) Museu Històric de la ciutat i la comarca (semi-tancat). És prioritari resoldre la dispersió actual i centrar un discurs que singularitzi amb força el Museu i projecti la singularitat i potència del patrimoni de Cervera i la Segarra. Pot ser possible desenvolupar tots els àmbits temàtics del Museu, però pensant en una evolució gradual, amb un horitzó a llarg termini, que tingui en compte espais museïtzats però també la presència al carrer (interpretació in situ, partint de l'experiència del projecte A peu de Museu) i la dimensió digital, i sempre des de la coherència amb uns principis d'actuació i uns valors propis. La visió és la d'una sola institució museu que gestiona espais i projectes, cadascun amb una personalitat diferenciada però que creen valor conjuntament.

### **4- Definir el paper del Museu per a la ciutat i per la comarca.**

El Museu, a partir del seu relat i dels seus actius, i d'un bon coneixement dels reptes de l'entorn, ha de definir quin és el seu paper i la contribució que vol fer a la cohesió social i el desenvolupament econòmic i turístic de Cervera i de la Segarra. És important que aprofundeixi en la seva funció social per donar resposta als reptes concrets, de present i de futur, de la comunitat. A més, com a Museu Comarcal és necessari que desenvolupi un paper de referent i motor de la dinamització del patrimoni a la Segarra. Un paper que li pertoca i que encara no ha realitzat mai de forma plena. Alineant-se amb agents clau i amb els plans i prioritats d'aquests per desenvolupar el territori. Recuperant el suport del Consell Comarcal que fa uns anys va perdre, que actualment estaria condicionat a que el Museu faci un paper territorial clar. En aquesta línia, en el futur el Museu podria entrar en el nou programa de la Generalitat i esdevenir Museu de Suport Territorial.

### **5- Remodelar els espais i usos de la Casa Duran per optimitzar l'edifici i resoldre dèficits.**

La Casa Duran té una ubicació idònia però necessita més visibilitat, més accés i més obertura al Carrer Major. La Casa Museu, que ofereix una immersió històrica a la vida privada de la burgesia rural als segles XIX i XX, i només és visitable amb guia, ha de poder ampliar els horaris de visita. L'Exposició l'm 93 (sobre els germans Márquez) ha de créixer, s'ha de promoure millor per ampliar públics i s'ha de resoldre el seu encaix amb el concepte museístic general. L'espai d'exposicions temporals s'ha d'arreglar per superar els desnivells que el limiten. Els espais de treball s'han de renovar, i cal trobar espais de treball per a escoles i per a xerrades. La recepció s'ha de fer més acollidora. És prioritari fer una inversió per reforçar aquest nucli d'activitat del Museu i resoldre totes aquestes qüestions, de manera que pugui realitzar el seu potencial.

### **6- Contribuir a la dinamització del centre històric, i en particular del Carrer Major.**

El Carrer Major, on s'ubica la Casa Duran, té una gran riquesa històrica i patrimonial però està actualment en situació de declivi comercial i pèrdua de fluxe de vianants. El Museu pot fer molt per contribuir a dinamitzar-lo. En primer lloc, pot actuar com a centre de serveis i d'interpretació per mostrar la Ciutat al turisme cultural. Pot explicar la història i el patrimoni del Carrer Major, i pot treballar l'experiència de visita de manera que un visitant de l'exposició l'm 93 o de la Casa Museu, es motivi a visitar i gaudir del nucli antic de la ciutat. Pot generar complicitats i aliances amb les altres altres cases històriques, els comerços i turisme, restaurants i allotjaments, de forma més intensiva que ara. En segon lloc pot actuar com a espai de trobada i participació sobre el futur d'aquesta part de la Ciutat, implicant els seus residents a debatre la situació i fer propostes de futur.

### **7- Desenvolupar un paper com a centre de dinamització turística de Cervera.**

Per al turisme, actualment falta un espai que actui de centre d'interpretació sobre la ciutat i la comarca, amb serveis (com per exemple lavabos) i mitjans atractius, com són els audiovisuals, per a una introducció accessible. L'oficina turística al Cat, als afores de la ciutat, no fa aquest paper. El Museu pot tenir aquest rol amb a la Casa Duran i també mostrar la ciutat sortint al carrer. El Carrer Major en concret és una línia contínua d'espais històrics i patrimonials, amb moltes històries per explicar. L'app que el Museu desenvolupa per fer una visita autoguiada pels carrers històrics de la ciutat ja és una acció important per abordar aquest repte, però també pot crear una oferta de visites

guiades i senyalització in situ. És clau que patrimoni i turisme estiguin molt més coordinats que el que estan ara, i que es treballi millor la comunicació.

### **8- Aprofitar l'oportunitat d'ocupar la Farinera amb un projecte d'impacte i ambició.**

L'Edifici de la Farinera, de grans dimensions (se'l compara amb una catedral) i alt valor històric i patrimonial (seu del Sindicat Agrícola de Cervera i sa comarca, d'estil modernista, obra de Cèsar Martinell), és propietat municipal des de 2002 i va ser declarat Bé Cultural d'Interès Nacional el 2003. Desocupat i sense ús des de fa anys, té una ubicació estratègica perquè connecta la ciutat històrica amb l'Eixample modern on viu la major part de la població, i això l'ha fet candidat de molts projectes que no han tirat endavant. La Paeria actual ha encarregat la redacció del seu Pla Director, que n'ha fet determinar els usos, i convertir l'edifici en un referent cultural. Tot i que cal esperar l'elaboració d'aquest document bàsic de definició, el Museu de Cervera avança, a manera de proposta a estudiar, la possible configuració del futur Museu del Blat en aquest espai, amb un projecte de caràcter comarcal i un abast nacional. En aquests moments la Paeria ha aconseguit finançament dels ajuts Leader, orientats al desenvolupament local en l'àmbit rural, per rehabilitar i climatitzar la planta baixa de l'edifici, incloent un petit espai destinat al futur Museu del Blat -amb grans possibilitats de creixement futur (guiat per les línies d'acció del Pla Director de l'edifici).

### **9- Ser un museu inclusiu, utilitzat per tota la comunitat i que implica la societat civil.**

El Museu ha d'avançar cap a ser molt més inclusiu, per arribar al ventall més ampli possible de persones que viuen a Cervera i als pobles de l'entorn. L'alt índex d'immigració a Cervera, al voltant d'un 25%, és un repte, però també la pobresa, les persones amb malalties mentals, etc. Per arribar-hi caldrà treballar en col·laboració amb altres agents locals, i des dels diferents àmbits del Museu, desenvolupant narratives i programes inclusius, fent recerca històrica i de memòria oral de la comunitat, generant continguts expositius amb la participació dels col·lectius implicats, etc. La perspectiva de gènere que promou el Museu, i que visibilitza la dona, és ja un recurs molt important per avançar aquest objectiu. En tot això cal una bona coordinació amb serveis socials, amb grups de la comunitat, un treball aprofundit i a llarg termini amb les escoles, i una estratègia d'implicació.

### **10- Col·laborar amb equipaments patrimonials, entitats i persones de l'entorn.**

Desenvolupar una estratègia de relacions amb els agents, equipaments i grups d'interès de la Segarra i comarques de l'entorn que treballen amb objectius compartits, per sumar esforços en iniciatives i projectes, coordinar-se, complementar-se i promoure serveis mancomunats per créixer de forma cooperativa. És prioritari desenvolupar partenariats estratègics amb l'Arxiu Històric i la Biblioteca (per desenvolupar continguts i serveis a l'edifici de la Universitat); amb els serveis que s'ubiquin en el nou equipament de la Farinera; amb el Castell de Concabella (del Consell Comarcal); i amb els museus Cal Trepat (Tàrrrega i de la Vida Rural (l'Esplugu). Cal continuar la relació amb el Conservatori, per audicions en actes del Museu, i potser obrir-ne una amb La Caserna, per desenvolupar visites teatralitzades.



## 2. MARC ESTRATÈGIC

### MISSIÓ I VALORS

#### La nostra missió

*La missió és la descripció de la nostra raó de ser, del perquè existim, el que fem, i com ho fem. La nostra singularitat. El valor que aportem als nostres públics i la nostra comunitat.*

Desvetllem l'interès per Cervera i per la Segarra, centrant l'atenció en les persones, en el patrimoni i en el paisatge, urbà i rural, que en fan un lloc especial i singular. Vinculem les històries i els contextos locals amb temes d'interès global i contemporani. Som:

- ▶ Una institució de memòria, que col·lecciona, conserva, documenta i representa la història, la cultura, i les experiències vitals de les comunitats que han viscut i viuen a la ciutat i la comarca.
- ▶ Un espai de participació cultural, que estimula la curiositat, la descoberta, la creativitat, la interacció i el gaudi entre els visitants, i implica i empodera la comunitat.
- ▶ Una institució educativa, que ajuda a les persones a aprendre i a créixer, i a tenir bona informació per a prendre decisions, tant sobre la seva vida, com sobre la ciutat i la comarca.
- ▶ Una institució social, que construeix relacions amb els diferents col·lectius de la comunitat, i hi treballa col·laborativament com a iguals.
- ▶ Un espai de trobada que promou activament el diàleg i la reflexió, utilitzant el passat per comprendre millor el present i ajudar a pensar el futur.

#### Els nostres valors i principis

*Els valors són els principis que ens guien en la nostra actuació i comportament, i allò en què creiem. Són també trets que ens posicionen i pels quals volem ser percebuts.*

- ▶ Posem la comunitat local i els públics al centre. Escoltem per conèixer necessitats i expectatives. Col·laborem i donem confiança.
- ▶ Fem accessible el nostre patrimoni per a tothom qui el vulgui descobrir i investigar. Posem els nostres recursos a disposició per crear exposicions i programes conjuntament.
- ▶ Aportem una mirada històrica centrada en la societat i la vida quotidiana més que en els grans fets, buscant fer aflorar històries ignorades o suprimides, i ampliar les veus marginalitzades.
- ▶ Treballem amb perspectiva de gènere i per a la inclusió de la diversitat cultural. Promovem l'equitat, per a la igualtat d'oportunitats.
- ▶ Afavorim la interdisciplinarietat en la programació, treballant amb les perspectives històrica, etnològica, artística i científica-tècnica, des d'una mirada de discussió contemporània.
- ▶ Utilitzem els comissariats artístics com a eina d'activació de la participació, el diàleg i la consciència social.
- ▶ Actuem amb integritat i transparència.

### VISIÓ 2030

#### La nostra visió de futur

*La visió és la nostra aspiració, un retrat imaginable de com volem ser en un futur.*

#### **L'any 2030... el Museu...**

- ▶ Està al cor de la comunitat. Ha crescut gràcies a moltes persones i entitats que participen en projectes comunitaris. Ha implicat les persones en els temes del moment i en els debats sobre el futur de la ciutat i la comarca. Ha utilitzat la història per enfortir i cohesionar la comunitat.
- ▶ Els diferents àmbits temàtics del Museu s'han desplegat i funcionen a ple rendiment, com mostra l'èxit de públic, el dinamisme de la programació i la implicació d'unes comunitats d'interès àmplies que s'han creat al seu voltant.
- ▶ Atrau un fluxe constant de visitants d'arreu que volen descobrir la singularitat del seu Barroc, gaudir d'una experiència social i gastronòmica arrelada a la terra i compromesa amb la sostenibilitat, fer una immersió històrica a la Casa Museu i al carrer Major, o admirar cerverins singulars.
- ▶ La diversitat de la població cerverina i comarcal s'hi sent representada, l'utilitza i se'l sent seu. Molts han tingut l'ocasió de participar i contribuir en l'elaboració de continguts i en la programació o la recerca del Museu. Aquestes persones mantenen la relació i recolzen el Museu.
- ▶ La Casa Museu ha passat a formar part activa d'una xarxa de caràcter nacional de cases museus. És reconeguda pel seu valor patrimonial i pels projectes amb art contemporani per un públic que supera les fronteres locals.
- ▶ Les instal·lacions de treball del personal i els espais de reserves i gestió de les col·leccions estan renovades i ofereixen unes condicions òptimes, satisfent les necessitats i requeriments vigents i les que es preveuen en la propera dècada.
- ▶ És un recurs d'aprenentatge molt valorat pels públics diversos, molt especialment per les escoles de la comarca, que cada any utilitzen el Museu per desenvolupar-hi projectes. Totes les escoles de Catalunya coneixen i poden utilitzar uns recursos digitals temàtics d'alt interès competencial.
- ▶ La gent de la ciutat i la comarca reconeixen el valor i contribució del Museu a crear 'sentit del lloc'. Comprenen que l'acció del Museu serveix al desenvolupament cultural, social i econòmic local, i per tant millora la qualitat de vida i el benestar de tots.
- ▶ La seva vocació territorial s'ha desplegat amb la coordinació i suport a equipaments i iniciatives de la comarca, mitjançant programes culturals, educatius, de conservació i de recerca que enriqueixen la vida de la comarca, i tenen un impacte positiu en persones, comunitats i paisatge.
- ▶ Ha esdevingut referent en la conservació i recerca del patrimoni cultural de la comarca. En custodia amb garanties els béns provinents d'intervencions arqueològiques, assessora al territori en temes de conservació, lidera projectes de recerca i n'exposa els resultats

***Contribueix a fer de Cervera i la Segarra un millor lloc per viure i per visitar.***

### **L'any 2030... *la Casa Duran...***

**Parla del passat, el present i el futur de la Ciutat, i explica històries de persones que han estat rellevants o que representen o exemplifiquen un context.**

Un lloc per conèixer persones i històries de la comunitat: qui era Duran i Sanpere, la trajectòria de Marc Márquez, les famílies burgeses del món rural, la perspectiva femenina, les formes de vida i els canvis socials del segle XIX i el pas al segle XX, i moltes altres coses. Un espai obert al Carrer Major, amb elements de comunicació, instal·lacions i activitats al llarg del carrer, i visites a d'altres espais patrimonials. Amb una entrada ben oberta, tothom hi és benvingut, acollit, i hi troba oportunitats de participació. Les exposicions mostren històries de la gent i del lloc, en el passat i en el present, i exploren els canvis i reptes del moment. Els seus continguts i activitats són atractius per un ventall molt ampli de la població i visitants, gràcies a una combinació de temes populars i altres més especialitzats, però que, conjuntament, creen un sentit d'identitat i pertinença. És un lloc que tothom que viu o visita Cervera vol veure, i amb qui tots els grups d'interès volen col·laborar.

### **L'any 2030... *la Farinera...***

**És visitable i acull el Museu del Blat, un centre comunitari d'exposicions, debats i activitats participatives al voltant de l'agricultura i l'alimentació sostenibles a la Segarra.**

És fruit d'un procés participatiu i col·laboratiu que ha aconseguit reunir els principals agents del territori compromesos amb una agricultura sostenible per treballar plegats i reflexionar sobre el passat, el present i el futur agrícola de la comarca. Durant tot l'any s'hi fan activitats de trobada, de debat, d'emprenedoria, i també experiències culturals i turístiques al voltant del pa. Allotja una mostra expositiva co-creada que ha portat l'antic Museu del Blat al segle XXI. El relat expositiu explora com l'agricultura ha conformat la identitat i el paisatge de la Segarra (*graner de Catalunya*) a través de les col·leccions i les històries de la gent, i presenta escenaris de futur sostenibles. Utilitza el bon pa i la gastronomia de proximitat per oferir una experiència vivencial i popular que atrau tant la gent del territori com les persones de tot Catalunya. Els espais més característics de la Farinera, i la maquinària que es conserva estan restaurats i són visitables amb un recorregut interpretatiu. L'equipament forma part de la xarxa MNACTEC i col·labora estretament amb el Museu Cal Trepal de Tàrraga per construir un relat del camp català abans i després de la industrialització.

### **L'any 2030... *la Universitat...***

**Acull l'exposició de referència sobre el Barroc a Cervera i la Segarra.**

És un dels nodes de la Xarxa Territori Barroc d'àmbit català i complementa el relat que s'articula al voltant del Museu del Barroc de Manresa i que s'extén a Solsona, Mataró i altres poblacions catalanes... Interpreta els valors únics d'aquest període a Cervera i la Segarra i estimula a sortir a descobrir-los pels carrers de la ciutat i pels pobles i paisatges de la comarca -els quals estan degudament senyalitzats i interpretats *in situ*, gràcies a les col·laboracions i partenariats del món local i comarcal. En el marc d'aquesta xarxa nacional, el Barroc de Cervera i la Segarra obté un reconeixement i projecció nacionals.

## IMPACTES

### Els impactes que ens proposem.

*El Museu posa els seus recursos i esforços al servei d'aconseguir...*

Paper	Impactes socials / valor públic
<b>1 - Memòria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Custodiar el patrimoni de forma efectiva, i fer-lo accessible.</li> <li>● Descobrir que el passat és rellevant per al món present.</li> <li>● Crear coneixement amb la participació de la gent.</li> </ul>
<b>2 - Comunitari</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ajudar a les persones a crear identitat i sentiment de pertinença.</li> <li>● Empoderar col·lectius, mitjançant participació i representació al Museu.</li> <li>● Construir xarxes de relacions que enforteixen la comunitat.</li> </ul>
<b>3 - Territorial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Relats que relliguen la comarca, a partir del Barroc i del Blat.</li> <li>● Espais patrimonials conservats, estudiats, interpretats i accessibles.</li> <li>● Actualització i projecció de la identitat agrícola de la comarca.</li> </ul>
<b>4 - Dinamitzador del Carrer Major</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Recuperar el fluxe de visitants amb una programació dinàmica.</li> <li>● Implicar els col·lectius de residents a pensar sobre el carrer.</li> <li>● Atracció d'emprenedors i obertura de nous comerços.</li> </ul>
<b>5 - Educador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Transmetre valors d'igualtat, diversitat, justícia social i sostenibilitat.</li> <li>● El Museu com una aula per a les escoles locals (El Museu és una escola).</li> <li>● Oferta d'oportunitats educatives per a totes les edats.</li> </ul>
<b>6 - Espai de diàleg</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Debats sobre l'impacte del passat en el present de la ciutat i la comarca.</li> <li>● Les diferents veus i perspectives dins la comunitat s'expressen i s'escolten.</li> <li>● Més pensament crític i més participació enforteix la democràcia.</li> </ul>

Contribucions als Objectius de Desenvolupament Sostenibles	ODS
Protegeix i salvaguarda el patrimoni, cultural i natural.	11, 15, 17
Posa en valor cultura i productes locals que impulsen el turisme sostenible.	1, 8, 11, 12, 17
Incentiva la participació cultural, la qual beneficia la salut mental i el benestar.	3, 10, 11, 17
Fa possible la participació i l'empoderament ciutadà.	1, 8, 10, 11, 17
Facilita el diàleg intercultural.	1, 4, 10, 11, 16, 17
Comunica informació important de forma innovadora i efectiva.	3, 4, 5, 12, 16, 17
Promou el canvi, i un diàleg més ampli sobre temes controvertits.	1, 3, 5, 10, 12, 16, 17
Promou el creixement econòmic sostenible i l'ocupació, urbà i agrícola.	1, 2, 5, 8, 9, 12, 17
Desenvolupa habilitats tècniques i artístiques per afavorir l'ocupabilitat.	1, 4, 8, 10, 17

### ODS on contribueix el Museu:

**1. Erradicació de la pobresa:** Posar fi a la pobresa en totes les seves formes a tot arreu.

**2 Lluita contra la fam:** Posar fi a la fam i la inanició, aconseguir la seguretat alimentària, millorar la nutrició i promoure una agricultura sostenible.

**3 Bona salut:** Garantir vides saludables i promoure el benestar per a totes les edats.

**4 Educació de qualitat:** Garantir una educació inclusiva per a tots i promoure oportunitats d'aprenentatge duradores que siguin de qualitat i equitatives.

**5 Igualtat de gènere:** Aconseguir la igualtat de gènere a través de l'enfortiment de dones adultes i joves.

**8 Ocupació digna i creixement econòmic:** Promoure un creixement econòmic sostingut, inclusiu i sostenible, una ocupació plena i productiva, i un treball digne per a totes les persones.

**9 Innovació i infraestructures:** Construir infraestructures resistents, promoure una industrialització inclusiva i sostenible i fomentar la innovació.

**10 Reducció de la desigualtat:** Reduir la desigualtat entre i dins dels països.

**11 Ciutats i comunitats sostenibles:** Crear ciutats sostenibles i poblats humans que siguin inclusius, segurs i resistents.

**12 Consum responsable:** Garantir un consum i patrons de producció sostenibles.

**13 Lluita contra el canvi climàtic:** Combatre amb urgència el canvi climàtic i els seus efectes.

**15 Flora i fauna terrestres:** Protegir, restaurar i promoure l'ús sostenible dels ecosistemes terrestres, gestionar els boscos de manera sostenible, combatre la desertificació, i detenir i revertir la degradació de la terra i detenir la pèrdua de la biodiversitat.

**16 Pau i justícia:** Promoure societats pacífiques i inclusives per aconseguir un desenvolupament sostenible, proporcionar a totes les persones accés a la justícia i desenvolupar institucions eficaces, responsables i inclusives a tots els nivells.

**17 Aliances per als objectius mundials:** Enfortir els mitjans per implementar i revitalitzar els partenariats per a un desenvolupament sostenible.



## PRIORITATS ESTRATÈGIQUES 22-25

### **PRIORITATS**

### **OBJECTIUS ESTRATÈGICS**

REFORÇAR EL NUCLI: EL PAPER I ELS ESPAIS DE LA CASA DURAN.

OE1. Consolidar la Casa Duran com la seu central del Museu, amb una infraestructura renovada, un relat de ciutat i una presència al Carrer Major.

REOBRIR UN MUSEU DEL BLAT ACTUALITZAT A LA FARINERA.

OE2. Convertir la Farinera en un centre museístic d'esperit comunitari que reivindica la identitat agrícola de la Segarra des de la sostenibilitat.

CREAR EL RELAT SOBRE EL BARROC A CERVERA I LA SEGARRA

OE3. Posicionar Cervera i el Museu dins el panorama nacional de posada en valor de la Catalunya Barroca.

AUGMENTAR LA CAPACITAT DE GESTIÓ DEL MUSEU.

OE4. Enfortir la capacitat organitzativa per estar millor posicionat per complir la missió i per desenvolupar els projectes de futur.

### 3. OBJECTIUS ESTRATÈGICS.

REFORÇAR EL NUCLI: EL PAPER I ELS ESPAIS DE LA CASA DURAN.

#### **Objectiu estratègic 1:**

**Consolidar la Casa Duran com la seu central del Museu, amb una infraestructura renovada, un relat de ciutat i una presència al Carrer Major.**

En temps de pandèmia i incertesa pel que fa a la disposició de recursos públics en els propers anys, val la pena apostar per concentrar els recursos en un equipament ja reconegut, central en la vida de la comunitat, i molt ben ubicat per als visitants de fora, però amb molts dèficits d'infraestructura. Invertir en millorar una dinàmica que ja és positiva, permetrà un rendiment superior dels recursos disponibles i assolir un major impacte. La intervenció més important és la reordenació i ampliació de la planta baixa, però també cal dignificar els espais de treball, i 'colonitzar' el Carrer Major.

#### **Objectiu específic 1.1:**

**Millorar, reordenar i optimitzar els espais de la Casa Duran, i ampliar-los amb un espai adjacent.**

La Casa Duran té el potencial d'actuar com a espai d'acollida, confluència i interpretació per descobrir i comprendre la pròpia Casa, la Ciutat, el territori i la seva gent -tot allò que dóna orgull a la ciutat. Es pot concebre com "la casa de tots", un lloc amb narratives i perspectives múltiples, que juntes creen una identitat cerverina, que és singular, inclusiva i diversa, d'interès tant local com turístic. A la planta baixa es reordenaran els espais expositius, s'obriran espais d'acollida i participació, i s'ampliarà amb la casa adjacent (actualment disponible, mitjançant lloguer). A la segona planta es renovaran els espais de treball intern i es creara un nou espai públic 'Duran i Sanpere' en l'espai de la seva biblioteca i un annex de la casa del costat (actualment tapiat).

#### **Objectiu específic 1.2:**

**Sortir al Carrer Major ('colonitzar-lo') per dinamitzar-lo, amb instal·lacions pop-up i activitats.**

El Carrer Major és un espai patrimonial de primer ordre, l'espina dorsal de l'eixample medieval que al llarg de la història ha acumulat un seguit d'edificis d'interès històric i patrimonial que són espais de significança històrica i cívica. Connecta l'edifici de la Paeria amb la resta de la ciutat i tradicionalment ha estat un nucli comercial. Tanmateix, actualment està en declivi. L'existència de moltes botigues tancades amb apadors buits, i d'espais públics que es poden dedicar a usos culturals són una oportunitat magnífica perquè el Museu surti al carrer i faci un paper dinamitzador que ajudi a la ciutat i l'acosti més a la gent. El Museu ja ha desenvolupat l'app 'A peu de Museu' amb rutes digitals, però farà molt més, desenvoluparà també una oferta de visita guiada presencial, promourà les visites a les altres cases senyoriales (Casa Dalmases, Casa Solsona, per exemple, amb les quals ja s'han iniciat contactes i activitats puntals de col·laboració), crearà paquets d'experiència cultural-gastronòmica amb Casa Dalmases, i potenciarà el carrer i la ciutat com un espai potent de cases obertes a la vista.

### Actuacions i projectes clau:

#### *Objectiu específic 1.1:*

**Millorar, reordenar i optimitzar els espais de la Casa Duran, i ampliar-los amb un espai adjacent.**

#### **A la planta baixa:**

- **Sala central: s'instal·larà una exposició permanent amb un relat que singularitzi i cohesioni el Museu com a espai de coneixement i descoberta de la ciutat.**

Ho farà a partir de la figura de Duran i Sanpere, donant a conèixer el seu paper impulsor del Museu i de l'estudi i patrimonialització dels recursos històrics de Cervera i la comarca (també de polítiques culturals nacionals), i honorant a la seva vocació de 'cicerone', l'exposició esperonarà al visitant a descobrir la ciutat i li proporcionarà eines per acompanyar-lo. Connectarà tots els àmbits temàtics a Cervera.

Posarà en valor Duran i Sanpere, la seva família i la seva casa. Ell com a persona estudiosa de la ciutat, de l'art medieval i barroc, i impulsor de la preservació del patrimoni que conserva el Museu (la casa, el museu del Blat i les obres d'època moderna), i tota la tasca de salvaguarda de molt del patrimoni artístic de la comarca de la Segarra durant la guerra civil, amb la seva recuperació i ingrés a l'incipient museu. També la important tasca d'àmbit català: la salvaguarda del patrimoni documental català durant la guerra civil, l'impuls d'equipaments com el Museu Etnològic de Catalunya, al Poble Espanyol, o l'Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona, el treball arqueològic en moltes intervencions arreu del territori i en l'estudi i divulgació de la història de l'art català.

Presentarà la casa com el punt de partida per anar a explorar la ciutat i la comarca, per descobrir els seus valors singulars. Com a espai d'acollida, amabilitat, descans, conversa i interacció.

- **Sala lateral esquerra, en edifici annex (núm. 111): s'instal·larà una exposició Márquez ampliada i renovada.**

Ampliació de l'exposició sobre els germans Márquez, incloent un relat nou que la connecti amb els valors del Museu. A més de les motes, trofeus i altres objectes de la trajectòria del campió, l'exposició tindrà un relat més complex i afegirà una dimensió educativa i d'inclusió social (tant en els continguts expositius com en l'oferta d'activitats educatives per a les escoles). L'espai està disponible per llogar, i s'espera que la Paeria faci el contracte i la despesa mensual.

- **Sala lateral dreta, amb dos nivells: l'actual espai es reformarà i dividirà en dos nivells per a dues funcions: exposicions temporals a dalt i reserves visitables a baix.**

L'actual espai d'exposicions, amb una llarga rampa que connecta els dos nivells, és inadequada per a la funció expositiva. La rampa s'eliminarà per crear dos espais en dos nivells diferents, units per una escala i un montacàrregues. L'espai de dalt seguirà dedicat a exposicions temporals, però ara més ample i sense desnivells. L'espai de sota s'adequarà per a reserves visitables.

- **Petit espai expositiu al lateral dret: es reconvertirà en espai expositiu participatiu, on el visitant podrà aportar idees, opinions o continguts.**

Aquest espai, que ja és expositiu, podrà funcionar per sí sol, concebut-lo com un espai de reflexió per abordar temes de l'actualitat, o bé podrà funcionar com a espai complementari de les exposicions temporals, aportant una experiència interactiva o creativa sobre la temàtica. En tots els casos inclourà dissenys participatius perquè el visitant aportï continguts o idees.



- **Petit espai al lateral dret, amb finestra al carrer: es reconvertirà en espai d'acollida per als visitants ('Taula oberta').**

Actualment dedicat a botiga i molt poc utilitzat, aquest espai es dissenyarà per permetre que els visitants s'asseguin al voltant d'una taula per planificar la seva descoberta de la ciutat. A la paret un plànol il·lustrat de forma molt actual i amb elements d'interès o reptes de la ciutat comentats, sentaria l'ambient i el to, visible des del carrer. Fulletons a disposició, wifi, papers i llapis.

- **Remodelació de la recepció, més oberta, accessible i visible des del carrer.**

Concebut com a espai d'acollida, per al Museu i per al turisme cultural de Cervera, amb transparència al carrer. Es reformarà per crear una porta diàfana que convidi a entrar al Museu, superant la foscor actual que no ajuda ni a localitzar el museu ni a percebre'l com un espai obert i de benvinguda. El taulell de recepció, actualment tancat amb vidre, es substituirà per un altre més obert, accessible i amable, amb una part dedicada a la botiga. S'instal·laran bancs o sillons per facilitar el descans i l'espera dels visitants.

### A la primera planta:

- **La Casa Museu com a experiència d'immersió històrica, amb una mirada reflexiva.**

És el resultat d'anys d'esforços en el condicionament, estudi i difusió de les dependències conservades de la família Duran. Representa un exemple d'excepció de la quotidianitat de la burgesia de finals del segle XIX i principis del XX. Posa l'accent en l'espai domèstic, el paper de les dones i la perspectiva femenina i de gènere. És actualment el principal actiu patrimonial del Museu i amb els anys ha esdevingut espai de referència en temes com:

- Perspectiva de gènere i relats inclusius.
- Museïtzació de la quotidianitat.
- Moble català i distribució d'espais.
- Burgesia catalana i món rural.
- Utilització i reivindicació de la microhistòria.
- Recuperació de memòria i espai de reflexió.
- Espai de creació artística (Diàlegs amb la Casa Museu).

Aquest espai no canvia, però es potencia l'horari d'obertura per donar un millor servei als visitants de Cervera.

### A la segona planta:

- **Espais de treball intern: renovació del despatx de direcció, sala de reunions, espai de treball, espai de consulta i biblioteca, lavabo.**

Són espais molt envellits i molt mal climatitzats que no ofereixen un bon entorn de treball per al personal i projecten una mala imatge del Museu en les persones externes que el visiten per motius professionals o per afers culturals de la comunitat. La possibilitat que els treballadors de l'àrea de Cultura i Festes de la Paeria s'hi traslladin és una oportunitat per renovar i dignificar aquests espais.

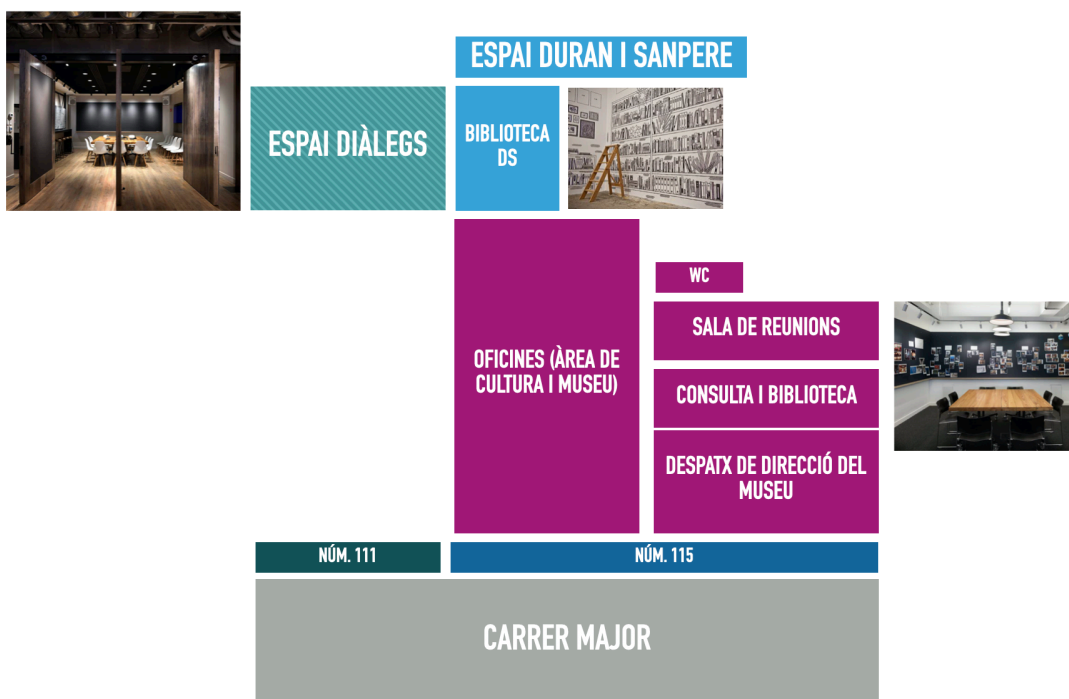
- **Nous espais culturals: Biblioteca Duran i Sanpere i Espai Diàlegs.**

Habilitació de la seva Biblioteca (actualment emmagatzemada) per a la seva visita i consulta. Obertura de l'espai Diàlegs, per a reunions i actes culturals de petit format (25-30px), en un espai de la casa adjacent que és propietat municipal però actualment està tapiat i sense ús. Amb aquest espai el Museu resoldria la mancança d'un espai per fer xerrades i trobades culturals.

**CASA DURAN I AMPLIACIÓ CASA ADJACENT: PLANTA BAIXA**



**CASA DURAN I SANPERE AMB AMPLIACIÓ A LA CASA ADJACENT: 2A PLANTA**



### *Objectiu específic 1.2:*

**Sortir al Carrer Major per dinamitzar-lo, amb instal·lacions pop-up i activitats.**

#### **Explicació sobre la història del Carrer Major i el desenvolupament de la ciutat:**

- **Crear una oferta de visita guiada presencial per descobrir el Carrer Major.**

Desenvolupar i incloure aquesta visita guiada com un element central de l'oferta del Museu, junt amb la visita guiada a la Casa Museu. Aquesta visita podria formar part també de l'oferta educativa del Museu, amb un producte que podria posicionar el Museu com una visita de referència per facilitar el primer contacte amb la ciutat.

- **Extensió dels comissariats artístics (Diàlegs) i dels projectes educatius al Carrer Major.**

Portar els comissariats artístics (programa Diàlegs de la Casa Duran), i els projectes educatius participatius en col·laboració amb el Centre de Recursos Pedagògics, també al carrer.

- **Partenariats per promoure les visites a les altres cases senyorials del Carrer Major.**

Explicar les altres cases senyorials (Casa Dalmases, Casa Solsona i Casa Capmany) des del Museu i promoure'n les visites. Mitjançant activitats, exposicions i publicacions, incloent la creació de paquets d'experiència cultural-gastronòmica amb la Casa Dalmases (que té cerverseria i obrador de xocolata).

- **Col·laborar i utilitzar els comerços del Carrer, els actius i els tancats.**

Explorar les possibilitats de col·laborar amb la botiga La Moderna, que té producte de proximitat, i d'utilitzar aparadors tancats per a una programació de 'museus pop-up', activitats expositives participatives comunitàries puntuals (veure explicació del que són en l'apartat de tendències).

- **Ampliació de les rutes digitals autoguiades *A Peu de Museu* amb noves narratives i veus.**

Crear nous relats al voltant del Carrer Major, tant històrics com d'actualitat, que a més donin veu a diverses comunitats residents, incloent les nouvingudes. Una de les veus, tanmateix podria ser la de Duran i Sanpere, que va ser durant anys cicerone d'excepció de la ciutat, amb una gran dedicació a la recuperació d'elements patrimonials de Cervera i creador del primer Centre Comarcal de Cultura que aplegava Museu, Arxiu i Biblioteca, a més de molt afeccionat a la fotografia, de qui es conserva una col·lecció de fotografies esteroscòpiques de caràcter documental sobre la ciutat.

- **Promoure la senyalització in situ dels llocs històrics i d'interès del Carrer Major.**

Amb una visió inclusiva, que posi en valor nous patrimonis rellevants per a la societat plural d'avui en dia (com ja fa la web app).

- **Organització d'una exposició participativa sobre el passat, present i futur del Carrer Major.**

Seguint l'exemple de la iniciativa Museum of Us que es va fer a Old Kent Road a Londres, llançar la nova dimensió d'obertura al carrer amb una exposició que interpel·li els residents del Carrer Major i entorn, per conèixer millor la seva experiència, percepcions i opinions, i per recollir idees de futur, i així implicar-los en la cerca i implementació de solucions. Un espai de diàleg que introdueixi la història del carrer i plantegi preguntes com: Perquè m'agrada viure-hi? Què hi vinc a fer? Que m'agradaria afegir-hi, que ara no hi és? Com hauria de ser el carrer en el futur?

PRESENCIA AL CARRER MAJOR AMB INSTAL·LACIONS POP-UP I ACTIVITATS.

VISITA A LA CASA MUSEU: LA VIDA AL CARRER MAJOR A L'ÈPOCA DE LA FAMÍLIA DURAN

DIÀLEGS AMB LA CASA DURAN I EL CARRER MAJOR (COMISSARIATS ARTÍSTICS / INTERVENCIONS EDUCATIVES)

OFERTA CULTURAL CONJUNTA TRES CASES MUSEU: DURAN, DALMASES I SOLSONA.

PAQUETS D'EXPERIÈNCIA AMB CASA DALMASES: CULTURA I PRODUCTES DE LA SEGARRA AMB VALORS

RUTES - DIGITALS O GUIADES



SENYALITZACIÓ INTERPRETATIVA

PROJECTE PARTICIPATIU AMB EXPOSICIÓ PER PENSAR EL FUTUR DEL CARRER I IMPLICAR LA COMUNITAT

CARRER MAJOR

MUSEU POP-UP APARADORS BOTIGUES BUIDES



**Benchmarking: el cas del Museum of Us, Old Kent Road, Londres.**

Un projecte per implicar a la comunitat en el pla de regeneració d'un carrer de Londres i la seva zona d'influència. Una exposició d'accés lliure, tallers, actes i visites guiades, sobre la història i la gent de l'àrea. Va més enllà de la consulta. Es proposava generar converses sobre el futur del carrer. Una plataforma de participació per a la comunitat.

Reuneix a residents, comerç, entitats i activistes en un espai compartit. Una botiga vacant convertida en un espai positiu i democràtic per implicar i dialogar sobre el futur de l'àrea.

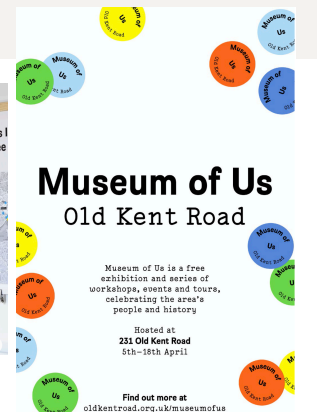
Un lloc per compartir idees i opinions sobre el que és realment important per a la comunitat.

Dissenyat per facilitar la participació. Amb una especial atenció a la inclusió perquè grups de nouvinguts no es quedessin al marge.

Celebra la comunitat com a part integral del carrer "La història del lloc és la història de la seva gent." Nom del projecte: El Museu de Nosaltres (de tots). La identitat o marca: una simple enganxina.

Per implicar a la gent i convidar-la a participar van fer una campanya de comunicació, amb fotografies de la gent. També una invitació a la bústia i espais digitals del consistori.

L'exposició: preguntes o afirmacions per provocar respostes. Al Museu i en altres punts.





*Nota: a continuació s'esbossa una proposta conceptual per al nou Museu del Blat ubicat a la Farinera. La proposta queda supeditada a la redacció i aprovació del Pla Director de la Farinera de Cervera, el qual ha de definir les característiques i valors de l'edifici, els usos, els recorreguts i les actuacions a dur-hi a terme. La proposta definitiva de nou Museu del Blat haurà d'encaixar per tant, amb el Pla Director de la Farinera.*

REOBRIR UN MUSEU DEL BLAT ACTUALITZAT A LA FARINERA.

### **Objectiu estratègic 2:**

#### **Convertir la Farinera en un centre museístic d'esperit comunitari que reivindica la identitat agrícola de la Segarra i la seva actualització des d'un un model de sostenibilitat.**

Co-crear l'espai museístic de la Farinera amb un plantejament comunitari i seguint un procés de participació estructurat, que aglutini les comunitats d'interès al voltant de la identitat agrícola de la Segarra i un model d'agricultura i d'alimentació sostenibles, amb especial atenció a conceptes actuals com la sobirania alimentària i la recuperació i valorització d'espècies pròpies, entre d'altres. Crearà oportunitats de diàleg i debat sobre temes actuals que interessin i preocupin, i estimularà el pensar solucions de present i de futur per a un territori sostenible. Les comunitats a implicar inclouen entitats, experts, emprenedors, càrrecs públics i altres persones que poden aportar opinió i recursos, principalment de la Segarra i comarques de l'entorn. Posarà el focus en el cereal, en el blat i en el pa com a pilars de la dieta mediterrània amb la idea de crear una experiència de visita i de participació que sigui vivencial i atractiva per a tots els públics. Posarà en valor la història del Sindicat i el patrimoni de la Farinera, destacant el seu impacte en el desenvolupament econòmic i social de la comarca.

#### **Objectiu específic 2.1:**

##### **Construir i dinamitzar el nou Museu del Blat a la Farinera, actualitzant el relat i les col·leccions amb un model participatiu comunitari.**

Implicar els agents i comunitats que treballen o tenen un interès en la identitat agrícola de la Segarra i en un model d'agricultura i d'alimentació sostenibles per co-crear la futura exposició permanent i per dissenyar exposicions temporals i activitats. D'aquesta manera el museu s'obre a les comunitats de la comarca i els dona oportunitats d'auto-representació i de debatre els temes que els interessin o els preocupin. Conjuntament, museu i agents/comunitats creen una exposició de referència, organitzen debats, exposicions temporals i activitats.

#### **Objectiu específic 2.2:**

##### **Crear una experiència de visita vivencial, al voltant del pa i l'alimentació sostenible, aprofitant l'espai per tallers de cuina de la Farinera i habilitant un espai de botiga amb tasts.**

El tema del menjar, de la cuina i l'alimentació, ara és molt popular. D'interès per a tothom. Està vinculat a la salut, al benestar, a la sostenibilitat, el medi ambient i a la seguretat alimentària. La gastronomia és tendència. Permet una programació participativa i basada en experiències: converses, debats, tallers de cuina, degustacions, compra de productes, conèixer l'alimentació d'altres cultures, etc. Una programació que eduqui en hàbits d'alimentació saludable, amb atenció especial als infants i joves, i que promogui converses i debats sobre l'alimentació sostenible.

#### **Objectiu específic 2.3:**

##### **Restaurar i interpretar els espais i la maquinària conservada de la Farinera per obrir-los a la visita pública i explicar l'experiència del treball i l'impacte del Sindicat a la comarca.**

La perspectiva de rehabilitació gradual de l'edifici com equipament públic cultural és una gran oportunitat de restaurar i d'obrir a la visita aquest patrimoni (incloent espais funcionals i maquinària), posant en valor la història del Sindicat, el seu impacte a la comarca, i l'experiència viscuda pels seus treballadors. El Museu compta amb la recerca efectuada fa 10 anys, per inventariar i documentar els elements més importants i recollir documentació gràfica i memòria oral. Es buscaran les complicitats necessàries per museitzar i dinamitzar la Farinera com a lloc històric industrial d'interès nacional.

### Actuacions i projectes clau:

#### *Objectiu específic 2.1:*

**Construir i dinamitzar el nou Museu del Blat a la Farinera, actualitzant el relat i les col·leccions amb un model participatiu comunitari.**

#### **Elaborar i implementar una intervenció museogràfica provisional a la nova sala expositiva.**

En un espai de 159 m<sup>2</sup> s'ubicarà una petita exposició que explicarà el projecte de 'Museu del Blat en construcció', i aportarà context sobre els valors del paisatge i la història agrícola de la Segarra, mirant el passat i el present de l'agricultura a la comarca i plantejant preguntes de futur. D'accés lliure. S'hi posarà també una petita reserva visitable d'una selecció del fons del Museu del Blat, per recuperar l'accés a la comunitat (que el va donar) i per tenir-lo a l'abast per al procés de co-creació.

#### **Planificació i impuls d'un procés participatiu per crear el relat del nou Museu del Blat.**

Planificar el procés participatiu de co-creació de la nova exposició permanent, i impulsar-lo amb la creació d'un Consell Assessor Comunitari que inclogui representants dels agents i comunitats d'interès, i una dinàmica de trobades mensuals. Aquest projecte tindrà continuïtat amb una política més àmplia de co-creació d'exposicions amb els agents i col·lectius de la comarca. Permetrà crear el model de política expositiva i de programació.

#### **Estratègia d'implicació de les comunitats d'interès mitjançant una programació participativa.**

Amb la programació d'exposicions i activitats el Museu busca aglutinar les comunitats d'interès al voltant de la identitat agrícola de la Segarra i que aposten per un model d'agricultura i d'alimentació sostenibles. La idea és crear oportunitats de diàleg i debat sobre temes actuals que interessin i preocupen, i pensar en el futur de l'agricultura a la comarca. Aquestes comunitats inclouen entitats, experts, emprenedors, càrrecs públics i altres persones que poden aportar opinió i recursos, principalment de la Segarra i comarques de l'entorn.

#### **Desplegar una acció de recerca participativa per fonamentar i avaluar la programació.**

Els projectes tindran una base de recerca important, molt orientada a les entrevistes i la història oral, per recollir memòries, percepcions i les preocupacions actuals, així com per explorar idees de futur. Fonamentarà les exposicions, els debats, les converses, tallers, i les activitats educatives, etc).

S'utilitzarà també la recerca qualitativa per avaluar els impactes de la programació en la creació d'identitat, en el debat públic sobre el model de comarca, i en l'emprenedoria local.

#### **Crear una dimensió digital del 'Museu en construcció' per ampliar la participació.**

Crear una dimensió digital, per explicar el procés de construcció comunitària, i per obrir els diàlegs i les consultes a més persones que les que poden participar presencialment en els comitès assessors, en els debats i trobades o entrevistes de recerca. Ha de servir alhora de repositori de les activitats gravades i dels documents generats, i també d'espai informatiu per a convocatòries i crides d'idees de projectes a la comunitat.

#### **Definir una política d'adquisicions inclusiva, que documenti la contemporaneïtat.**

Les col·leccions actuals documenten el món agrícola fins els anys 50 del segle passat. La falta de material posterior reforça la visió romàntica de la vida rural, remota i congelada en el temps, i és una

barrera a la inclusió. La política d'adquisicions ha d'afavorir un creixement de les col·leccions que connecti amb els descendents dels donants, amb els visitants de la ciutat, amb els grups exclosos (migrants). L'adquisició de col·leccions es farà en paral·lel als projectes expositius, de recerca i de debat sobre el camp en l'actualitat. Col·leccionar la contemporaneïtat de la ruralitat serà un factor singularitzador del Museu del Blat en relació als museus rurals del seu entorn.

### **Contractar una persona responsable del procés, programació, recerca i col·lecció.**

Des de l'inici és imprescindible contractar una persona responsable de coordinar, dinamitzar i facilitar els processos de co-creació i participació que endegui el Museu. Hauria de tenir habilitats de mediació i coneixements d'antropologia, desenvolupament rural i comunitari, amb un perfil activista i relacional. A partir d'aquí caldrà anar consolidant i ampliant l'equip humà del Museu que intervingui a la Farinera, tant personal tècnic com voluntaris (persones que vulguin continuar ajudant després de participar en projectes, o que visitant exposicions es motiven i volen donar algun tipus de suport). Per a aquesta ampliació es buscarà la implicació d'altres institucions col·laboradores i el finançament mitjançant ajuts i subvencions, així com el suport interdepartamental de la mateixa Paeria (Promoció econòmica, Turisme, Fires..) i el treball cooperatiu amb altres museus (vegeu p.18).

### **Establiment d'una estratègia de partenariats amb equipaments museístics de l'entorn.**

Dos museus de l'entorn dedicats a la pagesia i l'agricultura, i un equipament comarcal dedicat a la interpretació dels secans de Lleida, per complementar relat i col·lecció, i fer projectes conjunts.

- **Museu Cal Trepapat de Tàrrega (Urgell):** complementarietat del relat expositiu i les col·leccions.
- **Museu de la Vida Rural de l'Espluga (Conca de Barberà):** realització de projectes educatius conjunts, i obtenció de finançament europeu. El seu equip pot assessorar i donar suport al Museu del Blat. El MRV pot ajudar el Museu a introduir-se en xarxes que treballen cultura i ruralitat.
- **Castell de Concabella** (Consell Comarcal de la Segarra): possibilitats de gestió conjunta (activitats educatives,) i connexió entre el relat de fauna i flora, i el de l'agricultura. I plantejar com el canvi en l'agricultura comporta pèrdua de biodiversitat.

#### *Complementarietats entre els museus:*

Tots aborden temes relacionats amb el desenvolupament agrícola. El Museu del Blat ho farà des de la singularitat i arrelament a la Segarra, i posant l'accent en el cereal i en el pa.

El Museu de la Vida Rural basteix relat al voltant de la idea de la trilogia mediterrània que defineix el món rural mediterrani amb una combinació de conreus de l'oli, el vi i el cereal. El Museu del Blat posarà l'accent en el cereal i el pa, i per tant serà un lloc on aprofundir aquesta mirada. Podrà traslladar al cereal i al pa, aliments per excel·lència, molts dels debats que el MVR planteja de forma global: el procés de conreu, com es manipula i converteix en aliment, i totes les problemàtiques actuals associades: farines locals o importades, producció ecològica o no ecològica, els celíacs, etc.

El Museu Cal Trepapat explica la mecanització del camp, i fa un viatge en el temps. La col·lecció del Museu del Blat cobreix l'època prèvia a la mecanització, i després l'ampliarà a la contemporaneïtat.

### **Crear aliances amb iniciatives i cooperatives de la comarca.**

Buscar fórmules perquè diferents agents culturals, econòmics, socials o educatius de la comarca, amb un interès per l'agricultura i l'alimentació sostenibles, s'apropiïn del Museu i autogestionin àmbits de la programació. Que tinguin un espai al Museu, i això els ajudi a créixer. Per exemple:

- Sikarra Nostra (agrobotiga i centre d'interpretació) pot gestionar les sortides al territori de descoberta del paisatge, el patrimoni natural o els processos agronòmics.
- L'Espitllera Fòrum d'Estudis Segarrencs podria tenir una seu a la Farinera (actualment no en té), i dinamitzar la programació amb xerrades, publicacions i projectes de ciència ciutadana.
- La cooperativa la Garbiana pot tenir un aparador a la Farinera, de tot el seu cicle de producció - del conreu, a la farina i el pa, com exemple de model alternatiu sostenible.

### *Objectiu específic 2.2:*

**Crear una experiència de visita vivencial, al voltant del pa i l'alimentació sostenible, aprofitant l'espai per tallers de cuina de la Farinera i habilitant un espai de botiga amb tasts.**

#### **Crear un posicionament focalitzat en els cereals, en especial el blat, i com a producte el pa.**

El cereal com element d'identitat de la Segarra ('Graner de Catalunya'), fonamental per entendre tot el procés de producció del que La Farinera formava part. El blat com aliment bàsic de la humanitat, compartit amb altres cultures. El pa com a pilar de la dieta tradicional Mediterrània, junt amb l'oli d'oliva i el vi. El pa artesà que ara està de moda i moltes persones volen aprendre a fer a casa.

#### **Ajudar l'emprenedoria local, amb accions de promoció i creació de xarxa.**

Actuar com un espai de presentació dels productes de proximitat i els agents productors compromesos amb l'alimentació sostenible, a través d'exposicions, demostracions, botiga i accions de comercialització presencials i digitals, per ajudar-los a projectar-se i penetrar mercats.

No menys important, es treballaran les relacions entre agents i productors, per promoure la col·laboració i el treball en xarxa per abordar reptes comuns. Les àrees de promoció econòmica de l'Ajuntament de Cervera i del Consell Comarcal tindran un paper important en aquesta tasca.

#### **Estructurar una oferta d'experiències atractiva, vivencial i amb valors, per al gran públic.**

Possibilitats de fer un taller de cuina o assistir a una demostració d'un xef local, de comprar productes de la terra, de fer un àpat i de conversar amb persones afins, de conèixer l'alimentació d'altres cultures, etc.

Una oferta que promou valors: els hàbits d'alimentació saludable i el diàleg intercultural a partir de l'alimentació. Amb una atenció especial als infants i joves, adreçant-se a les famílies i les escoles.

#### **Desenvolupar els espais de Cuina i Botiga.**

Estudiar la viabilitat, planificar i implementar dos espais clau de l'oferta del Museu, que ajuden a dinamitzar el territori amb la tasca de suport als productors locals, crear comunitat mitjançant l'organització de trobades i actes socials, i generar ingressos. Seran actius en connectar els públics amb els productes locals de formes creatives i socials. Espais presencials amb dimensió digital.

- **Cuina:** un lloc on realitzar tallers i àpats. Tallers com a experiència per als visitants i àpats com a trobades que reuneixen persones i fomenten les relacions i interaccions per crear comunitat. Ja està ben equipada i té cabuda per unes 50 persones.
- **Botiga:** un lloc per vendre productes de la terra, amb valor afegit i artesanal. Un espai gastronòmic per organitzar tasts i promocions en dies puntuals (la cervesa artesana, per exemple, feta amb ordi). Un espai de promoció i de coneixement del producte de proximitat, que fa la connexió amb el relat històric i identitari del territori que explica el Museu. Una botiga amb 'esperit del lloc'. Atesa per la persona de l'OAC annexa.

#### **Desenvolupar una programació regular a la Cuina, centrada en tres activitats definitòries:**

- FEM PA ARTESANAL. Un taller de fer pa artesanal: un els caps de setmana, per a visitants i gent local, i un entre setmana, per a escoles.



- CONVIDATS A TAULA. Una trobada amb àpat mensual, per reunir un grup de persones que conversin sobre un tema d'actualitat relacionat amb alimentació i sostenibilitat, o presentin idees i projectes (activistes, agricultors, economistes, artistes, patrimonialistes, xefs convidats).
- CUINA D'AHIR I D'AVUI (dates especials per cada estació de l'any). La cuina tradicional de la comarca, en connexió amb la intervenció 'A Taula' a la Casa Museu. Com ha canviat el menjar que posem a la taula? Amb interacció entre els participants i el personal del Museu.

### **Desenvolupar una programació expandida d'espai gastronòmic a la Cuina.**

Orientada a generar ingressos, i actuant de plataforma per emprenedors o empreses de la comarca, que puguin crear una oferta complementària de tallers de cuina molt variats, per promoure l'alimentació saludable aprofitant tendències com la cuina vegana, per exemple.

També pot ser un espai al servei de demostracions i promocions culinàries diverses per aquells que vulguin llogar l'espai (sempre i quan compleixin requisits de sostenibilitat establerts, per no entrar en contradicció amb el relat i missatge del museu).

Aquesta programació es prepararà conjuntament amb els responsables tècnics de promoció econòmica de la Paeria i del Consell Comarcal.

### **Participar de forma molt activa en la Fira del pa i el cereal - Fira de Sant Isidre de Cervera.**

La Fira és un dia festiu ja molt arrelat que mostra als visitants el potencial gastronòmic, turístic, cultural i comercial de Cervera, i que vol dinamitzar i impulsar sectors comercials i industrials del territori amb una imatge actualitzada i de qualitat dels productes.

El Museu pot contribuir reforçant l'element cultural i gastronòmic de la Fira, amb oferta expositiva, activitats i tallers gastronòmics. La Fira ajudarà a introduir el Museu a un públic molt ampli i interessat en la seva temàtica.

### **Objectiu específic 2.3:**

**Restaurar i interpretar els espais i la maquinària conservada de la Farinera per obrir-los a la visita pública i explicar l'experiència del treball i l'impacte del Sindicat a la comarca.**

### **Posada en valor de la història de la Farinera com un passat que serveix al present.**

Tant la història del Sindicat i el cooperativisme, com l'edifici i la maquinària que s'hi conserva són part essencial de la identitat agrícola de la comarca. Aporten molt al projecte: sentit de pertinença recollit en la història oral, memòria col·lectiva de la comarca, exemple de model de negoci que controlava tot el procés productiu del cereal, i que connecta amb els ideals de sobirania alimentària, conservació dels espais funcionals i maquinària que permet explicar els processos de treball, etc.

### **A curt termini, adequar un petit espai interpretatiu a la planta baixa i facilitar visites puntuals.**

Amb el finançament Leader per a l'any 2022, realitzar un petit espai interpretatiu sobre la Farinera en un vestíbul de distribució interior disponible a la planta baixa (amb 73m<sup>2</sup>). Aquest espai inclourà un audiovisual sobre l'experiència humana de treballar a la Farinera (memòria oral), i una gran finestra amb vistes a la sala de molins.

També s'explorà la possibilitat d'oferir visites guiades puntuals al recinte, malgrat encara no estar condicionat, com a espai de memòria col·lectiva, exemple històric d'emprenedoria d'èxit i model de sobirania alimentària.

### **Elaboració del projecte de conservació i interpretació, amb la col·laboració del MNACTEC.**

Establir un conveni de col·laboració per a l'assessorament i l'elaboració del projecte de conservació i posada en valor del patrimoni industrial de la Farinera i per definir l'encaix dins de la xarxa del MNACTEC. Desenvolupar el relat i interpretació de l'espai històric en la seva dimensió tant industrial com social, per contribuir a crear un equipament museístic de caràcter públic amb un plantejament innovador.

L'abast del projecte inclou la rehabilitació de tot l'edifici com a conjunt patrimonial, seguint les directrius del Pla Director de la Farinera. A banda d'una ala dedicada al Museu del Blat, les dues ales restant seran principalment espai patrimonial-industrial visitable.

### **Aconseguir finançament d'inversió per a la rehabilitació i interpretació de l'edifici.**

La captació de recursos és una acció fonamental per fer possible avançar en aquest objectiu. Serà impulsada per l'Ajuntament i molt centrada en aconseguir ajuts europeus, però també de la Diputació de Lleida, del Consell Comarcal, i també de la Generalitat -si s'acaba posicionant com un equipament d'interès nacional dins la xarxa del Museu Nacional de la Ciència i la Tècnica.

Les actuacions es desenvoluparan en 2 fases:

### Fase 1. 2022-23

En el marc del projecte impulsat per l'Ajuntament i que ha obtingut finançament Leader que inclou la rehabilitació arquitectònica de la planta baixa, el condicionament climàtic, l'accessibilitat, una oficina d'atenció ciutadana i un espai expositiu per al Museu.

- Planificació de la rehabilitació, concepte i usos de la Farinera, actual i futura, mitjançant un Pla Director en elaboració, encarregat per la Paeria, i en la preparació del qual participa el Museu.
- Ocupació de l'espai museístic, amb el finançament Leader obtingut:
  - Petita exposició sobre el projecte de museu 'en construcció' (sala principal).
  - Petita reserva visitable amb una selecció del fons del Museu del Blat (sala principal).
  - Petit espai interpretatiu sobre la Farinera (vestíbul de distribució interior).
- Dinamització comunitària, amb participació voluntària d'agents clau i una nova contractació:
  - Planificar el procés participatiu de co-creació de la nova exposició permanent.
  - Contractar una persona responsable de coordinar, dinamitzar i facilitar el procés de co-creació.
- Programació d'activitats vinculades a l'emprenedoria local.:
  - A l'espai Cuina: demostracions de productes locals, de cuina de proximitat, i 'trobades-àpats'.
  - Explorar la viabilitat d'una petita botiga de productes locals i tasts. Atesa per l'OAC.
  - Explorar la possibilitat d'oferir visites guiades puntuals al recinte, encara no condicionat.



### Fase 2. 2024-25

Continuar amb la rehabilitació i reús de tot l'edifici i conjunt patrimonial d'acord amb les directrius del Pla Director de la Farinera. Es dedicaran 4 pisos d'una ala a espais expositius i de trobada. Les dues ales restants seran principalment l'espai patrimonial-industrial visitable.

- **Desplegar una política d'exposicions, programes i recerca participativa i comunitària.**

- Desenvolupar un model i una acció de co-creació d'exposicions temporals i programació complementària (debats, converses, tallers, activitats educatives).
- Desenvolupar una acció de recerca participativa per fonamentar projectes i avaluar impactes
- Crear una dimensió digital, per obrir la participació a més persones i fer de repositori obert.

- **Consolidar l'equip humà:**

- Personal tècnic (amb perfil mediador/activista).
- Voluntariat (potser en associació amb una entitat no lucrativa local).
- Col·laboració amb certes externalitzacions amb productors i/o empreses locals.

- **Captació de recursos:**

- Finançament d'inversió.
- Finançament ordinari.
- Generació d'ingressos.

▸ **Elaboració del projecte de conservació i interpretació de la Farinera.**

- Conveni amb el MNACTEC per a l'assessorament i l'elaboració del projecte.

Nota: Un primer pas és la redacció Pla Director de l'edifici que definirà els usos i els recorreguts, i amb el qual la proposta del Museu haurà d'encaixar i adaptar-se al que allí es defineixi.

### **Benchmarking: el cas del Wing Luke Museum (Seattle, EUA) i el seu model d'exposicions comunitàries.**

El WLAM implica a les comunitats americanes d'Àsia-Pacífic i al públic, en l'exploració de temes relacionats amb la cultura, l'art i la història d'aquestes comunitats. A principis dels 90s, en un moment financerament difícil i amb molts pocs recursos (un equip d'una persona i mitja), el director va introduir una política expositiva basada en la participació de les comunitats, que ha convertit el museu en molt més actual, més rellevant i això li ha permès créixer. Ara són un equip de 28 persones, d'entre les que n'hi ha tres dedicades a desenvolupar exposicions, tres a l'educació, dues a la gestió i coordinació de programes comunitaris, i quatre dedicades a captar recursos per desenvolupar els projectes. Ha passat d'un espai de 185m<sup>2</sup> a un edifici de 5.500m<sup>2</sup> amb diverses sales d'exposició, incloent permanents, temporals, un petit espai per a diàlegs sobre temes del moment, un espai per a infants, un espai per a joves, un espai per a famílies, un espai artístic, una biblioteca, una part d'edifici històric preservada que és visitable, una sala d'actes comunitària, un mercat, un teatre i espais de reflexió.

El model d'exposicions comunitàries inclou una **planificació** que dona oportunitat a les comunitats de fer propostes d'idees d'exposicions, i junt amb que proposa el propi Museu, es planifica un calendari a 2-3 anys vista.

Un cop es posa en marxa un projecte expositiu, l'equip del Museu comença a fer recerca sobre el tema i la comunitat específica per identificar les persones més adequades per participar en el projecte. Es busquen entre 10 i 15 participants per crear un comitè, anomenat **Community Advisory Committe (CAC)**, i s'assegura que aquest sigui divers. Cada projecte expositiu que es fa amb el model comunitari té el seu CAC, que exerceix d'òrgan responsable pel desenvolupament de l'exposició i el contingut expositiu.

El **procés** de desenvolupament de l'exposició és dinàmic i fluid. Una persona de l'equip d'exposicions del Museu s'encarrega del progrés del CAC i supervisa, a vegades amb el suport d'altres persones de l'equip. Aquesta persona fa de **facilitador** durant les reunions. A vegades es nomena un president del comitè o un assessor del projecte, que complementa la tasca de la persona de l'equip del museu. Es realitzen un mínim de **6 o 8 reunions del CAC**, normalment una al mes, seguint un calendari estructurat amb objectius per a cada reunió. El procés està dirigit a elaborar tots els materials per progressar: definir una visió i els principals missatges, temes, continguts i format, així com tots els elements relacionats (de programació o altres). Les trobades es fan en una atmòsfera social relaxada, hi ajuda que s'ofereix menjar, es fa pluja d'idees i discussions: sobre els continguts, sobre la selecció d'objectes, i sobre aspectes del disseny (colors, aspecte, sensacions que es vol provocar...). Entre sessions, el responsable del Museu planifica les trobades, redacta les actes de les reunions, organitza la informació recollida en les pluges d'idees, i manté el contacte amb els membres del CAC quan cal. A les sessions es revisen i clarifiquen els documents i les decisions resultants.

Quan s'acaben les reunions l'equip del museu comença el procés de **dissenyar i fabricar** l'exposició. Es segueixen les pautes i recomanacions del CAC, no només en la narrativa sinó també pel que fa a l'atmòsfera i els colors. Es contracta un dissenyador gràfic per crear els plafons i altres elements del disseny. El museu és el responsable de la relació amb el dissenyador i de donar el vist-i-plau final.

CREAR EL RELAT SOBRE EL BARROC A CERVERA I LA SEGARRA

### **Objectiu estratègic 3:**

#### **Posicionar Cervera i el Museu dins el panorama nacional de posada en valor de la Catalunya Barroca.**

Cervera va ser un dels epicentres del Barroc a Catalunya, estil artístic dels segles XVII i XVIII que a casa nostra s'emmarca entre la Guerra dels Segadors i la Guerra del Francès. Amb l'embranchida econòmica catalana de la fi del segle XVII, la ciutat va acollir la instauració dels estudis universitaris catalans en un dels edificis més rellevants de l'arquitectura civil del període. La capacitat productiva i comercial i l'empenta de les transformacions demogràfiques, agràries i mercantils van afavorir la puixança d'una societat que promogué l'encàrrec artístic i arquitectònic. La Universitat va transformar radicalment la ciutat des de tots els punts de vista: urbanístic, econòmic, de quotidianitat i organització artesanal, social (col·legis majors, estudiants...) i religiós (construcció de noves esglésies i convents a tota la comarca), i va donar a Cervera protagonisme dins el país.

El Museu ha de construir i posicionar el relat del Barroc a Cervera i la Segarra a partir dels edificis conservats i les col·leccions importants d'època moderna que custòdia, posant l'accent en les seves singularitats (la Universitat, l'escultura dels Padró i la producció de l'alabastre, i l'artesanalitat). Ho ha de fer tenint en compte les iniciatives d'altres territoris que també estan promovent el seu Barroc (Manresa, el Solsonès, Mataró...), per situar-se dins el marc del desplegament de la posada en valor del Barroc a Catalunya, conceptualitzat per investigadors de l'Institut Català de Patrimoni Cultural per encàrrec del Departament de Cultura de la Generalitat. El Museu ja fa anys que va iniciar el camí en la creació de relat, però el context ara és molt favorable i s'ha d'aprofitar. En l'ordenació i creació d'un relat de país per al Barroc, Cervera està destinada a jugar-hi un paper important.

### **Objectiu específic 3.1:**

#### **Construir el relat i planificar els espais interpretatius per explicar el Barroc a Cervera i la Segarra, situant-lo dins la futura iniciativa en xarxa Territori Barroc d'àmbit nacional.**

Actualment el Museu tracta l'època moderna i el Barroc, però de forma fragmentada. Ofereix una petita mostra als baixos de la Casa Duran (*Cervera 1700*), i una exposició al Paraninfo de la Universitat, que s'obre només puntualment. Amb motiu de la *Cervera Capital de la Cultura Catalana 2019* va crear una exposició temporal sobre els *Artesans del Barroc. Cervera i l'art del seu temps*, a l'antiga biblioteca de la Universitat. Constitueixen una base sobre la qual bastir un relat més complet. Un relat que, en una primera fase, es pugui explicar al carrer i al territori amb interpretació in situ, i en una segona, es pugui aprofundir i contextualitzar en una exposició permanent de referència. A l'alçada de la importància del patrimoni i la història de la Cervera d'aquesta època i d'alta qualitat per atraure als visitants d'arreu i a escoles de tot el país. El projecte ha de comptar amb la complicitat de les institucions del país que estan treballant per posar en valor el Barroc (Departament de Cultura, ICRPC, Museu Comarcal de Manresa, i museus amb discurs i col·leccions d'aquesta època).

### **Objectiu específic 3.2:**

#### **Avançar progressivament en l'ús de l'edifici de la Universitat com a lloc històric museïtzat obert a la visita pública.**

L'edifici de la Universitat, pel seu valor històric, arquitectònic i singularitat, té un potencial cultural i turístic de primer ordre. Tanmateix, es troba segregat per altres usos aliens a l'edifici i a la ciutat. L'ús cultural públic està restringit a una visita guiada els dissabtes a les 11h, i a actes ciutadans i culturals diversos puntuals. L'exposició permanent *Universio*, al Paraninfo, que explica el



funcionament de la vida acadèmica, les festes i solemnitats, els diferents espais funcionals i els seus protagonistes, no té horari d'obertura. S'ampliarà l'accés i els espais museïtzats de forma gradual, mirant d'extendre'ls a la planta baixa de l'ala nord de l'edifici, negociant amb els agents implicats.

### Actuacions i projectes clau:

#### Objectiu específic 3.1:

**Construir el relat i planificar els espais interpretatius per explicar el Barroc a Cervera i la Segarra, situant-lo dins la futura Xarxa Territori Barroc d'àmbit nacional.**

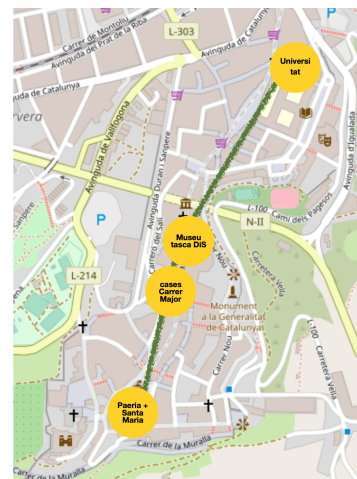
**Elaborar les bases interpretatives per posar en valor del paisatge cultural del Barroc a Cervera i la comarca i connectar-lo amb altres territoris.** Amb els objectius de:

- Transmetre la riquesa d'un patrimoni i un paisatge, un univers artístic, acadèmic, religiós, popular, social, econòmic i agrari, un imaginari mental i espiritual d'un temps extraordinàriament fèrtil per al país, i també per Cervera i la Segarra.
- Identificar les singularitats de Cervera, i definir les narratives i missatges principals. Posant l'accent en la Universitat (un edifici de dimensions i presència extraordinàries, projectat pels enginyers borbònics), l'obra escultòrica dels Padró (la producció de l'alabastre i el seu entorn), i el món de l'artesanat, tres temes al voltant dels quals es poden explicar moltes altres coses del món barroc a la ciutat i la comarca.
- Visibilitzar l'esforç nacional de donar a conèixer un art encara poc valorat o incomprès per la seva associació amb una suposada 'decadència' artística. Actualment es qüestionen els cànons establerts sobre l'art i la cultura del país, que havien estigmatitzat el barroc, relegant-lo a un lloc molt secundari comparat amb el romànic o la Renaixença.
- Reivindicar l'edifici de la Universitat de Cervera, a Catalunya sovint ignorat per la seva associació amb el règim borbònic de la Nova Planta.
- Aportar lectures que connectin l'imaginari del Barroc amb la contemporaneïtat, per fer-lo rellevant a les preocupacions actuals. Fent paral·lelismes per exemple amb els temps d'incertesa i desassossec que vivim, amb la propaganda del poder, o la internacionalització.
- Aprofitar l'interès creixent per crear rutes, visites turístiques i museïtzar el patrimoni Barroc conservat en el territori, convidant a descobrir-les i oferint interpretació in situ.
- Connectar les singularitats de Cervera i Segarra amb les iniciati-ves que s'estan fent en els altres grans centres del Barroc català, per constituir-se node d'una futura xarxa Territori Barroc, a l'entorn del futur Museu del Barroc de Catalunya ubicat a Manresa.

### **Continuar desenvolupant un itinerari interpretatiu pels edificis barrocs de Cervera, que es promoció específicament i es coordini amb Turisme de Cervera.**

Itinerari amb inici a l'edifici de la Universitat, continuació pel carrer Major, amb aturades en cases com la Casa Dalmases, fins arribar a la Paeria (amb visita a la galeria de retrats reials) i l'església de Santa Maria (amb visita a la capella del Santíssim Misteri). En el futur, amb parada al Museu per conèixer la tasca d'estudi, documentació i salvament que fa fer Duran i Sanpere, i visitar obres del període a les reserves visitables del Museu.

Ja existeix la ruta Barroca, virtual (que forma part de projecte *A peu*



de Museu), però cal promoure-la específicament, i caldria a més oferir una visita guiada presencial de forma regular. Aquesta ruta s'ha de gestionar conjuntament amb Turisme de Cervera, per coordinar-la amb les visites (guiades i teatralitzades) a la Universitat i per impulsar una millora de la senyalització al carrer (actualment massa discreta).

### **Desenvolupar una oferta de materials, visites i activitats educatives per a les escoles sobre el Barroc a Cervera, amb una doble vessant, presencial i digital.**

El Museu gradualment desenvoluparà un conjunt d'activitats i recursos per a que les escoles treballin el Barroc, a partir de la realitat de la història i el patrimoni del territori. Partirà dels continguts ja desenvolupats per la ruta Barroc (comentada en l'acció anterior), els quals s'adaptaran i utilitzaran per a activitats educatives, i s'anirà desenvolupant gradualment.

Aquesta oferta es promocionarà específicament i es desenvoluparà en dues fases:

1. Una activitat basada en l'itinerari que recorrerà els edificis barrocs de la ciutat, amb recursos digitals complementaris. Exemples d'activitats serien una visita teatralitzada, i exercicis per a fer a classe. Un exemple dels recursos digitals és la campanya en xarxes socials i l'exposició virtual que s'està realitzant sobre els 300 anys de la impremta de Cervera.
2. Quan s'hagin desenvolupat espais i serveis museístics a la Universitat, es pensaran i desenvoluparan activitats que es puguin realitzar, després de la visita, en un espai-taller.

Aquest desenvolupament i la creació d'activitats i materials s'han de pensar i elaborar conjuntament amb tècnics d'ensenyament i professorat dels centres del territori, amb l'objectiu d'atreure les visites d'escoles de tota la comarca i entorn, però també, de tot Catalunya. En una fase més desenvolupada s'explorarà la possibilitat de crear un Camp d'aprenentatge sobre el Barroc (similar als que ja existeixen sobre el Císter o el Romànic), a crear amb le Centre de Recursos Pedagògics.

### **Desenvolupar un recorregut pels espais més emblemàtics de l'edifici de la Universitat, acompanyat d'una aplicació de realitat augmentada.**

Planificar la interpretació in situ dels espais de valor funcional i artístic que es podran visitar amb un recorregut auto-guiat o guiat. Entre els quals:

- A la planta baixa el timpà que presideix el pati universitari, i des d'on els estudiants accedien a les aules, amb una figura femenina que porta la flama del coneixement identificant-se amb la saviesa.
- Al pis superior els espais representatius de la capella i el paranimf, amb doble funció religiosa i civil, per a la celebració dels principals actes acadèmics, i que té més càrrega simbòlica, monumental i ornamental. El retaule n'és protagonista, de Jaume Padró.

Una aplicació de realitat augmentada per a dispositius mòbils o tauletes permetrà visualitzar imatges, animacions en 3D o vídeos en diversos punts de l'edifici.

### **Realitzar un projecte audiovisual de mapping en espai emblemàtic.**

Un muntatge permanent de mapping, projeccions, so, música i llum permetrà explicar de forma dinàmica, moderna i atractiva el concepte de barroc. Les imatges i les projeccions, recolzades per so, música i llum situaran l'espectador a l'època barroca per explicar-ne les claus filosòfiques i estilístiques, i la seva influència a Cervera i la Segarra. Una experiència immersiva espectacular, amb un discurs narratiu entenedor i pedagògic.

A realitzar en col·laboració amb l'ACdPC, que ja ha expressat un interès de realitzar a la Universitat un projecte d'innovació tecnològica.

### **Elaborar les bases museològiques i la narrativa de l'exposició de referència sobre el Barroc a Cervera i la Segarra, que s'ubicarà a la Universitat.**

A situar preferentment a l'antiga biblioteca de la Universitat, lloc que ja va acollir el 2019 l'exposició *Artesans del Barroc. Cervera i l'art del seu temps*. El relat hauria de:

- Explicar i la història i l'edifici de la Universitat, considerat l'edifici més important del barroc civil català, posant en valor l'obra d'enginyers militars, que li van donar ordre i absoluta simetria, i els treballs d'escultura del manresà Jaume Padró, que li van conferir força i singularitat.
- Explicar l'impacte de la Universitat a la ciutat i la Segarra del segle XVIII, que es va fer notar en molts aspectes, des de l'arquitectura civil a la religiosa, amb una escola de mestres de cases i d'artesans que es van formar o treballar durant la construcció de la Universitat i després o en paral·lel van construir esglésies, convents, cases particulars i la Paeria de Cervera, a més de múltiples reformes. L'ascens de la societat cerverina que va portar la universitat propicià els encàrrecs artístics i arquitectònics.
- Mostrar les riques col·leccions del Museu d'aquest període: retrats, maquetes, pintures, escultures, argenteria, dibuixos, plànols, etc, que permeten il·lustrar aquest ric passat de la ciutat.
- Explicar com ja va fer *Artesans del Barroc*, el món perdut d'un paisatge que era dens de Renaixement i Barroc, en l'arquitectura i en els interiors religiosos i domèstics, que va patir destrucció i abandonó amb la Guerra del Francès i la Desamortització i que es va perdre molt ràpidament amb la Guerra Civil espanyola, tot i que en queda un testimoni documental en fotografies en blanc i negre i repertoris documentals. Aquest fil narratiu connectarà amb la Casa Duran i Sanpere on s'explicarà la tasca d'estudi, salvament i documentació que va fer Duran i Sanpere.

### **Senyalització i promoció dels llocs d'interès Barroc a Cervera i la Comarca.**

La posada en valor del Barroc a Cervera i la comarca amb itineraris de descoberta a la ciutat i el territori demana una senyalització adequada i una promoció de la descoberta dels llocs. El Museu ho promourà a la Paeria i el Consell Comarcal.

Aquest projecte de senyalització, per a que sigui efectiu, hauria d'anar acompanyat d'un altre projecte de racionalització de la senyalització cultural existent, que és molt diversa i desordenada (un mateix edifici pot tenir tres plaques, per exemple) i que s'ha de treballar en coordinació amb altres agents, com són Turisme i Promoció Econòmica.

Hauria de tenir en compte també, una possible futura marca conjunta del Barroc a Catalunya, i preveure la futura incorporació.

Per a la descoberta del Barroc al territori es pot explorar la creació d'una app, seguint el model de l'App Solsonès Barroc.

### **Estratègia de relacions amb altres institucions, museus i territoris que posen en valor el Barroc a Catalunya**

El Museu haurà d'establir relacions amb la resta de museus que estan actualment endegant iniciatives de posada en valor del Barroc, i amb els projectes de país que s'impulsen des del Departament de Cultura de la Generalitat (ACdPC i DG de Patrimoni Cultural) amb la participació d'experts (ICRPC). Per coordinar el relat, intercanviar coneixements, préstecs de col·leccions, realitzar projectes conjunts, i tot el que es pugui derivar d'un treball tant enxarxat com sigui possible.

### *Objectiu específic 3.2:*

**Avançar progressivament en l'ús de l'edifici de la Universitat com a lloc històric museïtzat obert a la visita pública.**

**Reforçar la governança de l'edifici de la Univeristat, i incorporar-hi el Museu, amb un paper i unes responsabilitats definides.**

L'edifici, que depèn del Departament d'Ensenyament de la Generalitat, però que gestiona la Paeria mitjançant un administrador, té actualment un dèficit de governança des de que va desmantellar el seu Patronat. Per resoldre la situació, la Paeria demana la creació d'un òrgan gestor, amb una governança que inclouria Ensenyament, la pròpia Paeria, l'ACdPC i el CRBMC.

En el moment en que es defineixi una nova governança, caldria que per la part de la Paeria s'incloués també el Museu, amb un paper ben clar i definit, sobretot pel que fa a la gestió i desenvolupament dels continguts, la interpretació i la museïtzació. Seria també adequat delegar en el Museu el paper d'interlocutor dins la Xarxa de Museus d'Història i Monuments de Catalunya, encapçalada pel MHC, de la qual el Museu ja en forma part.

**Buscar una major implicació de l'ACdPC en la gestió de la Universitat com a monument.**

En el camí progressiu cap a un ús cultural i museístic (de monument) de l'edifici de la Universitat seria de molta utilitat una major implicació i responsabilitat de l'ACdPC, que gestiona els monuments de Catalunya. Així la Universitat podria acabar integrant-se en els programes de conservació i difusió dels grans monuments del país.

**Crear un grup de treball transversal amb altres departaments de la Paeria per dinamitzar turísticament l'edifici.**

Un grup que inclogui els responsables i tècnics de Turisme, de Cultura i del Conservatori (ja que es fan molts concerts al Paraninf). Que estableixi els criteris, el protocol d'usos per als actes de la societat civil, i sigui un espai de coordinació i disseny conjunt de les activitats de promoció i dinamització cultural i turística.

**Augmentar l'accessibilitat, obrint progressivament el recinte a la visita pública.**

Actualment una persona que visiti Cervera atreta pel seu interès patrimonial i amb l'expectativa de conèixer la Universitat no podrà accedir a l'interior de l'edifici sinó s'apunta la visita guiada dels dissabtes a les 11h -una finestra d'oportunitat molt limitada que té poc sentit en una ciutat que promou turísticament els seus actius culturals, i essent aquest és el seu principal actiu patrimonial. El Museu i la Paeria posaran els recursos de vigilància, atenció al públic, i coordinació necessaris per gradualment incrementar l'accés públic de l'edifici amb:

- Oferta de visita lliure al Paraninf i recorregut pels patis interiors i la biblioteca, durant els caps de setmana.
- Projecte de recuperació de les sagristies del Paraninf i de l'antiga biblioteca de la Universitat, per obrir-les a la visita pública.
- Estudiar la possibilitat d'ubicar l'exposició permanent de referència sobre el Barroc a Cervera i la Segarra i encarregar un Projecte museogràfic i executiu. Considerant una primera ubicació (provisional) a l'antiga biblioteca, i una definitiva, més endavant, a la planta baixa de l'ala nord.

- En el moment en que l'exposició de referència s'ubiqui a l'ala nord, l'antiga biblioteca podrà assumir una nova funció, a estudiar quina serà la òptima. Una opció seria habilitar-la com un espai visitable que s'expliqui a sí mateix, mitjançant una recreació, per exemple.

### **Negociació per obrir nous espais museístics a la planta baixa de l'ala nord de l'edifici.**

Aquesta àrea de l'edifici compleix amb les condicions per desenvolupar-se museísticament: condicions d'accessibilitat perquè està a peu de carrer, i una superfície suficient per als espais expositius i per ubicar-hi un espai taller per als grups escolars.

Tanmateix, cal primer alliberar-lo de l'ús actual, que no té cap vincle amb la ciutat ni amb el territori. Una fita que només es podrà aconseguir si hi ha disposició per part del seu titular, la Generalitat de Catalunya. Actualment està ocupada pel Dipòsit d'Arxius de Cervera (DAC) que aplega documentació administrativa sense vigència de les institucions de Catalunya (procedents territorialment de la província de Barcelona i administrativament de diverses delegacions de l'administració estatal). Es tracta d'un dipòsit d'arxius accessible només a investigadors puntuals i funcionaris, que en cap cas està obert a la ciutadania.

Amb l'objectiu de recuperar aquesta àrea de l'edifici per a usos patrimonials i museístics la Paeria, amb la participació del Museu:

- Iniciarà converses amb els Serveis Territorials de la Generalitat a Lleida i amb la Direcció General de Patrimoni Cultural.
- Actualitzarà del Pla Director de l'edifici, amb un pla d'usos i un estudi de viabilitat del projecte museístic i patrimonial (ja iniciat).

AUGMENTAR LA CAPACITAT DE GESTIÓ DEL MUSEU.

### **Objectiu estratègic 4:**

#### **Enfortir la capacitat organitzativa per estar millor posicionat per complir la missió i per desenvolupar els projectes de futur.**

L'anàlisi interna del Museu ha identificat una situació de partida amb dèficits molt importants que impedeixen que el Museu desplegui totes les seves funcions i potencialitats. Com ja s'ha explicat en el DAFO i en l'apartat de reptes, els recursos humans es redueixen a una directora, una administrativa (actualment amb una reducció de jornada al 80%) i dues auxiliars a temps parcial (una al 50% i l'altra al 20%), i són totalment insuficients per poder complir amb les funcions i els requeriments més bàsics d'un museu. Això té un impacte en els horaris d'obertura, que són massa reduïts per poder donar un bon servei turístic, en la cobertura insuficient d'algunes funcions museístiques, i en la capacitat d'obtenir finançament i gestionar nous projectes. En les circumstàncies actuals (de crisi) és estratègic invertir en reforçar l'estructura i ampliar la capacitat organitzativa abans de poder encarar els projectes de futur. També són claus la planificació i les estratègies de cooperació per coordinar, compartir recursos i mancomunar serveis, tant internament dins la Paeria com externament amb altres equipaments de la ciutat, la comarca o l'entorn.

### **Objectiu específic 4.1:**

#### **Reforçar l'equip estable del Museu i ampliar-lo amb personal tècnic i auxiliar.**

El primer objectiu és assolir un equip amb 3-4 tècnics per poder desenvolupar correctament les funcions del museu i començar a desenvolupar els projectes estratègics de futur. Sense un petit equip tècnic no és possible assumir nous projectes de desenvolupament ni tampoc hi ha prou capacitat de treballar col·laborativament amb altres agents de forma efectiva. El museu necessita tècnics amb perfils d'educació, mediació comunitària i conservació de col·leccions, en persones amb capacitat de polivalència. També personal d'atenció al públic per poder ampliar els horaris d'obertura i els serveis de visites guiades durant els caps de setmana (sense tancar els migdies), els festius i els períodes de vacances. Ampliar l'equip permetrà reforçar la direcció (que actualment assumeix totes les funcions tècniques internes, la coordinació dels col·laboradors externs i supleix mancances auxiliars), i així aquesta podrà centrar-se en els objectius de consolidació i desenvolupament del Museu. Com ja s'ha dit, aquest objectiu no recau únicament en la Paeria, i demana la recerca de línies d'ajut i la col·laboració d'altres institucions.

### **Objectiu específic 4.2:**

#### **Augmentar el pressupost per arribar als 300.000€ anuals, diversificant i ampliant el finançament.**

Es farà un esforç per diversificar les fonts d'ingressos i augmentar el pressupost fins el nivell d'altres museus locals catalans que estan fent un treball d'impacte amb la comunitat i el territori (al voltant dels 300.000€). Es treballarà per augmentar el finançament públic: incrementar l'assignació de la Paeria (per reforçar el nucli), recuperar l'aportació del Consell Comarcal (per al projecte del Museu del Blat, d'abast comarcal), mantenir la inversió de la Diputació de Lleida (per desenvolupar la Farinera), i obtenir inversió de la Generalitat (per actualitzar museografia i millorar reserves de col·leccions). S'ampliarà el finançament d'ajuts i subvencions, d'àmbit català i europeu, mitjançant els projectes estratègics. S'obtindrà suport de l'entorn Márquez en qüestions que afecten a la seva exposició (atenció al públic, assegurances, i promoció).



### **Objectiu específic 4.3:**

**Planificar el desenvolupament dels projectes i àrees de treball de forma integrada amb el pla estratègic.**

En tant que el Museu ha de créixer i adquirir un funcionament cada cop més complex, es dedicaran més recursos a la planificació. A més dels projectes habituals (exposicions temporals, publicacions, recerca, programes públics, captació d'ajuts i subvencions) es posaran en marxa nous projectes: dinamitzar el programa educatiu per a les escoles, remodelar els espais de la Casa Duran (incloent una nova exposició sobre Duran i Sanpere i la Ciutat, la renovació i ampliació de l'exposició Màrquez i unes reserves visitables, entre d'altres), endegar un procés de co-creació del nou Museu del Blat a la Farinera, interpretar el Barroc a Cervera i la Segarra amb itineraris i un nou espai expositiu de referència, participar en un futur centre de col·leccions cooperatiu amb altres museus. És essencial que aquest creixement sigui ordenat i que tots els projectes estiguin integrats i prioritzats.

### **Objectiu específic 4.4:**

**Desenvolupar serveis i projectes clau del Museu mitjançant estratègies de cooperació i partenariat amb altres organitzacions amb objectius compartits o similars.**

Per poder desenvolupar algunes funcions i serveis actualment mal cobertes per falta de personal o espais adequats en els propers anys s'exploraran o s'establiran aliances i col·laboracions estratègiques amb organitzacions o persones que treballen amb objectius similars o que tenen les mateixes necessitats que el Museu. En l'àmbit educatiu i de programació són partenariats clau el Conservatori de Cervera i el Festival Segamots. En l'àmbit de col·leccions es treballarà per impulsar un projecte de centre de col·leccions plenament equipat pel que fa a equipament i personal, conjuntament amb altres museus del territori que també en tenen necessitat, de forma consensuada i amb el finançament de la Xarxa de Museus de les Terres de Lleida i Aran.

### **Objectiu específic 4.5:**

**D'acord amb el model de museu social i comunitari, introduir formes de governança participativa i d'organització col·laborativa per implicar els grups d'interès (interns i externs).**

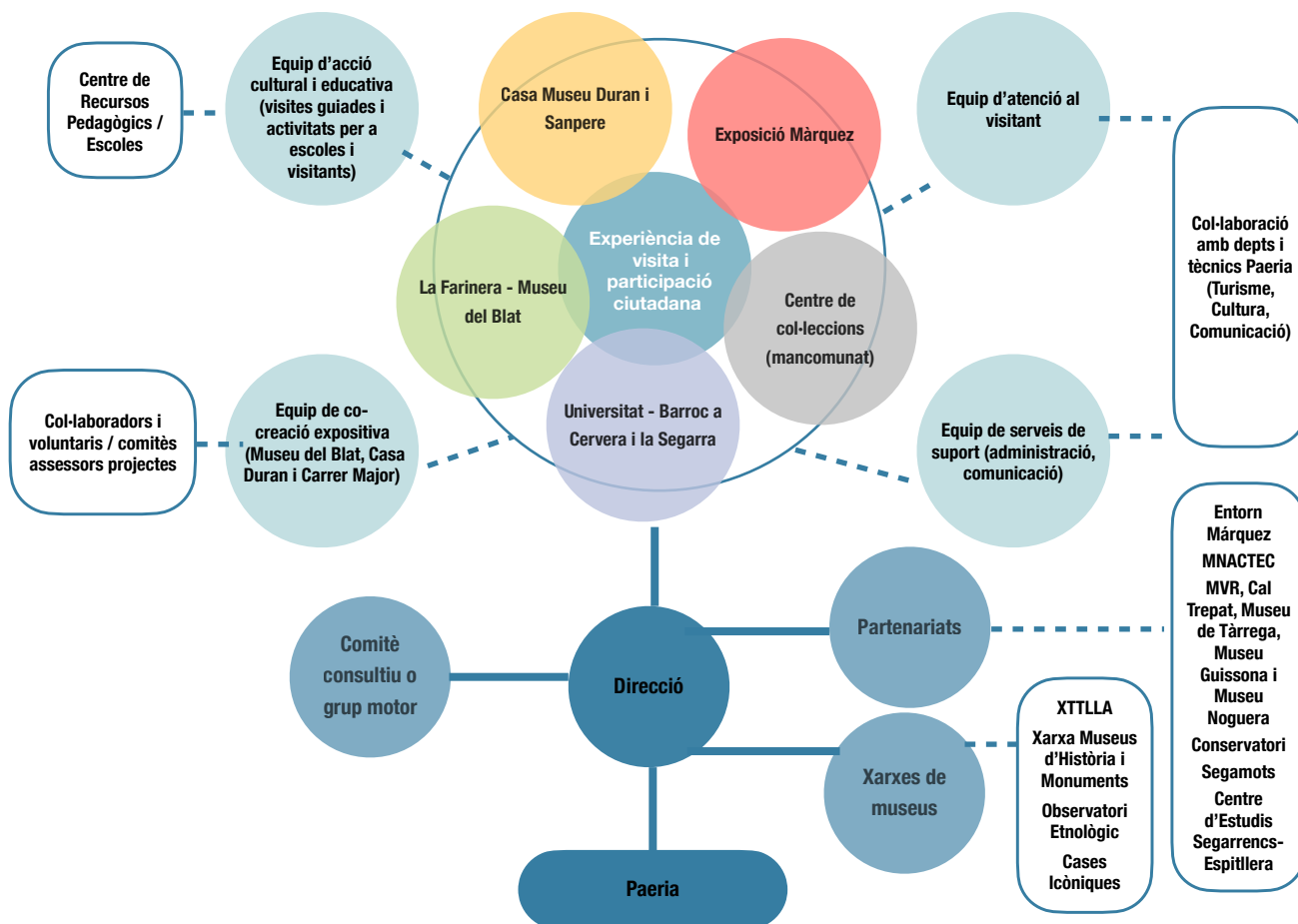
La dissolució del Patronat Municipal Duran i Sanpere i el canvi a gestió directa va desmuntar un espai de participació en l'activitat del Museu i en relació al patrimoni i la recerca de Cervera i la comarca. Amb el nou concepte de museu social i comunitari del pla estratègic, i a partir de l'experiència del grup motor i les consultes realitzades durant el procés de planificació (que van implicar a moltes persones dels àmbits cultural, educatiu, social, promoció econòmica, la recerca, tant professionals, membres d'entitats o tècnics i responsables polítics de la Paeria i el Consell Comarcal), s'ha fet palesa la utilitat de mantenir les relacions i crear-ne de noves. S'activaran consells assessors i grups de voluntariat i/o 'amics' que participaran en el desenvolupament del Museu, molt especialment en relació als processos participatius d'intervenció en el Carrer Major i de co-creació del nou Museu del Blat a la Farinera.

**Model organitzatiu del Museu de Cervera, centrat en la comunitat i l'experiència de visita**  
(proposta esborrany).

El Museu de Cervera és una organització complexa, que inclou diversos eixos temàtics, espais museístics dispersos, una presència a la ciutat i una vocació territorial a la comarca. La complexitat creixerà significativament en els propers anys d'acord amb les estratègies de desenvolupament previstes, que impulsen nous projectes estratègics importants. El creixement de l'estructura organitzativa és, per tant, imprescindible, però no ha de seguir el tradicional organigrama museístic (d'una direcció i un equip de conservadors que programen, i uns educadors que difonen al públic), sinó que cal que es pensi, per sobre de tot, d'acord amb el model comunitari pel qual aposta el pla estratègic: que faci les coses amb el públic, que escolti i doni veu a la comunitat.

Cal crear una estructura col·laborativa i transversal que estigui focalitzada en oferir una molt bona experiència de visita i en la participació comunitària. Amb equips polivalents que treballarin transversalment, per als diferents espais i projectes del Museu, i en col·laboració amb altres agents. El nou personal que es contracti haurà de tenir moltes habilitats relacionals a més de les competències tècniques. L'educació i la mediació comunitària tenen un pes molt important en la creació expositiva i la programació d'activitats. La direcció es estratègica i s'esforça per alinear els grups d'interès i per obtenir suports d'agents diversos, d'àmbit local i nacional.

És important crear un entorn organitzatiu i una cultura de treball que sigui adaptable, polivalent, àgil i emprenedora. Que treballi molt les relacions per implicar i alinear els grups d'interès, tant la Paeria com la societat civil i l'entorn professional. Que planifiqui i avalui l'impacte social del Museu, i que després el comuniqui (*advocacy*) per incrementar el reconeixement social i també el finançament.



### **Museus amb una mida d'equip i pressupost als que hauria d'aspirar el Museu de Cervera.**

#### **Museu de la Mediterrània (Torroella de Montgrí).**

Dedicat al territori del massís del Montgrí, les Illes Medes i la plana del Baix Ter, integra els valors naturals, històrics, paisatgístics i etnològics (música tradicional), i els situa en el marc de l'espai humà, ric i divers, de la Mediterrània, connectant-los amb altres pobles i amb reflexions globals.

El nou museu s'inaugura el 2003 amb una gestió directa de l'Ajuntament de Torroella de Montgrí. El 2008, en una decisió valenta passa a ser governat a través d'un Organisme Autònom Municipal amb diferents òrgans de govern: Junta de Govern, Consell Municipal i Comissió Tècnica.

Equip estable del Museu (2020): 6 persones. Un director, una gestora administrativa, una responsable de l'acció educativa, una tècnica documentalista responsable del Centre de Documentació, un auxiliar de manteniment (compartit amb altres equipaments del municipi) i una responsable d'atenció al públic. Persones contractades externament: gestió de col·leccions, coordinació del Museu de Suport Territorial, monitoratge educatiu.

Pressupost executat (2019): 256.350€. Pel que fa als ingressos, el 30% són ingressos propis (derivats principalment de les activitats educatives), un 32% provenen de la transferència de l'Ajuntament de Torroella de Montgrí, i el 38% són externs (subvencions de la Generalitat, la Diputació de Girona i patrocini). Aquest és el pressupost de l'OA, que no inclou el cost de 200.000€ del personal fix contractat per l'Ajuntament (descriu anteriorment).

Persones usuàries (2019): 70.094 en total. D'aquestes, 30.692 van visitar alguna exposició, però només 4.012 l'exposició permanent. 5.235 persones van participar en activitats organitzades pel Museu, i 25.933 en activitats acol·lides, organitzades externament, han fet consultes a l'oficina de turisme, o altres usos.

#### **Museu Etnològic del Montseny - La Gabella (Arbúcies).**

El Museu Etnològic del Montseny - La Gabella (MEMGA) és un centre d'exposició, conservació, difusió i investigació del patrimoni cultural del massís del Montseny, que es troba instal·lat en un edifici del segle XVII (1800m<sup>2</sup>) totalment restaurat i adaptat, situat al centre d'Arbúcies. Les sales d'exposició permanent, mostren els testimonis materials de les comunitats que han poblat el massís al llarg de la seva història.

El MEMGA és un ens autònom públic. El Patronat del Museu Etnològic del Montseny està integrat per l'Ajuntament d'Arbúcies (propietari de l'edifici de la seu central del museu), el Parc Natural del Montseny (Diputacions de Girona i Barcelona) i el Consell Comarcal de la Selva.

Equip estable del Museu (2020): 6 persones en plantilla, 2 contractades externament.

Pressupost d'ingressos (2020): 375.080€

Persones usuàries (2020): 19.010 visitants, 9.568 assistents a les activitats culturals i educatives.

### Actuacions i projectes clau:

#### *Objectiu específic 4.1:*

#### **Reforçar l'equip estable del Museu i ampliar-lo amb personal tècnic i auxiliar.**

Actualment l'equip del Museu el configuren una directora, que desenvolupa totes les funcions tècniques, una administrativa (80% del temps) i dues persones auxiliars a temps personal, una a un 20% que només fa atenció al públic els caps de setmana i festius alterns, i una segona a un 50% que fa atenció al públic els caps de setmana i festius restants i suport a la comunicació a xarxes la resta de jornada. **Falta personal tècnic per desenvolupar funcions museístiques i projectes de futur, i també cal regularitzar la categoria laboral de la direcció (actualment tècnic mig) a una categoria de tècnic superior**, perquè sigui adequada per les responsabilitats i la dedicació que exerceix, i també per adequar-se a la Llei de Museus.

#### **Les prioritats de nou personal tècnic són:**

- 1. Una persona responsable del programa educatiu adreçat a les escoles.** Encarregada de dinamitzar les reserves i activitats al voltant dels projectes conceptualitzats en els darrers anys per a la Casa Duran, principalment del projecte 'El meu cos és una casa' (una sèrie d'activitats i propostes pedagògiques que acosten l'alumnat a l'estudi i coneixement de la història local a partir de la narració oral d'històries) que està generant molta demanda, i del projecte "Diàlegs amb la Casa Duran" que demanda un major seguiment i desenvolupament educatiu. També seria la responsable de dissenyar projectes educatius i familiars de les exposicions temporals, i ha de tenir capacitat també per generar oferta educativa per a l'exposició Marc Márquez, Farinera i el Barroc a la ciutat i comarca. La demana creixent de projectes educatius de llarga durada reclamen tècnics que en facin la conceptualització però també el seguiment, l'avaluació i les correccions corresponents per adaptar-se a les demandes i necessitats.
- 2. Una persona responsable dels processos i activitats participatives per a la creació d'exposicions,** principalment dedicada a les intervencions pop-up al Carrer Major i per a la co-creació del nou Museu del Blat a la Farinera. Amb competències de desenvolupament d'exposicions i dinamització comunitària. Amb capacitat també de donar suport a la direcció, en un primer moment, en la remodelació d'espais expositius de la Casa Duran, i en el futur en els itineraris i espais interpretatius de la posada en valor del Barroc a Cervera i la comarca.
- 3. Una persona responsable del fons del Museu,** amb coneixements i experiència en conservació i en gestió de col·leccions, que s'encarregui de la instal·lació i manteniment d'una part dels fons històrics com a reserves visitables a la casa Duran, i un part dels fons etnogràfics com a reserves visitables a la Farinera. També haurà de col·laborar amb la direcció en la cerca de solucions per a la resta del fons, primer temporal (potser al dipòsit nacional de col·leccions arqueològiques de Cervera) i després permanent (centre de col·leccions mancomunat).

#### **Les prioritats pel que fa al personal de suport són:**

- 1. Una persona més totalment dedicada a l'atenció al públic (per realitzar tasques de taquilla, vigilància, control de reserves del servei regular de visites guiades i monitoratge d'alguna visita puntual o de reforç),** que s'afegeixi a la que ja hi ha. S'espera que aquesta persona pugui ser aportada per l'entorn Màrquez. L'ampliació de l'equip permetrà ampliar l'horari d'obertura, per no tancar els migdies dels caps de setmana ni dels festius. Facilitarà també l'ampliació de l'oferta del servei regular de visites guiades (ja que es preveu incloure una visita guiada al Carrer Major, i una visita guiada de descoberta del Barroc).

- 2. Una persona dedicada a l'administració, ampliant responsabilitats a la captació d'ajuts i preparació de convenis de partenariats i col·laboració, i capacitats de gestió i emprenedoria,** com demana la nova direcció estratègica i model comunitari. La convocatòria d'una plaça d'administratiu per a l'àrea de Cultura i Festes de la Paeria, pot ser una oportunitat per compartir aquesta persona, ara que les oficines de l'àrea es traslladaran al Museu.

**Altres tasques que s'hauran de reforçar o crear, de forma externa o col·laborativa,** i molt especialment reforçant les relacions i el treball transversal amb les àrees de Cultura, de Comunicació i de Promoció Econòmica de la Paeria.

- **Monitoratges i visites guiades.** El reforç de l'acció educativa i l'ampliació de les visites guiades demanarà personal extern per cobrir el servei.
- **Comunicació.** Mitjançant una combinació de suport del responsable de Comunicació de la Paeria (relacions amb la premsa i actes d'inauguració), suport de l'entorn Márquez (comunicació internacional de l'existència de l'exposició, i a la web), i contractació externa d'un *community manager* per les xarxes socials, que pugui dissenyar i implementar una estratègia digital.
- **Gestió de noves activitats a l'espai Cuina** ('Fem Pa Artesanal' i 'trobades-àpats'), i d'una petita **botiga de productes locals i tasts a la Farinera**, que poden ser realitzades en col·laboració amb professionals o creatius de la comarca i amb les àrees de Promoció Econòmica de la Paeria i del Consell Comarcal, així com amb el suport de l'OAC per atendre la botiga.

### Objectiu específic 4.2:

**Augmentar el pressupost per arribar als 300.000€ anuals, diversificant i ampliant el finançament.**

**Diversificar les aportacions públiques, aconseguint compromisos de finançament de diferents administracions:**

- **De la Paeria**, per a reforçar el nucli, i complir els mínims d'un museu registrat que compleix els requeriments de la Llei de Museus, i més per poder encarar el futur amb l'ambició que el patrimoni de Cervera es mereix. Finançament d'inversió per a la remodelació dels espais de la Casa Duran, finançament ordinari per a la programació al Carrer Major i contractació de personal (sigui amb contractació directa o contractació externa, incloent els ajuts que es puguin obtenir per a l'ocupació, com els de Garantia juvenil).
- **Del Consell Comarcal**, per desenvolupar la programació participativa del nou Museu del Blat, que reuneix agents de tota la comarca i benefici al desenvolupament rural sostenible. Amb aquest projecte es voldria recuperar i consolidar una assignació anual que es va perdre amb la crisi anterior, i que estaria condicionada a fer un treball d'abast comarcal. El Consell Comarcal podria també finançar una gestió compartida de serveis amb el Castell de Concabella (per exemple de les activitats escolars).

Nota: Aquest finançament és estratègic per encetar una acció territorial que permetria més endavant entrar en el programa de Museu de Suport Territorial de la Generalitat i obtenir més finançament d'aquesta institució. Aquesta nova funció del Museu reforçaria la capitalitat comarcal de Cervera (d'interès per a la Paeria) i oferir servei a tot el territori (d'interès per al Consell Comarcal).

- **De la Diputació de Lleida**, per continuar adequant i desenvolupant l'equipament de la Farinera després de la primera fase que es realitzarà el 2022.

- **De la Generalitat (Departament de Cultura, Servei de Museus)** per a nova museografia (de la Casa Duran o de l'exposició de referència del Barroc) i per crear un possible futur centre de col·leccions mancomunitat (liderat i gestionat des de la Xarxa de Museus de les terres de Lleida i Ara, per donar resposta a una preocupació comuna a tots els museus que en formen part i a la pròpia direcció general) que permeti allotjar les reserves i crear places de personal especialitzat. En el futur també, un cop desenvolupada l'acció territorial del Museu, la Generalitat pot aportar finançament per ampliar i consolidar aquesta acció en el territori, a través del programa de Museus de Suport Territorial.

**Incrementar els ingressos propis**, mitjançant una estratègia i una cultura de treball que encoratgi i doni suport a una visió comercial i emprenedora, entre el personal i els col·laboradors.

- Desenvolupar una **estratègia comercial** per desenvolupar fonts d'ingressos, amb un impuls a les activitats turístiques i la futura botiga a la Farinera, en partenariat amb agents del territori que ofereixen productes locals i serveis culturals. Inclouent:
  - L'estructuració d'una oferta d'experiències de qualitat 'a la carta' per a un públic turista cultural i familiar que pugui tenir rendiment econòmic. En col·laboració amb l'hoteleria i espais gastronòmics locals, amb atenció especial a la Casa Dalmases del Carrer Major.
  - Estudi de la viabilitat i el model de negoci d'una botiga amb productes de proximitat vinculada a la Farinera, en col·laboració amb productors locals, i amb una dimensió de venda online per ampliar mercats més enllà del públic presencial. També es pot plantejar com a plataforma de generació de negocis o incubadora, on es pot llançar una iniciativa d'intermediació en la promoció dels productors locals i la comercialització dels seus productes, presencialment a la botiga i digitalment amb la venda online.
- **Revisar la política de preus d'entrada** i estudiar un increment dels preus de les visites guiades a la Casa Duran (potser de 3€ a 5€) per cobrir una part més gran dels costos del monitoratge. Un canvi que aniria acompanyat de mesures de gratuïtat o preus socials per a determinats segments (joves fins a 18 anys i altres), a promocionar entre la comunitat local.

**Obtenir finançament privat en espècies de l'entorn Márquez**, per qüestions que afecten a la seva exposició (atenció al públic, assegurances, i promoció).

- Personal d'atenció al públic (vegeu objectiu específic 4.1).
- Cobertura d'assegurances dels materials exposats (aprofitant que l'empresa asseguradora és patrocinadora de Márquez).
- Comunicació per promocionar l'exposició en els mercats internacionals, associant-la a les oportunitats de projecció i comunicació de l'activitat dels germans Márquez.
- Renovació i ampliació de l'exposició permanent, per ubicar-la a l'espai adjacent a la Casa Duran, mitjançant el patrocini de l'entorn Márquez entre els seus patrocinadors.

**Ampliar el finançament d'ajuts i subvencions, d'àmbit català i europeu, mitjançant els projectes estratègics.**

- Considerar tornar a sol·licitar un ajut **Leader**, per l'alt encaix amb el projecte de la Farinera i el nou Museu del Blat (L'objectiu dels ajuts Leader és el foment d'inversions que generin activitat econòmica mitjançant accions adreçades a la reactivació econòmica i la creació d'ocupació, a establir polítiques específiques per als joves del món rural, a promoure accions dirigides a la mitigació i adaptació al canvi climàtic i la protecció dels recursos naturals, i a estimular la innovació i la transferència de coneixements en el sector agroalimentari).



- Incorporar els projectes d'alimentació saludable i sostenible del nou Museu del Blat a la Farinera (per exemple la botiga o els tallers de maridatge) dins el projecte europeu **Gustum**, en el que col·laboren diverses comarques catalanes, entre les que hi ha la Segarra, i que busca ajudar el producte artesà local amb tallers a les escoles, fires de proximitat i altres.
- Obtenció d'ajuts europeus per a projectes culturals vinculats al desenvolupament rural sostenible. Amb el suport del Museu de la Vida Rural de la Fundació Carulla, de l'Espluga de Francolí, que té interès en col·laborar en projectes d'aquest tipus i a més disposa d'una persona dedicada a la captació d'aquest tipus d'ajuts.
- Ampliació de la quantitat a obtenir anualment de l'Observatori Etnològic, per ajudar a finançar els projectes del nou Museu del Blat.

### **Objectiu específic 4.3:**

#### **Planificar el desenvolupament dels projectes i àrees de treball de forma integrada amb el pla estratègic.**

En el creixement del Museu caldrà dedicar esforços a la **planificació formal dels diferents àmbits de desenvolupament i projectes estratègics**. El temps que es dediqui a la planificació resultarà en una acció més reflexionada, més integrada i més efectiva, així com amb una major capacitat d'obtenir suports i finançament per a fer realitat els plans. Entre els principals plans a elaborar hi ha:

- Projecte museològic que posi les bases dels diferents programes i espais expositius del Museu. Amb desenvolupaments específics:
  - Projectes museogràfics per als espais expositius.
  - Estratègia d'implicació comunitària, incloent les intervencions participatives al Carrer Major (museus pop up) i el procés de co-creació del Museu del Blat.
  - Pla d'interpretació del Barroc a Cervera i la Segarra.
  - Projectes de conservació, recerca i difusió de la Casa Museu.
- Estratègia educativa, presencial i digital, per estructurar i desenvolupar un servei educatiu que generi narratives i experiències en els diferents àmbits temàtics del Museu.
- Estudis per ampliar el coneixement dels públics i orientar el desenvolupament de públics.
- Estratègia de desenvolupament turístic i comercial.
- Estratègia de normalització de les col·leccions, envers un centre de col·leccions mancomunat.
- Estratègia digital. Inclou les xarxes socials pròpies però també desenvolupar amb major projecció iniciatives com el podcast del Museu, la pertinença a la plataforma Museu obert, digitalitzar les col·leccions per fer-les accessibles online i altres projectes digitals.

També caldrà incorporar l'**avaluació** per a fer el seguiment sobre el progrés dels plans i obtenir dades sobre el seu impacte i resultats. Començant gradualment, amb petits passos, identificant els projectes i activitats més importants i començar a implementar la seva avaluació. Això requerirà dedicar una partida del pressupost d'aquests projectes, encara que sigui petita, a l'avaluació.

### **Objectiu específic 4.4:**

#### **Desenvolupar serveis i projectes clau del Museu mitjançant estratègies de cooperació i partenariat amb altres organitzacions amb objectius compartits o similars.**

**Ampliar els suports i assessoraments experts per desenvolupar els àmbits temàtics del Museu del Blat i del Barroc.** Ara hi ha l'oportunitat d'ampliar els suports a l'expertesa d'institucions de referència, per desenvolupar dos projectes estratègics:

- **Assessorament del MNACTEC per al projecte d'adequació i interpretació de la Farinera com a espai museístic.** Un suport que encaixa amb l'interès d'aquest museu nacional, que ja realitza assessoraments d'aquest tipus per al país i s'ha mostrat disposat a fer-ho amb Cervera, i que es podria estendre a més serveis si la Farinera acabés entrant dins la seva xarxa temàtica.
- **Assessorament de l'ICRPC per al projecte de posada en valor del Barroc a Cervera i la Segarra.** Un suport que ja s'ha iniciat amb l'exposició Artesans del Barroc i el catàleg de l'exposició, i que hauria de continuar amb el pla d'interpretació i el projecte futur d'exposició de referència a l'edifici de la Universitat.

**Estrènyer les relacions de treball amb diferents àrees de la Paeria, per desenvolupar projectes d'inversió en espais i programació:**

- **Reformar l'espai d'acollida de la Casa Duran en col·laboració amb Turisme.** Per a que l'espai actui de punt d'atenció turística al centre de la ciutat, i per a dissenyar la promoció turística i els paquets d'experiència de turisme cultural per a la descoberta de la ciutat.
- **Dissenyar i implementar una programació variada d'activitats a la Farinera, amb la vinculació de productors locals, en col·laboració amb Promoció Econòmica.**
- **Dissenyar i implementar una programació d'intervencions participatives al Carrer Major conjuntament amb Acció Social,** per implicar diferents col·lectius culturals i socials de la zona.
- **Dissenyar i implementar l'estratègia educativa del Museu, en col·laboració amb el Centre de Recursos Pedagògics i altres agents locals, en el marc del Pla d'entorn educatiu.**
- **Estratègia de col·laboració amb l'àrea de Cultura i Festes per la Setmana Cultural i altres festes.** Per alinear i coordinar millor les programacions i mancomunar les tasques logístiques.

**Continuar participant en els projectes cooperatius de les xarxes de museus, territorial i temàtica.** Són especialment estratègics:

- **Escenaris de la Història, de la Xarxa de Museus i Monuments de Catalunya, per guanyar visibilitat i atraure públics nous.** Aquest projecte connecta els museus i monuments de la xarxa, amb relats en clau de gènere, de poder i de creences, amb un aplicatiu digital. Cada museu en forma part amb un relat encarregat a una escriptora novelista, i inclou fotografies, vídeos, etc. El Museu hi participa amb la Casa Duran, que aporta un relat de la família burgesa en l'àmbit rural, i posteriorment amb la Universitat, amb un relat sobre la comunitat universitària. A partir d'aquest aplicatiu es podran generar altres productes i visites, que estimulin i enriqueixin l'experiència de visita del turista cultural.
- **Projectes comuns de recerca i expositius,** que permeten estudiar amb profunditat les col·leccions del Museu, i accedir a intervencions curatives o de restauració de les col·leccions que s'utilitzen en els projectes. En aquest sentit, els projectes de recerca i exposicions desenvolupats per la XMLLA són especialment estratègics ja que permeten millorar el coneixement de les col·leccions de cada museu i, al mateix temps, ajuden a visualitzar els equipaments i a generar productes de qualitat amb un segell de territori lleidatà molt marcat.

**Resoldre la situació de les col·leccions amb una estratègia en dues fases. Empènyer un projecte de Centre de Col·leccions mancomunat, que permeti disposar d'espais de reserva i personal i equipament de gestió de les col·leccions de forma cooperativa.**

L'espai de les reserves de col·leccions és tan deficitari que posa el fons en situació de risc, tal com s'ha argumentat en la diagnosi. Les tasques especialitzades de col·leccions (documentació, registre,

conservació preventiva, restauració, moviments, adquisicions, recerca, etc.), actualment es realitzen només parcialment i de forma discontinua en el temps, a causa de la falta de personal que s'hi dediqui en l'equip estable. Algunes tasques es realitzen mitjançant contractes externs o mitjançant serveis itinerants que proporcionen les xarxes (documentalista itinerant a la XTLLA i estandarització terminològica mitjançant el tesaurus que desenvolupa la Xarxa de Museus d'Història i Monuments).

L'aspiració és tenir els fons en les millors condicions i poder desenvolupar les funcions de forma estable i continuada en el marc d'un Centre de col·leccions mancomunat amb altres museus de l'entorn i amb el suport i finançament del Departament de Cultura de la Generalitat (Direcció General de Patrimoni Cultural, Servei de Museus i Protecció de Béns Mobles). Tanmateix, aquesta aspiració no és factible a curt termini, i mentrestant cal buscar solucions ràpides per superar la situació de risc de les col·leccions i allotjar-les en condicions de seguretat i d'accessibilitat. Per tant cal pensar d'arribar-hi en fases:

1. Hi ha l'opció d'ubicar part del fons en reserves visitables a la Casa Duran i a la Farinera, aprofitant els projectes de remodelació d'aquests espais. Aquesta solució incrementaria l'accés i s'enriquiria l'experiència de visita. Tenir el fons accessible permetria també oferir-lo com un recurs a utilitzar en els processos de co-creació, sigui de l'exposició permanent, d'exposicions temporals o d'activitats públiques o educatives. La part del fons restant potser es podria guardar provisionalment al Dipòsit de Patrimoni de la Generalitat a Cervera.
2. Impulsar converses amb museus registrats propers i amb el Servei de Museus de la Generalitat, per començar a projectar un centre de col·leccions plenament equipat pel que fa a instal·lacions i personal de col·leccions, que garantixi una custòdia de les col·leccions amb els millors estàndards professionals (Cal Trepat de Tàrraga com a una opció a explorar, suggerida pel Servei de Museus de la Generalitat).

### **Objectiu específic 4.5:**

**D'acord amb el model de museu social i comunitari, introduir formes de governança participativa i d'organització col·laborativa per implicar els grups d'interès (interns i externs).**

**Desenvolupar un model de governança participatiu.** En un moment de canvi cap a un museu social, en el qual s'espera que els museus s'impliquin en la societat i tinguin un paper clau en la comunitat, buscant satisfer necessitats i abordar reptes socials, treballant en col·laboració i impulsant la participació dels ciutadans, cal garantir una major autonomia o flexibilitat de gestió i una governança més participativa i menys jeràrquica. En tant que el Museu de Cervera és de gestió directa de la Paeria, caldrà trobar un equilibri i un encaix per a compatibilitzar aquest plantejament amb la presa de decisions municipal.

**Desenvolupar un model organitzatiu que estigui centrat en la comunitat i l'experiència de visita al Museu i a la ciutat.** (Vegeu proposta i gràfic a l'inici de l'apartat)

**Afavorir el voluntariat com una forma de participació ciutadana, i que alhora amplia la força de treball del Museu.** El projecte de co-creació de la Farinera, i també els projectes d'intervenció al Carrer Major (museus pop up) és probable que generin l'interès de persones que volen continuar ajudant després de participar en aquests projectes. Caldria vehicular aquest voluntariat a través d'una associació d'amics o una altra entitat, per complir amb la Llei catalana del Voluntariat.

**Desenvolupar una estratègia de relacions institucionals per facilitar la realització dels projectes estratègics.** És clau la relació amb els Serveis Territorials de Cultura de la Generalitat a Lleida per desbloquejar el futur ús de la Universitat per a usos patrimonials i museístics, ja que aquest edifici és titularitat de la Generalitat.

## 4. PROJECTES CLAU 2022-23

<b>1</b>	<b>Consolidar la Casa Duran com la seu central del Museu, amb una infraestructura renovada, un relat de ciutat i una presència al Carrer Major.</b>
<b>1.1.</b>	<b>Millorar, reordenar i optimitzar els espais de la casa Duran, i ampliar-los amb un espai adjacent</b>
<b>20 22</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Inici de la remodelació de la planta baixa del Museu de Cervera (c. Major, 115), amb una inversió de 60.000€ per part de la Paeria (30.000€ corresponents a l'exercici 2021 i 30.000€ a l'exercici 2022). A aquests imports es preveu poder comptar amb l'ajut de la Direcció General de Patrimoni per arribar a una aportació superior que permeti abordar l'adequació íntegra de tots els espais de planta baixa (millora de la recepció, remodelació de la sala d'exposicions dels dos nivells, conversió del nivell inferior en reserves visitables i transformació de la botiga en espai de trobada).</li> <li>● Formalització dels canvis proposats per a l'exposició Marc Márquez (canvi d'ubicació i actualització i millora museogràfica) i inici dels tractes per signar el contracte de lloguer del nou espai d'ampliació.</li> <li>● Remodelació del 2n pis amb el trasllat de les Regidories de Cultura i Festes de la Paeria: adequació dels despatxos de treball, de les sales de reunions i dels espais de servei com els lavabos (finançament per part de la Paeria).</li> <li>● Elaboració dels plànols per recuperar l'espai adjacent propietat de la Paeria i actualment tapiat, com a auditori d'actes de petit-mig format.</li> </ul>
<b>20 23</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Signatura d'un conveni plurianual (2023-2025) entre la Generalitat de Catalunya (Direcció General de Patrimoni) i la Paeria de Cervera plantejat en els següents termes i aportacions:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aportació anual de la Generalitat de Catalunya: 150.000€/any (durant el període 2023-2025)</li> <li>- Aportació anual de la Paeria de Cervera:                 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 50.000€/any (durant el període 2023-2025)</li> </ul> </li> </ul>             Aquestes aportacions serviran per donar cobertura als diferents objectius estratègics a desenvolupar per fases i previ aprovació anual de calendari de treball.           </li> <li>● Adequació de la Biblioteca d'Agustí Duran i Sanpere per a la seva visita i consulta, i adequació de l'auditori adjacent com a nou espai de xerrades, jornades i trobades de petit-mig format (Espai Diàlegs).</li> <li>● Disseny i producció museogràfica de la nova exposició de referència de l'espai central del Museu.</li> <li>● Disseny i muntatge de la nova exposició dels germans Márquez (amb el finançament de l'entorn Márquez i patrocinadors).</li> <li>● Adequació final de la recepció del Museu amb comunicació amb el nou espai Márquez.</li> </ul>

1

**Consolidar la Casa Duran com la seu central del Museu, amb una infraestructura renovada, un relat de ciutat i una presència al Carrer Major.**

**1.2. Sortir al carrer Major per dinamitzar-lo, amb instal·lacions pop-up i activitats.**

20  
22

- Creació de la ruta “descoberta del carrer Major de Cervera” que passarà a formar part de l’oferta educativa del Museu
- Formalització i inici dels partenariats per promoure les visites a altres cases senyorials del carrer Major:
  - ▶ Publicació del llibre sobre la Casa Solsona.
  - ▶ Conveni entre la Casa Solsona i la Paeria de Cervera per incloure la visita de la casa a l’oferta del Museu, de forma controlada i amb reserva
  - ▶ Proposta d’accions vinculada al conveni ja existent entre la Paeria de Cervera i la Casa Dalmases: visita i paquet gastronòmic
  - ▶ Inici de col·laboracions amb la residència de la Sagrada Família:
    - Assessorament expert per a la museïtzació de la casa natal de la Mare Janer
    - Possible incorporació de la casa Sabater o del Marqués de Capmany dins el circuit de visites a cases senyorials

20  
23

- Creació de noves rutes dins la web app A peu de Museu:
  - ▶ Ruta Agustí Duran i Sanpere, un treball constant per conèixer la ciutat.
  - ▶ La Cervera contemporània.
- Senyalització dels elements d’interès que formen part de les rutes temàtiques (establiment d’una normativa o llibre d’estil en coordinació amb la Regidoria de Turisme)
- Primers assajos d’instal·lacions pop-up:
  - ▶ Creació d’un grup participatiu amb els agents implicats.
  - ▶ Disseny d’un programa d’actuacions i muntatge i dinamitzador d’una primera intervenció.
  - ▶ Avaluació de la intervenció, seguiment i establiment de mesures correctives.

**2 Convertir la Farinera en un centre museístic d'esperit comunitari que reivindica la identitat agrícola de la Segarra des de la sostenibilitat.**

**2.1. Construir i dinamitzar el nou Museu del Blat a la Farinera, actualitzant el relat i les col·leccions amb un model participatiu comunitari.**

20  
22

- Adequació de la planta baixa de la Farinera, amb la creació de l'espai expositiu "El Museu del Blat en construcció". Aquesta acció forma part del projecte global finançat per un ajut Leader i per la Diputació de Lleida.
- Elaboració d'un primer full de ruta que dissenyi l'organització de l'espai, identifiqui els agents implicats i proposi un pla d'accions seqüenciat.
- Participació en la redacció del Pla Director de l'edifici, impulsat per la Paeria de Cervera.

20  
23

- Reforç de personal per dur a terme la gestió de l'espai en totes les seves dimensions: educativa, comunitària, productiva, etc...

Aquest reforç de personal es preveu aconseguir a través de línies d'ajut (per exemple, garantia juvenil), de la col·laboració amb el Consell Comarcal de la Segarra (ja que es tracta d'un projecte que sobrepasa en escriure l'àmbit local) i, en qualsevol cas, estarà supeditat a la disponibilitat pressupostària de la Paeria i a l'èxit de les negociacions per trobar partenariats. Remetem, per tant, a les estratègies previstes en els apartats Reptes claus (p. 18) i Objectiu estratègic 4 (p. 48-49), especialment les desenvolupades en els apartats 4.1 sobre el reforç de l'equip, i 4.2 sobre l'augment de pressupost.

- Creació del Consell Assessor Comunitari.
- Creació de la web del Museu del Blat, i posicionament digital.
- Contactes i prospeccions per a la signatura de possibles convenis de col·laboració amb altres institucions museístiques.



**2** **Convertir la Farinera en un centre museístic d'esperit comunitari que reivindica la identitat agrícola de la Segarra des de la sostenibilitat.**  
*(\*supeditat a la definició i aprovació del Pla Director de l'edifici)*

**2.2.** **Crear una experiència de visita vivencial, al voltant del pa i l'alimentació sostenible.**

**20  
22**

- Primer muntatge de la botiga-tast a la planta baixa de la Farinera.
- Inici del projecte "A taula de la Casa Duran" que podrà desplegar-se a la Farinera en anys posteriors.
- Vinculació i primeres col·laboracions amb el projecte europeu Gustum.

**20  
23**

- Activació de la cuina com a espai central del nou projecte de Museu del Blat, que impliqui a productors però també, i sobretot, a la comunitat educativa. Elaboració dels primers projectes "gastro-educatius".
- Crear una oferta d'experiència amb el desenvolupament de la botiga-tast i de la cuina, amb accions pròpies de nova creació, en col·laboració amb el departament de Promoció Econòmica de la Paeria i amb altres agents com pot ser l'empresa Sikarra nostra:
  - ▶ Programació estable de tallers a la cuina.
  - ▶ Trobada al voltant de la taula.
- Participació activa i consensuada a la fira del pa i el cereal. Fira de Sant Isidre de Cervera organitzada anualment per la regidoria de Fires de la Paeria de Cervera.

**2** **Convertir la Farinera en un centre museístic d'esperit comunitari que reivindica la identitat agrícola de la Segarra des de la sostenibilitat.**

**2.3.** **Restaurar i interpretar els espais i la maquinària conservada a la Farinera per obrir-los a la visita pública.**

**20  
22**

- Adequació d'un petit espai interpretatiu de la Farinera (segons el projecte Leader ja adjudicat).
- Contactes amb el MNACTEC per projectar possibles assessoraments que ajudin a dissenyar les inversions necessàries en la recuperació i conservació de la maquinària.

**20  
23**

- Estudi de l'estat de conservació, amb l'assessorament i la col·laboració del MNACTEC, i prospecció de possibles línies de finançament per desenvolupar la inversió en restauració, que obligatòriament, per la dimensió de la despesa, haurà de dissenyar-se en fases.
- Creació d'una oferta educativa sobre la fàbrica: procés de la farinera, arquitectura, sindicat agrícola, etc...
- Recerca de finançament per garantir la implementació del Pla Director en tot allò que faci referència al futur Museu del Blat i interpretació de la farinera.

**3 Posicionar Cervera i el Museu dins el panorama nacional de posada en valor de la Catalunya Barroca.**

**3.1. Construir el relat i planificar els espais interpretatius per explicar el Barroc a Cervera i la Segarra.**

20  
22

- Finalització de l'estudi de les col·leccions barroques del Museu, a càrrec del Dr. Francesc Miralpeix, des de l'ICRPC
- Potenciar la ruta temàtica Cervera Barroca entre el públic general i la comunitat educativa
- Dinamitzar nous relats vinculats amb aspectes rellevants de la Cervera en època moderna i desenvolupar-ne materials educatius innovadors i de qualitat:
  - La Impremta de Cervera. 300 anys de la Impremta de la Universitat. Exposició online inaugurada el desembre de 2021. Durant el 2022 es preveu l'activació de materials educatius.
  - Dinamitzar l'exposició Universio.
  - Entrada de la Universitat a l'aplicatiu Escenaris de la Història de la Xarxa de Museus d'Història i Monuments de Catalunya.

20  
23

- Col·leccions barroques en línia, a través de la plataforma Museu obert i estudi de noves accions de difusió.
- Noves intervencions en espais emblemàtics de la Universitat:
  - Desenvolupar el Visit Museum com àudio guia.
  - Millora de la senyalització interpretativa dels espais.
- Explorar possibles col·laboracions amb l'ACdPC per desenvolupar accions amb tecnologia immersiva i experiencial.
- Estratègies de relacions amb altres institucions del territori comarcal i nacional per enfortir el projecte Territori Barroc i el paper que hi haurà de jugar Cervera.

**3 Posicionar Cervera i el Museu dins el panorama nacional de posada en valor de la Catalunya Barroca.**

**3.2. Avançar progressivament en l'ús de l'edifici de la Universitat.**

20  
22

- Reforçar la governança de l'edifici participant en la creació i seguiment de l'òrgan gestor.
- Crear un grup de treball transversal amb altres departaments de la Paeria que contribueixi a l'obertura a la visita pública de l'edifici.
- Primer contacte amb la delegació de Cultura de la Generalitat de Catalunya per establir prioritats en els usos de l'edifici.

20  
23

- Buscar la implicació de l'ACdPC en la gestió de la Universitat.
- Crear un grup de treball transversal amb diferents agents implicats, tant locals com nacionals, per contribuir a la difusió i a la creació de nous relats vinculats amb el projecte Territori Barroc.

4

**Enfortir la capacitat organitzativa per estar millor posicionat per complir la missió i per desenvolupar els projectes de futur.**

**4.1. Reforçar l'equip estable del Museu i ampliar-lo amb personal tècnic i auxiliar.**

20  
22

- Reestructuració del personal en relació al trasllat de les Regidories de Cultura i Turisme de la Paeria.
- Elaboració d'un organigrama i proposta de despesa i finançament que, en cap cas, es planteja com una responsabilitat única de la Paeria de Cervera sinó que ha de comptar amb múltiples fonts de finançament i compromisos de diferents agents, tal i com s'exposa al llarg d'aquest document (veure Reptes claus, p. 18, i Objectiu estratègic 4, p. 48-49 on es proposen línies d'acció i finançament per reforçar l'equip i augmentar el pressupost de forma progressiva i segons disponibilitats.
- Adjudicació d'una contractació de Garantia Juvenil amb perfil de tècnic en educació i mediació, per part de la Paeria.
- Externalització de la gestió de xarxes socials del Museu, amb partida pressupostària ja aprovada del Museu.

20  
23

- Adjudicació d'una contractació de Garantia Juvenil, amb perfil d'agent comunitari i responsable de processos participatius (amb especial atenció al Museu del Blat), per part del Consell Comarcal.
- Ampliació de la plantilla amb els perfils descrits, de forma progressiva però constant per no desatendre el desenvolupament dels nous espais. Remetem altre cop a les línies estratègiques desenvolupades en els apartats anteriors, on s'exposen diferents possibilitats de millora de l'equip de gestió i del pressupost del Museu. Insistim en que aquesta acció sempre estarà condicionada a la disponibilitat pressupostària de la Paeria de Cervera i a l'èxit en les negociacions amb altres agents.
- Conveni de col·laboració amb l'entorn Márquez per garantir personal de suport i altres formes de suport.

4

**Enfortir la capacitat organitzativa per estar millor posicionat per complir la missió i per desenvolupar els projectes de futur.**

**4.2. Augmentar el pressupost.**

20  
22

- Contactes amb diferents institucions per diversificar les aportacions públiques: Paeria, Direcció General de Patrimoni de la Generalitat de Catalunya (veure proposta d'ajut per al 2022 i proposta de signatura de conveni plurianual per al 2023-2025).
- Signatura del conveni de col·laboració amb el Consell comarcal de la Segarra amb el qual ja s'han iniciat les converses i s'han començat a dissenyar accions conjuntes.
- Millora del finançament de la subvenció atorgada per la Direcció General de Patrimoni etnològic i Immaterial amb la presentació dels projectes clarament etnològics que proposa el nostre Pla Estratègic: projecte pop-museum, projecte Farinera.

20  
23

- Revisar la política de preus, tot aprofitant la inauguració de nous espais i la remodelació de la seu central del Museu.
- Obtenir finançament privat de l'entorn Márquez, tant per l'actualització de la nova exposició com per aspectes estructurals com personal, assegurances o difusió.
- Consolidació del finançament de la subvenció atorgada per la Direcció General de Patrimoni etnològic i Immaterial.



4

**Enfortir la capacitat organitzativa per estar millor posicionat per complir la missió i per desenvolupar els projectes de futur.**

4.3. **Planificar el desenvolupament dels projectes i àrees de treball.**

20  
22

- Participació activa en la comissió de treball sobre reserves mancomunades organitzada per la XMLLA.
- Planificació estratègica del servei educatiu del Museu.

20  
23

- Redacció d'un primer estat de la qüestió de les col·leccions del Museu per a l'estudi de les reserves mancomunades, en col·laboració i de forma coordinada amb la resta de museus de la XMLLA
- Ampliació dels suports i assessoraments d'experts en els diferents àmbits temàtics del Museu.

**Nota:**

**Objectius 4.4 i 4.5: les accions relatives a aquests objectius s'han incorporat dins d'altres objectius.**

## ANNEX: PARTICIPANTS EN EL PROCÉS DE PLANIFICACIÓ

### De la Paeria:

Joan Santacana. Paer en cap de Cervera.

Mercè Carulla. Regidora de Cultura.

### De l'equip del Museu i del grup motor (2019):

Carme Bergés. Directora del Museu.	Ramon Pijuan. Conservador-restaurador.
Ramon Royes. Anterior Paer en cap de Cervera.	Pere Verdés. Doctor en Història Medieval i Científic Titular de la IMF-CSIC.
Jaume Rossich. Anterior Regidor de Cultura.	Xavier Rivera. Director del Centre de Recursos Pedagògics de Cervera.
Marta Valls. Administrativa del Museu.	Lluís Bellas. Membre de la junta de Seny Major.
Mireia Pedro. Atenció al públic al Museu.	Estefania Balcells. Directora del Conservatori de Cervera.

### Entrevistes individuals i grups, en la fase de consulta als grups d'interès de la comunitat (2019):

Es van implicar en el procés un alt nombre d'agents i comunitats d'interès de l'àmbit local i comarcal. Es va crear un grup motor amb representants dels grups d'interès i es van realitzar grups de discussió, entrevistes:

- 10 persones, entre tècnics, regidors, consellers i alcaldes de diferents àmbits de la Paeria i el Consell Comarcal: Cultura, Educació, Turisme, Promoció econòmica, Serveis Socials, Comunicació, Gerència.
- 6 directors i caps d'estudi de les escoles i Instituts de Cervera.
- 4 persones clau de l'àmbit cultural de Cervera.

També van respondre una enquesta 29 persones 'amigues' del Museu, cultural popular, món jove, associacions de comerciants, associacions de nouvinguts.

### Entrevistes individuals i grupals, en la fase de consulta a experts i agents clau (2020-21):

Es van entrevistar experts i agents clau de cadascun dels àmbits temàtics del Museu:

- Casa-Museu: (representants de Cases Singulares, Cases Icòniques, Casa Amatller i Associació del Moble).
  - Isabel Vallès. Responsable de Cases Singulares.
  - Santi Alcolea. Director de la Casa Amatller.
  - Mònica Piera. Presidenta de l'Associació per a l'estudi del moble català.
- Exposició Márquez: 1 taula amb 2 persones de l'entorn Márquez (el manager del Marc Márquez i el cap del Fan Club).
  - Emili Alzamora. Manager de Marc Márquez.
  - Ramon Márquez. President del Fan Club.
- Museu del Blat:
  - Xavier Roigé. Professor de la UB, expert en museologia i antropologia.
  - Gemma Carbó. Directora del Museu de la Vida Rural de la Fundació Carulla (L'Espluga de Francolí).
  - Jaume Espinagosa. Director del Museu Cal Trepal, Museu de Tàrrega.
  - Daniel Espejo. Sikarra Nostra.
  - Marc Verdés. Antropòleg i investigador. Estudi de cas de La Garbiana.
  - Ramon Melgosa. Fundació Casa Dalmases.
- Barroc:
  - Magda Gassó, Servei de Museus i Protecció de Béns Mobles. Departament de Cultura. Generalitat de Catalunya
  - Joan Bosch, investigador de l'ICRPC i professor de la UdG. Co-redactor del projecte Territori Barroc.
  - Francesc Miralpeix, investigador de l'ICRPC i professor de la UdG. Comissari de l'exposició Artesans del Barroc. Co-redactor del projecte Territori Barroc.
- Museus de Territori:
  - Carme Alòs, Directora del Museu de la Noguera.
  - Jordi Abella, Director de l'Ecomuseu de les Valls d'Aneu.
  - David Castellana, Director del Museu de Guissona.

- Oriol Saula. Director del Museu de Tàrraga.
- Carles Garcia. Director del Museu del Ter.