

Nota de Prensa

Miguel Zugaza, Director del Museo Nacional del Prado, ha participado en el coloquio de la Fundación Euroamérica que ha llevado como título “El Museo del Prado. Respuestas a una nueva coyuntura”.

Miguel Zugaza: el arte como motor de la economía española.

- **El Prado es un pilar en el posicionamiento de la Marca España a nivel internacional.**
- **El museo consigue llegar a todos los públicos gracias al uso de las nuevas plataformas digitales.**
- **El Prado afronta la reducción de las subvenciones de la Administración y se prepara ante el nuevo Proyecto de Ley de Mecenazgo del Gobierno abriendo sus puertas los lunes e impulsando su presencia en el exterior.**

Madrid, 24 de febrero 2012 – Durante el coloquio organizado por la Fundación Euroamérica, patrocinado por Google y en el que estuvo presente el galardonado arquitecto Rafael Moneo, Miguel Zugaza señaló que, si ante la coyuntura económica actual, la Administración Pública no puede sostener las necesidades presupuestarias del Museo Nacional del Prado, será necesario desarrollar un nuevo pacto con la sociedad.

¿Qué papel juega la cultura en tiempos de crisis? Un asunto a debate tras el anuncio por parte del Gobierno de la nueva propuesta de Ley de Mecenazgo transmitida el pasado 17 de enero, que prevé reformas fiscales en profundidad, entre otras medidas de financiación. En torno a estas cuestiones se ha dirimido el coloquio.

El Director del Museo Nacional del Prado durante su discurso ha subrayado la necesidad de defender y establecer **un compromiso compartido entre la sociedad española y la Administración Pública** para mantener las instituciones culturales sin que pierdan su carácter público. Asimismo, Zugaza propone asumir con una mayor eficacia la nueva coyuntura económica **aprovechando un cambio extraordinario en el ámbito del conocimiento y comunicación** a través de la revolución digital.

El arte, insumo de conocimiento y motor de crecimiento económico

Miguel Zugaza ha centrado su discurso en la crisis económica actual y su afectación al arte y la cultura. El museo ha contado con un presupuesto de 42 millones de euros de los que el 50% eran financiados por la actividad del propio museo. El 50% restante lo otorgaba la administración pública. Pero la corresponsabilidad cultural entre la sociedad española y la cultura se rompe cuando la Administración no puede mantener el ritmo de

aportación y **reduce su presupuesto un 30%, es decir, unos 6 millones de euros al año.**

Ante la nueva coyuntura económica el Museo del Prado ha sufrido ciertos cambios y ha optado por desarrollar más su actividad con iniciativas como la apertura de todos los días de la semana y así mejorar el servicio público y beneficiar económicamente al museo. Esta medida supondrá para el museo la **recaudación adicional de 1,5 millones de euros**. Asimismo, el Director del Prado aseguró que la Comunidad de Madrid también saldrá beneficiada y obtendrá entre 80 y 90 millones de euros anuales gracias a la iniciativa tomada por la institución. Según ha afirmado Zugaza, el Prado ha decidido garantizar su propia sostenibilidad interpretando correctamente la dimensión que ocupa en el panorama cultural español. En una época de “fiebre de creación de museos” la institución española decidió **“apostar por una ampliación sin romper la identidad del propio museo y mantener la identidad conceptual originaria”**.

En la actualidad, el Museo Nacional del Prado debe cuidar dos dimensiones:

- **El posicionamiento que tiene la cultura dentro del conjunto de la economía:** España ha hecho un esfuerzo para crear plataformas de difusión del arte y la cultura y debe aprovecharse. **La cultura es un motor de la economía española** gracias a que nuestro país cuenta con un rico patrimonio y profesionales que pueden seguir generando economía además de cultura.
- El papel del **Prado dentro de la Marca España** y el posicionamiento de nuestro país en el mundo. Según Zugaza, la institución puede transmitir mensajes positivos para **“el nuevo asentamiento del crédito de España a nivel internacional”**.

El Prado: el salto necesario del modelo francés de los 70 a la era digital

La ampliación del Museo Nacional del Prado que desarrolló el arquitecto español **Rafael Moneo, premio Pritzker en 1996 y Medalla de Oro de la Arquitectura (CScae) en el año 2006**, y un cambio de naturaleza conceptual supuso una evolución en la institución incorporando nuevos instrumentos de gestión acordes con la demanda de la sociedad. Miguel Zugaza asegura **que no es la idea de museo de los ilustrados del siglo XVIII la que ha cambiado, lo que ha evolucionado es la relación de la sociedad con el museo**.

En los últimos años los grandes museos europeos han vivido una transformación en la que el Prado ha participado con retraso. Según Zugaza, **“este retraso le ha permitido modernizarse fijándose en el modelo de otros museos europeos y corregir sus defectos. Los museos han vivido un gran momento de cambio en el que han pasado de ser instituciones poco frecuentadas por la sociedad a despertar un súbito interés del público”**.

En España, poco a poco se ha desarrollado una corriente de arte de extraordinaria potencia y atractivo que ha dado lugar a nuevas instituciones culturales que, a su vez, han fomentado el gusto social por el arte y la cultura. El Director del Prado ha señalado que antes de la incorporación de estas nuevas instituciones, la institución recibía menos de un millón de visitantes, **frente al éxito de los 6 millones de visitas que recibió el año pasado**.

Por último, Miguel Zugaza ha apuntado que los museos tienen la vocación de llegar al mayor número de personas posibles, incluso a aquellas que no tienen oportunidad de visitar el museo, aunque sea a través de plataformas digitales. La incorporación de 14 obras del museo en alta resolución a través de Google Earth es muy importante en la labor de popularización y permite dar una respuesta a la nueva conyuntura.

A finales de los años setenta Francia constituyó un nuevo modelo de arte con el Museo del Louvre estableciéndose como una institución abierta a la sociedad que presentaba nuevos espacios para hacer satisfactoria la experiencia del público. España tomó como ejemplo este fenómeno para su transición democrática, y **presentó el Museo Nacional del Prado como el gran atractivo del país. Hoy recibe 6 millones de visitantes al año y se autofinancia en un 50%.**

La **Fundación Euroamérica** es una organización plural, independiente y sin ánimo de lucro, financiada por empresas que tienen inversiones en América, más la AECID y el ICEX, cuyo objetivo es estimular la cooperación y el entendimiento entre instituciones, empresarios y personalidades europeas y latinoamericanas, para fomentar las relaciones entre Europa y América, especialmente desde el sector privado.

Más información:

www.euroamerica.org

Contacto Prensa-Fundación Euroamérica:

Cristina Amor, Directora

Laura Laso: llaso@llorenteycuenca.com

Teléfono: 91 563 77 22

fundacioneuroamerica@llorenteycuenca.com