

RESUMEN DE MISIONES POR ÁREAS

Es Baluard se esfuerza en construirse día a día como un lugar para la conservación, difusión y dinamización del patrimonio artístico y la cultura contemporánea del presente. Como entidad viva el personal del museo trabaja orgánicamente bajo la fórmula de procesos transversales a través de dos ejes: los proyectos y las estrategias. A nivel práctico los recursos humanos se dividen en áreas o departamentos en dos núcleos: los productores/desarrolladores de contenidos artísticos y de mediación (colección, exposiciones, educación, publicaciones, actividades...) y los gestores (administración, servicios, comunicación...).

Desarrollo Educativo, Formación y Acción Cultural

La Educación y Formación se entiende como un trabajo que parte de la función real de todo museo: investigar, difundir y dar a conocer, atendiendo a las necesidades de aproximar la historia, patrimonio y situación actual de la creación contemporánea. Este trabajo en simbiosis con las líneas programáticas de Es Baluard, se focaliza desde una perspectiva colaborativa y transdisciplinar que permite proyectos horizontales y permeables que sean el medium para decodificar lo que sucede en el mundo del arte a la sociedad y públicos usuarios o no para convertirlos en interlocutores reales y partícipes.

A otro nivel el área se ocupa con carácter especializado en la implementación de recursos formativos para los profesionales del medio y explorar en nuevas estrategias de trabajo.

Las actividades de acción cultural se centran en potenciar el tejido cultural balear y las industrias creativas y establecer vías de conocimiento con lo internacional e internacional a partir de los propios contenidos elaborados por el museo o por los diferentes colectivos con los que se trabaja desde la horizontalidad.

Artística: Exposiciones & Conservación

Las áreas de exposiciones y conservación trabajan a partir de las colecciones del museo para su control, preservación y difusión estableciendo con carácter paralelo el desarrollo de una serie de funciones y formatos de comunicación de las mismas o de la producción del diálogo constructivo con otras entidades públicas y privadas a través del formato de exposición, programas vinculados y otros soportes de difusión especializada o de divulgación expansiva.

Respecto a las Colecciones se centra en las funciones de investigación, documentación, conservación, restauración e incremento de las mismas basadas en la optimización de los espacios del propio museo y la colaboración con otros agentes.

Respecto a los programas de socialización en formato expositivo u otros, se activan con el uso de los espacios del complejo museístico siempre pensando en la proyección externa de rigurosidad respecto a las tendencias y el pensamiento crítico del arte nacional e internacional y la creación del sentido de pertenencia con los públicos de proximidad.

Relaciones externas

Su misión parte de las antiguas premisas que guiaban al área de marketing, para adaptarse a las actuales necesidades de los diferentes interlocutores y usuarios de los museos. Los tres ejes sobre los que se trabaja son: La visibilidad, el incremento de visitantes y fidelización de los mismos y la autofinanciación del museo. Entre estos últimos se encuentran los siguientes objetivos: rentabilizar el alquiler de los espacios del museo/servicios corporativos, atracción y convenios con patrocinadores y sponsors e Innovación en modelos.

Comunicación

Tiene por misión centralizar el sistema de información que el museo debe emitir y en *feedback* valorar la repercusión de imagen y funcionamiento a nivel externo y promover los mecanismos internos para que sus contenidos se visibilicen eficazmente.

Sus acciones pues se focalizan en cinco vertientes:

- 1- Hacer llegar la información de las actividades, exposiciones y movimientos que se generen en cuanto a programas o acciones vinculados a contenidos, visitas y funcionamiento del museo como prioridad básica. Esto se hace extensivo a los colectivos asociados, colaboradores y actividades externas
- 2- Supervisar el reflejo de estas acciones en los medios de comunicación, la sociedad local y las áreas de influencia previstas en el plan estratégico del museo
- 3- Ser receptor y emisor de las demandas de comunicación vinculadas a las bases de datos del museo y a los públicos a quienes captar
- 4- Coordinación de la información interna y visibilidad externa

Administración

Abarca desde la gestión administrativa de la Fundación, contrataciones, la gestión general de la infraestructura del museo y la coordinación de sus servicios internos y externos. Presta especial atención al control presupuestario, análisis de las desviaciones y control de gastos, y coordina el funcionamiento del equipo de mantenimiento del museo, la tienda y el servicio de atención al visitante y taquillas, así como los servicios prestados por empresas externas. Desde el principio Es Baluard se ha centrado en aplicar criterios de transparencia y visibilidad de sus planes de actuación, memorias, cuentas anuales, informes de auditoría y convocatorias.