

Un nou projecte museístic construït des de la comunitat: estudis de públic i gestió interna del Museu del Calçat 2017-2018

Aina Ferrero Horrach

Universitat de les Illes Balears. Directora del Museu del Calçat i de la Indústria.
ana.fhorrach@gmail.com

Paraules clau: Inca, gestió cultural, estudis de públic, història industrial, mediació cultural, ecomuseu.

Resum. *Set anys després de la seva inauguració oficial l'any 2010, el Museu del Calçat d'Inca presentava una sèrie de deficiències notòries. Per fer front a les carències detectades i potenciar els aspectes positius, a finals de l'any 2017 es va plantejar una planificació estratègica mitjançant una diagnosi completa de la situació, l'establiment d'uns objectius, un estudi de públic i un pla d'acció tenint en compte alguns dels postulats dels ecomuseus que contempnen la participació activa de la pròpia comunitat que alberga el Museu en el procés de redefinició de la institució.*

Keywords: Inca, Cultural Management, Visitor Studies, Industrial History, Cultural Mediation, Ecomuseum.

Abstract. *Seven years after its official inauguration in 2010, the Inca Footwear Museum presented a series of notorious deficiencies. In order to face the deficiencies detected and to enhance the positive aspects, a strategic planning was considered, by the end of 2017, through a complete diagnosis of the situation, the establishment of objectives, visitor studies, and an action plan taking into account some of the postulates of the ecomuseums that contemplate the active participation of the community that houses the Museum in the process of redefining the institution.*

Examina les tradicions en el seu context històric global contemporani, en col·laboració estreta amb les mateixes comunitats

Michael Atwood Mason, museòleg i director de l'Smithsonian Institute per al foment del patrimoni cultural

1. INTRODUCCIÓ

Set anys després de la seva inauguració oficial l'any 2010, el Museu del Calçat d'Inca presentava una sèrie de carències notòries. En gestió cultural, com en qualsevol altre sector, la planificació estratègica és una passa essencial per tal d'ordenar, racionalitzar i millorar el desenvolupament d'una determinada institució. Es tracta d'un doble procés de diagnòstic i proposta que, com explica Goodstein (1998), cerca establir objectius per tal d'escollir el mitjà més apropiat per al seu assoliment amb un pla d'acció i recursos determinats.

Així doncs, el primer que es va plantejar, a finals del 2017, va ser la implementació d'un pla estratègic per tal d'avaluar la situació del Museu, establir objectius i determinar un pla d'acció que permetés optimitzar totes les seves potencialitats millorant-ne la gestió i el funcionament. Tenint en compte aquestes potencialitats i característiques intrínseques del Museu, la millora es plantejà des dels postulats dels ecomuseus.

El terme *ecomuseu* sorgí en els anys 60 i 70 entre dels cercles teòrics dels museòlegs francesos. El primer que donà una definició de l'ecomuseu fou Hughes de Varine-Bohan l'any 1971, durant una reunió preparatòria per organitzar la programació de la IX Conferència General del Consell Internacional dels Museus (ICOM): "Un ecomuseu és un centre museístic orientat sobre la identitat d'un territori i sustentat en la participació dels seus habitants, que ajuda al creixement del benestar i del desenvolupament de la comunitat."

També la definició de l'important museòleg Georges Henri Rivière (1985) contribueix a assentar les bases teòriques relatives a aquesta tipologia de museu: "Un ecomuseu és un instrument que el poder polític i la població conceben, fabriquen i exploten conjuntament. El poder, amb els experts, les instal·lacions i els recursos que posa a disposició; la població, segons les seves aspiracions, els seus coneixements i la seva idiosincràsia."

Posteriorment l'ICOM i la Xarxa Europea de Museus aportaren altres definicions sobre els ecomuseus, en les quals es destaca la importància de la participació de la comunitat, l'estudi del patrimoni d'una comunitat específica, interpretat per ella mateixa, i l'objectiu d'aconseguir un desenvolupament sostenible.

Els primers ecomuseus se situen a algunes ciutats industrials al nord de França com Le Creusot y Montçeau-les-Mines a partir d'experiències prèvies com els Skansen a Suècia, els Heimatmuseen alemanys o els *open-air*

museums holandesos i britànics.¹ Aquestes ciutats franceses, tal com explica Ramos & Fernandez (2013), s'havien vist afectades per la desindustrialització provocada per la postguerra, per la qual cosa es va pensar en la idea d'ocupar antics espais industrials abandonats per crear un museu que contàs la història de la regió comptant amb la participació dels seus habitants.

L'ecomuseografia tengué continuïtat en els nous corrents museològics de les dècades posteriors. La nova museologia dels anys 80 prengué algunes de les característiques iniciades pels ecomuseus tals com la inserció del museu en el seu medi popular, tenint com a objectiu bàsic una tasca social en la qual el desenvolupament de la pròpia comunitat que alberga el Museu és quelcom primordial.²

2. DIAGNOSI INICIAL

La primera passa seguida per dur a terme la planificació estratègica del Museu del Calçat a finals del 2017 va ser la realització d'una diagnosi de l'estat de la institució en els seus diversos departaments i àmbits de treball.

Així, a la diagnosi inicial s'avaluà la situació dels recursos humans, les col·leccions, l'exposició, la investigació, l'educació i l'acció cultural, la relació de l'entorn amb la comunitat, la comunicació i el màrqueting, les instal·lacions, els visitants, i el finançament i la sostenibilitat.

El Museu del Calçat d'Inca és un museu municipal de titularitat i gestió de l'Ajuntament d'Inca. El personal que l'integra ha estat format, d'una banda, per personal propi de l'Ajuntament, amb una regidora i un ordenança, i de l'altra, per la direcció del centre, contractada de manera externa a mitja jornada. A més, el Museu ha anat comptant amb altres treballadors gràcies a diversos programes de contractació temporal com el de Joves Qualificats del SOIB (jove menor de 30 anys amb estudis universitaris), SOIB Visibles (per a aturats de llarga durada majors de 35 anys), així com estudiants de pràctiques de Màster en Patrimoni Cultural i Grau en Història o Història de l'Art de la Universitat de les Illes Balears. El primer que cal remarcar, doncs, quant als recursos humans és la discontinuïtat del personal, accentuada pels freqüents canvis de direcció (quatre en set anys). Aquest fet ha dificultat, inevitablement, la consecució d'un programa de treball estable a mitjà o llarg termini, tot i la redacció de diferents projectes museològics sense materialitzar, el primer d'ells elaborat per la Universitat de les Illes Balears l'any 2003³ en vistes de la futura inauguració del Museu que havia de tenir lloc set anys més tard.

1 Romero, J. A. *La idea de museo en Georges Henri Rivière* [En línia] [Consulta dia 8 de desembre de 2018] Disponible a web: <http://www.thelightningmind.com/la-idea-de-museo-en-georges-henri-riviere/>

2 *Nova museologia a Enciclopèdia Catalana* [En línia] [Consulta dia 8 de desembre de 2018] <https://www.enciclopedia.cat/EC-GEC-0269154.xml>

3 L'any 2003 la Universitat de les Illes Balears va presentar un projecte museològic del Museu del Calçat i de les Arts Gràfiques d'Inca, encarregat per l'Ajuntament d'Inca mitjançant un acord de col·laboració de 24 d'octubre de 2002. Aquest va ser elaborat per Jaume Sureda Negre, Margalida Castells Valdivieso i Francesca Tugores Truyol.

Una de les particularitats del Museu del Calçat d'Inca és que el seu fons està format per objectes relacionats amb el món del calçat (maquinària industrial, eines manuals i semimanuals, dissenys, fotografies, documents, sabates, etc.), cedits o donats per empreses o particulars de la comarca, la majoria en el moment de la fundació del Museu i també durant els set anys següents.

Per tal de documentar adequadament tots els objectes que entren a formar part de la col·lecció dels museus, el procediment reglat per la Llei 4/2003, de 26 de març, de museus de les Illes Balears indica que aquests han de tenir llibres de registre en els quals s'han d'anotar els ingressos d'objectes per ordre cronològic d'entrada, tant de la col·lecció estable del centre com dels dipòsits. La situació, a finals del 2017, denotava un problema de registre amb inventaris fragmentaris i amb errors històrics de documentació.

L'exposició permanent de la col·lecció era, sens dubte, un dels punts més febles de tot el Museu. La maquinària industrial, les eines manuals i la mostra de sabates es presentaven de manera confusa i desordenada sense un discurs expositiu clar. A banda d'uns panells que explicaven alguns aspectes de la història del calçat a Mallorca de manera molt concisa i únicament en català, així com uns cartells amb el nom de la maquinària industrial en set idiomes diferents, no hi havia altres recursos de mediació o interpretació que explicassin als visitants el contingut del Museu. A més, el mobiliari expositiu no complia la normativa vigent d'accessibilitat, amb vitrines massa altes que impossibilitaven la visió tant a infants com a persones amb cadira de rodes.

Al llarg dels set anys de vida del Museu, les línies d'investigació impulsades des de la direcció del centre s'havien centrat en la fabricació d'espardenyes i, des de 2016, en les dones i la indústria, i en l'estudi i la documentació de la maquinària. Això s'havia materialitzat en algunes publicacions com l'*Estudi del fons del Museu del Calçat i de la Pell. Documentació de la col·lecció d'eines per a la fabricació de calçat* (2016),⁴ *Maquinària amb nom de dona. Estudi i documentació en perspectiva de gènere del fons industrial del Museu del Calçat i de la Pell* (2017)⁵ i en les exposicions temporals "Paisatges industrials" (2016) i "Les invisibles" (2017).

Des de l'any 2016 el Museu del Calçat havia iniciat una línia de treball encaminada a fomentar la participació de la comunitat en les seves activitats. Així, s'havia duit a terme una acció cultural destinada a programar activitats pensades per a diferents tipus de públic: tallers per als més petits, cinefòrums per als joves, explicació de la peça del mes per al públic més adult i trobades de dones sabateres destinades a persones de més edat vinculades al sector.⁶ A més, s'implementà un programa d'activitats educatives pensat per a visites escolars de tot Mallorca, inclòs dins el projecte "Viu la Cultura" de la

4 Realitzat per Sandra A. Rebassa Gelabert, Esperança Rosselló Hernández i Catalina Ginard Esteva.

5 Realitzat per Sandra A. Rebassa Gelabert, Esperança Rosselló Hernández i Catalina Ginard Esteva.

6 Memòria anual del Museu del Calçat 2017.

Conselleria de Cultura, Participació i Esports del Govern de les Illes Balears.

Durant aquest període el Museu va sortir al carrer per dur a terme activitats fora del seu recinte. Tota aquesta programació va fer que el Museu enfortís, al llarg del 2016 i 2017 durant la gestió de l'equip Noümen Cultura Participativa, els seus llaços amb la comunitat, fomentant un projecte social i cultural.

Un dels aspectes més importants de qualsevol institució és el de la comunicació i el màrqueting. Per la naturalesa municipal del Museu, aquest no pot disposar de xarxes socials pròpies, sinó que les notícies i continguts que genera són passats al departament de comunicació de l'Ajuntament d'Inca, que s'encarrega de fer-ne difusió a través de comunicats de premsa o dins la mateixa xarxa unitària que la resta de regidories i departaments de tot l'Ajuntament. Aquest fet dificulta la fluïdesa de la difusió i la comunicació de les activitats i notícies del Museu. D'altra banda, a finals del 2017 el Museu comptava amb una pàgina web obsoleta i poc funcional, amb continguts desfasats i amb manca d'informació pràctica relativa al Museu.

Com s'ha dit, el Museu del Calçat va ser inaugurat l'any 2010 a l'antic quarter del General Luque. El quarter havia estat rehabilitat amb el propòsit específic d'acollir un centre museístic. Es tracta d'un espai ampli que consta de sala d'exposicions temporals, sala d'exposició permanent, sala de conferències, magatzem, oficines, banys i taller.

A finals de l'any 2017, l'edifici de 2.000 m² construïts que acull el Museu del Calçat era utilitzat no sols com un equipament per dur a terme exposicions i activitats culturals, sinó que, a més, part de les seves infraestructures eren utilitzades per a qüestions alienes al Museu. Les oficines eren utilitzades per realitzar gestions de la Regidoria de Mercats i Fires, i per efectuar consultes relatives a l'IBAVI. Aquest fet provocava que en nombroses ocasions el *hall* del Museu es veiés col·lapsat de persones esperant a ser ateses. La sala d'actes era cedida de manera gratuïta per a activitats no relacionades amb la programació. Fins i tot la sala d'exposicions temporals i la permanent eren cedides ocasionalment per a aquest tipus d'activitats alienes a la programació pròpia del Museu, fet que posava en risc, així mateix, la integritat de la col·lecció patrimonial exposada i interferia en la visita del públic. El magatzem del Museu no sols albergava objectes i documents custodiats al centre, sinó que també era emprat per deixar material d'altres àrees de l'Ajuntament d'Inca, la qual cosa dificultava la correcta conservació dels béns patrimonials de la col·lecció del Museu. Finalment, el taller era emprat per a la impartició de cursos de formació sobre l'ofici de sabater destinat a joves de la comarca.

D'altra banda, la senyalització exterior del Museu no era clara i es prestava a confusions. Les indicacions per arribar-hi amb vehicle no guiaven de manera efectiva, i no hi havia cap panell informatiu a l'exterior de l'edifici que indicàs que a l'interior hi havia un museu.

Des de la seva inauguració l'any 2010, el Museu no havia tengut un sistema

fiable de recompte de visitants. Aquests es comptaven de manera manual pel personal situat a la recepció. Com s'ha explicat, dins del recinte del Museu es duïen a terme altres funcions extramuseístiques relatives a diversos departaments de l'Ajuntament d'Inca, així com altres activitats alienes a la programació del Museu com a conseqüència de la cessió gratuïta d'espais. Això comportava que el hall sovint estigués ple de persones sense intenció d'anar al Museu que es confonien amb les que sí venien a visitar-lo.

Segons els registres disponibles de visitants, l'any 2010 el Museu va rebre 1.490 visitants;⁷ l'any 2014, 10.101 visitants; el 2015, 9.699; el 2016, 7.847; i l'any 2017, 12.278. S'aprecia, per tant, un creixement anual desigual.

Quant al finançament i la sostenibilitat, el Museu del Calçat disposava l'any 2017 de 58.000 EUR anuals dotats per l'Ajuntament d'Inca. En aquesta quantitat estaven incloses no sols les despeses relatives a investigació, documentació, activitats, programació, exposicions, conservació i restauració, adquisicions i difusió, sinó també les de la contractació de la directora a mitja jornada i el manteniment de tota la infraestructura de l'edifici. Aquesta quantitat pressupostària era completada mitjançant la concessió de diverses subvencions per part del Consell de Mallorca.

Tot i que al Pla d'Execució del Museu del Calçat d'Inca redactat per la UIB l'any 2003⁸ es preveia que el Museu pogués generar ingressos propis mitjançant la concessió de locals comercials, amb els ingressos per taquilla (3 EUR per als no residents), el lloguer de les sales de conferències, la venda de catàlegs i altres publicacions, a finals del 2017, el Museu no generava cap ingrés. No s'havia realitzat cap concessió d'espais, l'entrada era gratuïta, la sala de conferències se cedia sense cap cost i no es disposava de tenda.

3. OBJECTIUS

Una vegada realitzada la diagnosi inicial, s'establiren, al desembre del 2017, una sèrie d'objectius que hauran de guiar la gestió del Museu amb el propòsit de millorar el seu funcionament.

El primer de tot que s'eleva a conclusió és el fet que, tot i que el Museu presenta deficiències, té diverses característiques que fan que potencialment la seva gestió es pugui reorientar cap als postulats de l'ecomuseografia: es tracta d'un museu municipal dirigit per un especialista extern; es troba rehabilitant un antic espai inutilitzat ara reconvertit en museu; la seva col·lecció patrimonial ha estat íntegrament donada o cedida per particulars o empreses de la comunitat; parla de la identitat i la història industrial de la comarca, ara sofrint moments de dificultat; té a les seves instal·lacions un taller on s'ensenya als joves l'ofici de sabater/a; i durant els anys 2016 i 2017

7 Museu del Calçat. 2010. "Memòria de les actuacions". Publicació inèdita.

8 Sureda, Jaume; Castells, Margalida; Tugores, Francesca. 2003. "Pla d'Execució del Museu del Calçat d'Inca."

s'inicia un treball social d'apropament del Museu al poble. Tot i això, a finals del 2017 encara manquen diversos aspectes fonamentals per tal que el d'Inca es redefineixi com a ecomuseu: que la comunitat que l'alberga tenguí un paper actiu a l'hora de decidir com ha de ser mostrat el seu patrimoni i la seva història, i que el Museu es converteixi en un actiu per al desenvolupament socioeconòmic de la comarca.

Així doncs, s'estableix com a objectiu principal per al 2018 la reorientació del Museu del Calçat a partir dels postulats de l'ecomuseografia i la millora en la seva gestió. A partir d'aquest objectiu principal es fixen una sèrie d'objectius secundaris articulats segons els departaments i àmbits de treball del Museu: Per a l'any 2018 s'estableix com a prioritat el treball intern del Museu. Això

Reglament	Regulació dels usos del Museu.
Col·leccions i conservació	Ampliació de l'àmbit temàtic i geogràfic de la col·lecció del Museu per tal que inclogui no sols el calçat, sinó també les seves indústries auxiliars de tota la comarca del Raiguer. Restauració i conservació preventiva dels objectes en paper.
Exposició	Canvi de la museografia de l'exposició permanent a partir de les demandes i necessitats de la comunitat d'Inca.
Investigació	Documentació dels processos de fabricació del calçat amb la maquinària del Museu. Revisió de l'inventari.
Educació i acció cultural	Creació de nous recursos de mediació i interpretació del patrimoni del Museu a partir de la col·laboració entre experts i especialistes locals del món del calçat.
Comunicació i màrqueting	Millora de la pàgina web del Museu.
Finançament i sostenibilitat	Recerca de patrocinis i subvencions.
Relació del Museu amb l'entorn i la comunitat	Consolidació de xarxes i col·laboracions. Fer del Museu un agent que ajudi a la reactivació de la indústria de la zona.

Taula 1. Objectius del Museu del Calçat per a l'any 2018

implica el sacrifici del treball de difusió i acció cultural, que es deixa com a objectiu prioritari de cara a la futura gestió de l'any 2019.

4. ESTUDI DE PÚBLIC

Duita a terme la diagnosi inicial i l'establiment d'uns objectius, es determina la necessitat de dur a terme un estudi de públic rigorós a partir de la utilització de diferents tècniques. Es tracta de veure si les necessitats detectades per part de la direcció del centre es corresponen amb la realitat i la percepció dels visitants i potencials usuaris del Museu.

L'estudi de públic⁹ que es planteja contempla quatre parts diferenciades. Primer de tot es duu a terme una enquesta pilot per provar les preguntes que s'utilitzaran posteriorment a un sondeig telefònic del públic potencial a partir del padró d'Inca, i del qual s'obtenen els participants dels . Paral·lelament a tot aquest procés es realitza una enquesta als visitants reals del Museu.

4.1. Enquesta pilot

L'enquesta pilot va tenir lloc el Dijous Bo de 2017, amb data de 16 de novembre. L'objectiu era provar les preguntes que posteriorment es farien a les enquestes telefòniques, per tal d'esbrinar el problema d'investigació plantejat: quina és la percepció social del Museu del Calçat d'Inca?

L'enquesta es dugué a terme amb una mostra accidental de subjectes residents i no residents a Inca, i s'aconseguí un total de 73 respostes.

Durant el transcurs de l'enquesta es demanà als enquestats si coneixien específicament el Museu del Calçat d'Inca. Davant un plantejament tan directe, el 88 % dels inquerers i el 50 % dels no inquerers demanats contestà que sí coneixia el Museu esmentat.

Quan es demanà quina era l'opinió que es tenia d'aquest museu mitjançant una pregunta oberta (sense respostes predeterminades), més de la meitat¹⁰ dels enquestats no tenia formada cap opinió al respecte, cosa que podria indicar que realment no coneixien el Museu.

A partir de l'anàlisi de les respostes i l'observació del comportament dels enquestats, es decidí fer alguns canvis en el plantejament de les preguntes

9 En aquesta comunicació no es realitza una anàlisi exhaustiva de tots els resultats dels diversos estudis de públic propis realitzats al Museu, sinó una selecció de les preguntes i respostes més significatives. Algunes de les preguntes i el tipus d'escala de valor es prenen dels qüestionaris realitzats pel Laboratorio Permanente de Público de Museos del Minsiteri de Cultura d'Espanya, en els seus estudis de públic als museus estatals. D'aquesta manera es permet comparar els resultats obtinguts a Inca amb els d'altres museus del país. [En línia] [Consulta dia 15 de novembre de 2018] Disponible a web: <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/museos/mc/laboratorio-museos/publicaciones/informes.html>

10 El 56,82 %.

que s'havien d'utilitzar en el sondeig telefònic. Així, es considerarà oportú que en la futura enquesta telefònica no es demanàs específicament pel Museu del Calçat d'Inca per tal de no condicionar la resposta donant una pista de la seva existència.

La realització d'aquesta enquesta pilot resultà molt útil, ja que gràcies a ella es detectaren alguns errors en la formulació de preguntes que es milloraren de cara a la posterior enquesta telefònica.

4.2. Sondeig telefònic

Una vegada reajustades les preguntes i feta una feina prèvia per a la selecció aleatòria de la mostra de persones que serien telefonades per a la realització de l'estudi, es començà el sondeig telefònic el dia 26 de gener de 2018.

La mostra s'obtingué a partir d'un mostreig aleatori representant edat i gènere a partir del padró d'Inca: es tractava d'un mostreig estratificat proporcional. S'aconseguí que responguessin al telèfon 196 persones, de les quals sols accediren a fer l'enquesta 162.

Amb aquesta mostra s'assolí un nivell de confiança del 90 % i un marge d'error acceptat del 6,5 %.¹¹

Les preguntes d'aquesta enquesta cercaven no sols esbrinar quina era la percepció social del Museu del Calçat entre els habitants d'Inca (si el coneixien, si hi havien estat, què pensaven d'ell, etc.), sinó també determinar diferents perfils de públic real i potencial del Museu mitjançant preguntes relatives a consum cultural general que permetien posar en perspectiva l'anàlisi dels resultats.

Per tal de no influir en les respostes dels enquestats, l'enquestador iniciava la conversa explicant que es tractava d'una enquesta de l'Ajuntament d'Inca sobre hàbits culturals, sense identificar-se específicament com a personal del Museu del Calçat.

Quant als hàbits culturals, es demanà als enquestats que valorassin de l'1 al 10 (essent 1 el valor mínim i 10 el valor màxim), segons la seva preferència, diferents activitats culturals. Anar a concerts de música i al cinema foren les activitats preferides pels inquers,¹² mentre que visitar galeries, anar a conferències i tertúlies, i visitar museus foren les activitats menys valorades.¹³

Es demanà que els enquestats associassin "museu" a alguna paraula o

¹¹ *Calculadora de muestra* [En línia] [Consulta dia 15 de novembre de 2018] Disponible a web: <https://www.netquest.com/es/gracias-calculadora-muestra>

¹² Amb una puntuació sobre 10 de 7,61 i 7,31 respectivament.

¹³ Amb una puntuació sobre 10 de 5,57, 5,59 i 5,78.

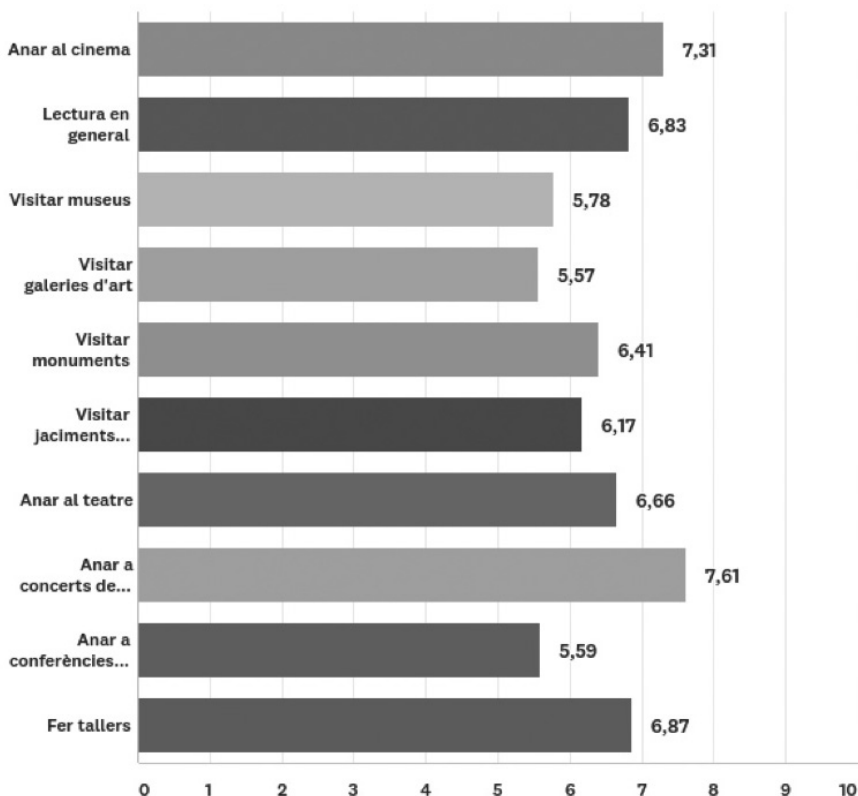


Fig. 1. Gràfic de les preferències culturals dels inquers

concepte. El 61,84 % de les respostes lliures (no es donà cap opció de resposta predeterminada) relacionava la paraula museu amb l'art. Sols el 5,26 % dels enquestats associava la paraula museu al calçat i el 2,63 %, a la història.

Les preguntes específiques sobre museus mostraren que la gran majoria¹⁴ dels inquers no visitava mai o quasi mai un museu al seu lloc de residència habitual (s'entén, a Mallorca). En canvi, els resultats evidenciaren que els inquers eren més propensos a visitar museus quan es trobaven de viatge.¹⁵

Quant a la darrera vegada que van visitar un museu, cal dir que 1 de cada 4 enquestats digué no haver visitat un museu mai o quasi mai. El 40,40 % de les persones demanades indicà que va visitar un museu fa més d'un any i sols el 12,58 % explicà que ho havia fet dins l'últim trimestre. A més, en relació amb la ubicació del darrer museu visitat, sols el 5,68 % digué que es tractava d'un museu a Inca. La majoria¹⁶ dels enquestats contestà que la darrera vegada que havia visitat museu havia estat a Espanya, però no a Balears.

¹⁴ El 83,44 %.

¹⁵ El 55,26 % dels enquestats contestà que visitava museus amb freqüència o molta freqüència quan es trobava de viatge.

¹⁶ El 44,32 %.

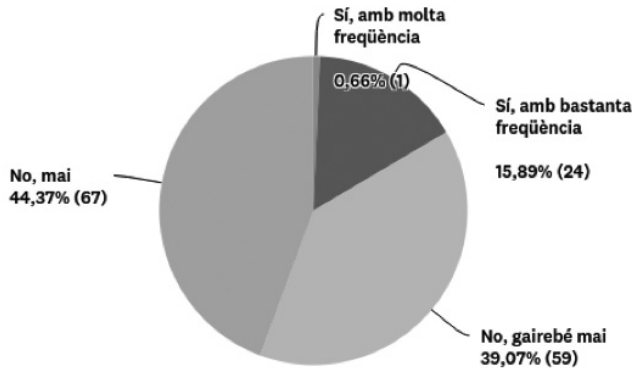


Fig. 2. Freqüència de la visita a museus a Mallorca

Una de les preguntes més importants era la relativa a la coneixença d'algun museu a Inca. Segons els resultats, 6 de cada 10 enquestats¹⁷ respongué no conèixer cap museu en aquesta ciutat.

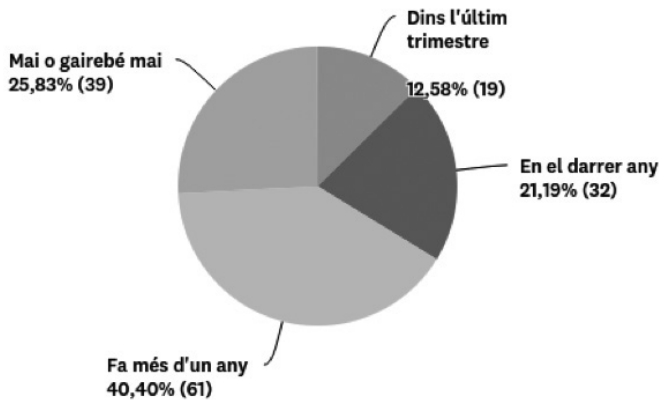


Fig. 3. Darrera vegada de la visita a un museu

Quan es demanà ja específicament si es coneixia el Museu del Calçat, el 75,33 % dels enquestats afirmà haver-ne sentit parlar.

D'entre les persones que digueren sí conèixer el Museu del Calçat, 1 de cada 3¹⁸ afirmà no haver-hi estat mai, i 1 de cada 4¹⁹ contestà que l'havia visitat feia més de dos anys. Sols el 9,01 % afirmà haver visitat el Museu en els últims tres mesos.²⁰

Finalment, es demanà a les persones que sí que havien estat al Museu si consideraven que aquest representava la seva història o la de la ciutat: 7 de cada 10 de les respostes respongueren que sí.²¹

17 El 58,22 %.

18 El 33,33 %.

19 El 25,23 %.

20 El 65,75 %.

21 El 68,49 %.

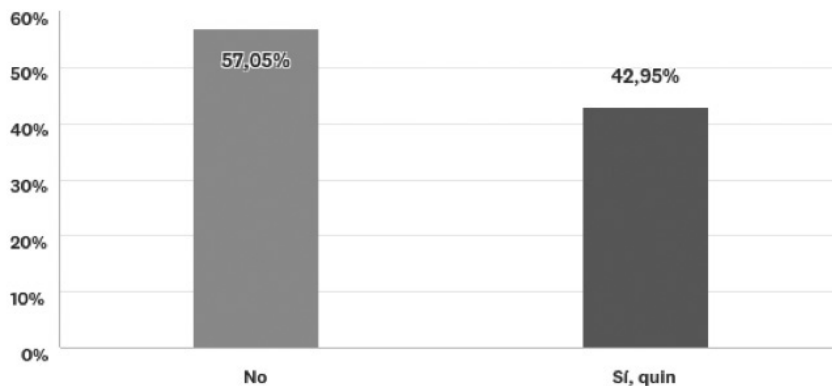


Fig. 4. Respostes de la pregunta: "Coneix el nom d'algun museu a Inca?"

4.3. Focus group

Una vegada realitzada l'enquesta es demanà a cada enquestat si voldria participar en una fase posterior de l'estudi, consistent en la visita del Museu i una reunió grupal en un ambient distès per parlar de les impressions obtingudes durant aquesta visita a partir d'una sèrie de preguntes preparades per iniciar i dinamitzar la conversa; és el que es coneix amb el nom de *focus group*. Per tal de dur a terme satisfactòriament aquest mètode d'avaluació, es tenen en compte les aportacions de León y Montero (2002) a la seva fonamental obra *Métodos de investigación en Psicología y Educación*.

De les 196 persones amb qui s'aconseguí contactar durant la fase del sondeig telefònic, 69 accediren a realitzar el *focus group*; es constatà l'abandonament normal de participants com a conseqüència de les característiques de l'acció de la investigació.



Fig. 5. Focus group del personal del Museu

A partir de les preguntes relatives als hàbits culturals dels enquestats, es diferenciaren dos tipus de públic potencial del Museu: els visitants amb hàbits culturals consolidats i els visitants sense hàbits culturals. L'objectiu és dividir els participants dels focus group en aquests dos tipus de perfil diferent a l'hora d'organitzar les visites i les reunions. Així, s'establiren tres focus group per als no consumidors culturals, plantejats els dies 8 de juny, 6 i 7 de juliol de 2018, i un altre per als consumidors culturals el 23 de juny de 2018.

A més, s'hi afegí un nou grup, en aquest cas, el del personal del Museu, per tal de fer-ne una avaluació interna des de la perspectiva dels propis treballadors. Aquesta reunió tengué lloc el 24 de maig de 2018.

D'aquesta primera reunió s'extragueren algunes conclusions interessants compartides pels treballadors. La manca de personal i les conseqüències negatives que això comportava a nivell de funcionament del centre fou una de les impressions que més es repetí durant tota la sessió. Els treballadors afirmaren sentir-se desbordats amb les feines encomanades i digueren no donar l'abast. Són plenament conscients de les necessitats que té el Museu, i per aquest motiu expressaren sentir-se frustrats per no poder dur a terme tot el que creuen que s'hauria de fer.

Els *focus group* dels consumidors i no consumidors culturals es desenvoluparen correctament, tot i que novament es perderen participants en el moment en què havien d'assistir a les sessions. Així i tot, l'experiència fou molt satisfactòria i s'obtingueren dades molt útils de cara a la nova concepció de la museografia permanent. El guió de preguntes preparat per tal d'iniciar la conversa, dinamitzant i fomentant la interactuació dels participants, comprenia qüestions com "quina creu que és la funció dels museus?", "havia vingut prèviament al Museu?", "quina ha estat la primera impressió que ha tingut en visitar el Museu?", "què és el millor i el pitjor que té el Museu?", "ha comprès el contingut de l'exposició?", "com creu que es podria millorar l'exposició?", "com li agradaria que fos el Museu?", "com valoraria el Museu?", "recomanaria la visita al Museu?", "per què creu que és important aquest Museu?"

A continuació, es transcriuen algunes de les respostes dels participants al *focus group*:

Visitando el museo he recordado como mi madre hacía trenzado, de hecho, todas las mujeres de Montuiri hacían trenzado para una fábrica de Inca, me suena algo de Seguí. Cada semana venía un señor con una furgoneta y recogía el trabajo. Las mujeres se ponían en la puerta de sus casas sentadas en una silla en la calle. Este trabajo lo hacían mi madre, mi madrina y mi abuela, y se ganaban un dinerillo (Juan, 46 anys).

Mira que ja havia estat al Museu, però quan he entrat a l'edifici no

estava ni segur que això fos el Museu (Enric, 32 anys).

Hay muchas piezas que tienen el nombre, pero ninguna tiene una explicación clara de para qué se usaba, tampoco están clasificadas por año, ni por época. Ninguna pone de qué año era, ni para qué se usaba (Eva, 41 anys).

Faltan más imágenes. Nos gustaría ver más fotos. Con una foto delante puedes ponerte en la piel (Ayelen, 14 anys).

Me ha parecido un museo muy vacío, demasiado blanco. Muy frío (Nerea, 14 anys, estudiant).

No hemos leído todos los paneles porque no son muy llamativos. Pasan desapercibidos y no quedan claros. Está todo mezclado. El título está poco claro (Eva, 41 anys).

Per a mi és important aquest Museu perquè vull que el meu fill conegui com es van guanyar la vida els seus avis i besavis, i el que van haver de passar per aconseguir el que van tenir (Magdalena, 32 anys).

A algú que estigués acostumat a visitar museus no li recomanaria la visita d'aquest museu tal com està actualment (Manuela, 60 anys, sabatera).

Fragment de conversa entre un pare i una filla participants:

Juan (46): Este Museo cuenta la historia de los zapatos y la historia de la ciudad de Inca.

Nerea (14): Pero la historia de los zapatos no es la historia de Inca.

Juan (46): Te equivocas; la historia de Inca es la historia del Calzado. Antes la mayoría de la gente se dedicaba a los zapatos. En Inca, todo eran zapatos y galletas.

Del *focus group* s'extraguaren importants conclusions que han estat tengudes en compte a l'hora de conceptualitzar la nova museografia de l'exposició permanent.

El primer a destacar és que les respostes dels participants amb perfil de consumidors culturals i no consumidors culturals coincideixen en molts d'aspectes. El principal punt en comú és la valoració positiva de l'espai diàfan i lluminós que alberga el Museu, els objectes continguts i la història que representa. Consideren que el Museu és important perquè és un lloc que serveix per recordar el passat i preservar la memòria. D'altra banda, la queixa per la manca d'explicacions sobre el funcionament de les màquines i la resta d'objectes és una de les qüestions més repetides entre tots els participants. Desitjarien que el Museu tingués més imatges, més fotografies, recursos interactius, vídeos amb documentals sobre la temàtica, més color i, sobretot,

més explicacions. De la realització del focus group amb participants de diferents edats s'aprecia un tall generacional bastant evident: mentre que els participants de mitjana i tercera edat associen indubtablement Inca amb el calçat, els més joves no entenen aquesta associació i creuen que no és correcta.

Els participants considerats com a no consumidors culturals creuen que falta senyalització interior i exterior que faciliti la trobada del Museu. A més, es queixen de la manca de mobiliari de descans i de la falta de difusió de la programació del Museu, atès que no consulten els seus canals habituals de difusió de les activitats: el totDinca i la web de l'Ajuntament.

Els participants consumidors culturals mostren la seva preocupació per transmetre la seva història i identitat, per la qual cosa atorguen valor als museus per la seva capacitat per conservar el patrimoni i contar la història a les generacions del futur. A més, expressen el desig que el Museu atregui gent, no sols del poble, sinó també de fora d'Inca.



Fig. 6. Sessió de focus group al Museu: reunió després de la visita

4.4. Enquestes als visitants reals del Museu

Paral·lelament a la realització del sondeig telefònic i dels *focus group*, el gener de 2018 s'inicià la realització d'enquestes als visitants reals del Museu. Les enquestes estan disponibles en català, castellà, anglès, alemany i francès. Una vegada que els visitants han realitzat la seva visita al Museu, se'ls demana si volen completar una enquesta, que han de realitzar de manera autònoma amb un iPad o bé en paper, segons les seves preferències.



Fig. 7. Visitants realitzant l'enquesta durant el 2018

Des de gener de 2018 fins a l'octubre²² del mateix any s'obtingueren 500 respostes. Tenint en compte que la població d'estudi és 12.000 persones,²³ aquesta mostra permet obtenir uns resultats amb un marge d'error acceptat del 5 % i un nivell de confiança del 97,7 %.²⁴

Segons els resultats de l'enquesta, els visitants del Museu no són reincidents. Més de 9 de cada 10 persones²⁵ enquestades ha visitat el Museu per primera vegada.

La majoria²⁶ dels visitants visita el Museu en parella, o, en menor mesura, acompanyat per amics i/o amigues.²⁷

Quant a la manera com han conegut l'existència del Museu, la majoria ho ha fet passant per davant,²⁸ a través d'amics i/o familiars,²⁹ Internet en general,³⁰ o a través d'una guia turística.³¹ Ni la web del Museu,³² ni el Facebook,³³ ni el Twitter,³⁴ ni el canal de notícies³⁵ de l'Ajuntament d'Inca són mitjans emprats

22 S'analitzen els resultats des de gener fins a octubre de 2018 perquè durant el mes de novembre la planta superior del Museu romangué tancada per la reforma de la museografia de l'exposició permanent.

23 La població de l'estudi són els visitants reals del Museu. La dada que es pren com a referència és la de l'any anterior, el 2017, amb un registre de 12.278 visitants.

24 *Calculadora de muestra* [En línia] [Consulta dia 15 de novembre de 2018] Disponible a web: <https://www.netquest.com/es/gracias-calculadora-muestra>

25 El 93,6 %.

26 El 44,84 %.

27 El 24,84 %.

28 El 18,32 %.

29 El 18,11 %.

30 El 17,47 %.

31 El 16,42 %.

32 El 4,21 %.

33 El 4,42 %.

34 El 0,42 %.

35 El 1,89 %.

pels visitants per informar-se o conèixer el Museu.

6 de cada 10 visitants³⁶ està menys de 30 minuts al centre, enfront del 34,95%, que hi roman entre mitja hora i una hora.

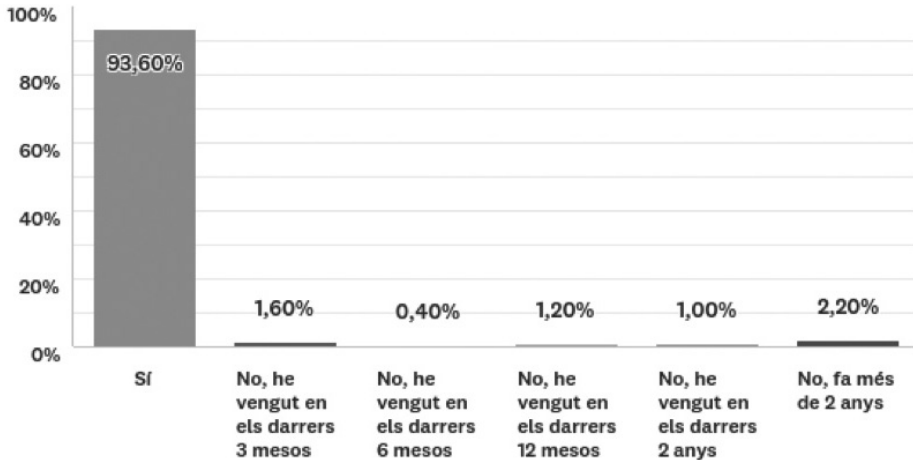


Fig. 8. Respostes a la pregunta: "És la primera vegada que visita el Museu del Calçat?"

La majoria dels visitants considera que el Museu hauria de tenir més informació ja sigui a partir de les explicacions individualitzades de les peces,³⁷ audioguies,³⁸ guia del Museu³⁹ o fulls de sala.⁴⁰

Quant a la valoració dels diferents aspectes del Museu, el més puntuat pels usuaris és el tracte rebut pel personal.⁴¹ Al contrari, el menys valorat és la informació i les explicacions a les sales d'exposició,⁴² i la senyalització dintre del Museu.⁴³

Pel que fa al perfil robot de les persones que contesten a l'enquesta, es podria determinar que es tracta d'una persona d'entre 61 i 70 anys,⁴⁴ espanyola, però que viu fora de Mallorca,⁴⁵ que pot tenir o no estudis universitaris acabats,⁴⁶ i amb una formació o professió no relacionada amb el món del calçat.⁴⁷

36 El 62,32 %.

37 El 57,68 %.

38 El 22,70 %.

39 El 20,28 %.

40 El 18,44 %.

41 Amb una mitjana ponderada de 6,28 sobre 7.

42 Amb una mitjana ponderada de 4,63 sobre 7.

43 Amb una mitjana ponderada de 4,97 sobre 7.

44 El 44,72 %.

45 El 58,49 %.

46 Aquesta dada està molt igualada. El 49,31 % dels visitants que contesten l'enquesta tenen estudis universitaris acabats, enfront del 50,69 % que no en tenen.

47 El 94,46 %.

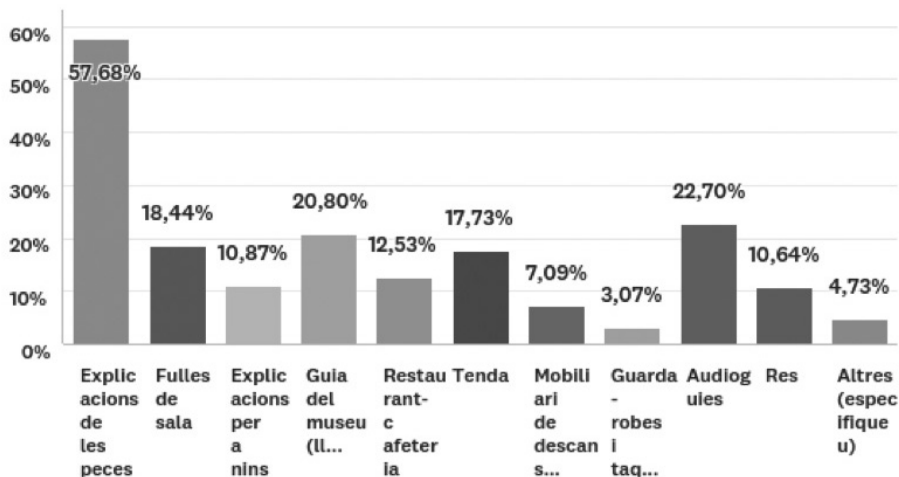


Fig. 9. Serveis en els quals estaria interessat el visitant del Museu

4.5. Algunes conclusions de l'estudi de públic

En general, els resultats de l'estudi de públic confirmen les necessitats detectades per la direcció del centre a l'avaluació inicial. El primer de tot que cal destacar és la desconexió del Museu per part d'un percentatge important de la població d'Inca. Una de les primeres explicacions per aquest fet és la manca d'hàbits culturals detectada entre els inquers, que no acostumen a visitar museus de manera regular i se senten poc atrets per la visita a museus i galeries. Una altra explicació complementària, segons els resultats obtinguts, podria ser la manca d'efectivitat dels canals de difusió de les activitats del Museu.

Els inquers tampoc associen la paraula *museu* a la història, la memòria o la indústria, sinó al museu d'art. La gent que sí visita el Museu ho fa en la seva gran majoria per primera vegada, i són poc habituals els visitants reincidents, i dedicant menys de 30 minuts a la visita. Els visitants aprecien el lluminós espai del Museu, els objectes que conté i la història que representa, però es lamenten de la manca d'informació i d'explicació de les peces. Voldrien que el Museu contàs una història de manera més ordenada, que tingués més explicacions, vídeos, documentals, recursos educatius, fotografies i més imatges. Així mateix, voldrien que el Museu fos menys fred i tingués més color.

L'estudi de públic realitzat entre els mesos de novembre de 2017 i octubre de 2018, per tant, resulta molt útil per a la redefinició del Museu del Calçat. Les conclusions assolides són tingués en compte a l'hora de conceptualitzar la nova exposició permanent del Museu del Calçat, ja que donen resposta a les inquietuds de la pròpia comunitat que alberga el Museu sobre la manera com consideren que ha de ser mostrat el seu patrimoni.

5. PLA D'ACCIÓ

Una vegada detectades i reafirmades per l'estudi de públic les necessitats del Museu, s'establí un pla d'acció per tal de reorientar el Museu del Calçat cap als postulats de l'ecomuseografia i millorar, alhora, alguns aspectes generals en la seva gestió.

D'entrada, s'aprovà un reglament i unes condicions d'ús per a la cessió d'espais al Museu del Calçat, publicat finalment al BOIB el 20 de setembre de 2018. Amb aquest document es pretén regular els usos que es fan del Museu amb la finalitat que aquest sigui valorat com a tal, es protegeixi el patrimoni que alberga i es respecti els seus visitants.

La col·lecció del Museu estava inventariada en diferents catàlegs fragmentaris i contenia errors. Per tal de solucionar-ho, s'encarregà a l'empresa Ikusmira Ondarea, especialitzada en patrimoni industrial, que revisàs l'inventari de la maquinària industrial i unificàs els criteris de catalogació.

El 2018 es decidí juntament amb el Consell de Mallorca, i seguint la línia d'investigació sobre la indústria iniciada els anys anteriors, ampliar l'àmbit temàtic i geogràfic de la col·lecció del Museu. Amb aquest objectiu, es

començà una recerca de donants o cedents d'objectes i maquinària d'indústries auxiliars per incorporar-los a la col·lecció. Així mateix, es revisà la col·lecció del Museu per seleccionar aquest tipus de peces cedides amb anterioritat de cara a la futura exposició. En aquest procés de selecció i incorporació de nous objectes es detectà un deteriorament d'alguns documents o peces en cartró, motiu pel qual es realitzà una restauració i un tractament per a la conservació preventiva duita a terme per una restauradora professional especialitzada.

A banda d'això, durant el 2018 el Museu del Calçat rebé algunes importants



Fig. 10. Voluntari provant els panells i les cartel·les provisionals per a la nova museografia

cessions de col·leccions. D'una banda, AFACA (Associació de Fabricants i Auxiliars de Calçat) cedeix al Museu una col·lecció històrica de sabates de fabricants de la zona, alguns encara en actiu, i els altres, la majoria d'ells, ja desapareguts. D'altra banda, Lottusse juntament amb la família Fluxà cedí una col·lecció d'art de peces inspirades en formes de sabates, entre les quals es troben autors tan importants com Louise Bourgeois o Chema Madoz.

Com a gestors del patrimoni, al Museu del Calçat tenim l'obligació de vetllar per tot el patrimoni vinculat als processos de fabricació de les sabates, no sols amb referència al patrimoni material (màquines industrials, eines manuals, sabates, esbossos, dissenys, publicitat, etc.), sinó també al patrimoni immaterial. Per tal de preservar la memòria oral dels antics sabaters i sabateres de la comarca, es decidí gravar un documental en el qual aquestes persones explicassin el procés de fabricació industrial de la sabata Goodyear⁴⁸ a partir de la col·lecció de maquinària i altres objectes del Museu. Així, Pau Rotger, Pep Rotger, Mercedes Lara, Carmen Ramírez, Gabriel Molina i Jaume Tortella compartiren els seus coneixements sobre l'ofici de la sabateria en el documental *La màgia de les màquines: la producció industrial del calçat*,⁴⁹ patrocinat pel Consell de Mallorca, enregistrat al mes de març de 2018 i estrenat al novembre del mateix any. També es realitzaren entrevistes a Bartomeu Pou i Bartomeu Tortella, que explicaren la seva experiència com a empresaris en les indústries auxiliars del calçat: un com a fabricant de gomes i l'altre, d'adobs.

Aquest documental havia de servir no sols com un testimoni valuós que preservàs la memòria oral de la comarca, sinó com a eina de referència a partir de la qual crear nous recursos de mediació que facilitassin la interpretació dels continguts del Museu als futurs visitants.

En aquest sentit, es convocà al mes de març un concurs d'il·lustradors amb l'objectiu de trobar la persona encarregada de realitzar les il·lustracions que havien d'acompanyar les màquines i altres objectes de la col·lecció del Museu en la nova museografia de l'exposició permanent, i així facilitar la seva comprensió als usuaris. Helena Bosco Haussler fou l'artista seleccionada per dur a terme aquesta tasca. Per tal d'assegurar la correcció de les il·lustracions, s'organitzà al Museu un taller intergeneracional en el qual els protagonistes del documental es reuniren amb la il·lustradora, qui tengué l'oportunitat de fer preguntes específiques sobre el funcionament de les màquines que li serviren per millorar el rigor de les seves il·lustracions.

Les il·lustracions s'utilitzaren també per a la creació dels panells de la nova exposició i per a l'edició d'un opuscle,⁵⁰ també subvencionat pel Consell de Mallorca i presentat el novembre de 2018, en el qual s'explica el procés de

48 Un tipus de fabricació de sabata de gran qualitat molt característic de la comarca.

49 Consell de Mallorca. 2018. *La màgia de les màquines: la producció industrial del calçat*. Guió d'Aina Ferrero Horrach.

50 Ferrero, A.; Pieras, M.; Mateu, B.; i Gomila, B. 2018. *La fabricació manual i industrial del calçat. Un patrimoni immaterial del Raiquer*. Consell de Mallorca: Inca.

fabricació manual i industrial de la sabata i, a més, s'hi inclouen il·lustracions amb jocs per a infants.

Durant el mes d'agost es realitzà una petita avaluació dels continguts de mediació provisionals de la nova museografia (panells i cartel·les) a partir d'una mostra accidental composta per cinc persones pròximes al Museu. En aquesta prova es demanà per la claredat visual dels recursos, la claredat de l'ordenació dels continguts, les il·lustracions i la comprensió dels continguts. D'aquesta senzilla prova s'extragué la necessitat de fer la lletra dels textos més gran, donar més informació a les il·lustracions i reordenar l'espai dels panells d'una manera més clara.

Així mateix, es creà una guia de sala en cinc idiomes (català, castellà, anglès, francès i alemany) amb l'explicació dels continguts de la nova exposició permanent.

La web d'un museu és avui en dia la seva carta de presentació. Ha de ser atractiva, útil, amb informació pràctica i que serveixi com a contenidor de documentació, notícies i investigacions generades al voltant de la seva col·lecció. Durant el 2018 el Museu del Calçat tengué l'oportunitat de fer una nova pàgina web seguint aquestes directrius gràcies a l'habilitat d'un dels seus becaris procedent del grau en Història de l'Art de la UIB.⁵¹ Tenint en compte la intenció de captar l'atenció de visitants estrangers, la web es presenta no sols en català i castellà, sinó també en anglès i en alemany.

La nova web,⁵² estrenada el novembre de 2018 ja amb el nou logo, presenta nou disseny i una nova distribució de les seccions, d'entre les quals destaquen un apartat sobre diferents aspectes del Museu (visita, història i missió, equip, cessió d'espais, memòries anuals, com col·laborar), una altra secció sobre les diferents col·leccions, un recull d'exposicions passades, presents i futures, un apartat de didàctica i difusió, agenda, i finalment la mediateca: un espai en què es contenen els vídeos generats al Museu, un recull de premsa, un arxiu fotogràfic i un repositori de les investigacions al voltant de la temàtica del Museu.

Però un dels projectes més ambiciosos que es dugué a terme al Museu durant el 2018 fou la renovació de la museografia de la sala d'exposicions permanent. A tals efectes es convocà un concurs per seleccionar l'empresa encarregada de dur a terme el disseny, la producció i el muntatge de la nova exposició a partir del discurs museogràfic ideat per la direcció del Museu. L'empresa guanyadora va ser GO + GO, formada per Tatum i Golomb, que, davant la falta de recursos inicials, tengué el difícil repte de reutilitzar una bona part del mobiliari expositiu disponible transformant-lo per donar una nova imatge. Així mateix, tengué la missió d'adaptar-lo a la normativa d'accessibilitat per a persones amb cadira de rodes i infants.

⁵¹ Lluç Aparicio.

⁵² Museu del Calçat i de la Indústria <<http://museu.incaciatat.com/>>



Fig. 11. Esbós del projecte museogràfic guanyador de Tatum & Golomb

Tot i les imprescindibles aportacions dels tècnics i especialistes per a l'execució del nou projecte museogràfic, una part important de la comunitat d'Inca acabà implicant-se activament en tot el procés. Tant en el disseny de la nova museografia com en l'elaboració dels continguts, es tengueren en compte les conclusions extretes de l'estudi de públic i les consideracions d'alguns dels principals agents de la indústria de la zona. Per aquest motiu, es mantengueren diverses reunions amb AFACA (Associació de Fabricants i Auxiliars de Calçat), de les quals es desprenqué la necessitat de projectar un museu viu, amb una exposició que, tot i que contàs la història real del sector, mantengués un punt optimista relatiu a les empreses que encara continuen actives i servis d'alguna manera per visualitzar i revitalitzar la indústria del calçat a Mallorca.

A més, es comptà amb el suport de diversos especialistes de la comarca que col·laboraren en el procés de creació de la nova exposició permanent. L'historiador Miquel Pieras participà en la documentació i la revisió dels continguts, i els assessors tècnics en calçat Pau Rotger, Pep Rotger i Jordi Guirado (antics sabaters) supervisaren la correcció dels continguts específics de calçat i la correcta exhibició de la maquinària i objectes relacionats amb la indústria.

Per la realització d'alguns treballs de producció i muntatge de la nova exposició, es comptà amb els estudiants de fusteria del projecte de formació "Es Grop"⁵³ i amb la brigada de l'Ajuntament d'Inca, que també dugué a terme alguns treballs de pintura.

53 Projecte de la Conferència Sectorial, l'Ajuntament d'Inca i la participació del SOIB.

La nova mostra permanent es planteja amb un discurs expositiu que cerca no sols contar la Història en majúscula de la indústria de la comarca, sinó les petites històries personals que s'amaguen darrere cada objecte donat o cedit al Museu. Cada un d'aquests objectes està lligat a la identitat d'un poble que ha fet del calçat el seu motor de vida. L'objectiu de la nova reordenació de continguts de l'exposició és emocionar, educar i informar el visitant a partir d'un discurs expositiu que comença amb un breu recorregut històric del calçat, continua amb l'elaboració artesanal i semimanual de les sabates, el procés de mecanització fins a l'actualitat, el procés de fabricació industrial de calçat Goodyear a partir de les màquines del Museu, les indústries auxiliars del calçat, un apartat dedicat a les persones, l'associacionisme i l'oci, en el qual s'inclou un memorial fotogràfic d'homenatge als sabaters i sabateres de la zona a partir de fotografies rebudes arran d'una crida popular,⁵⁴ una mostra de les sabates cedides per AFACA amb un mapa de Mallorca on se situen les tendes de les fàbriques que continuen actives actualment, una secció dedicada al disseny i la moda, un apartat de publicitat i finalment la cambra de les meravelles del calçat: una interpretació lliure del gabinet de curiositats amb un recull de fantàstiques col·leccions i curiositats totes elles vinculades amb el calçat i peces d'art. També s'inicia un espai didàctic que haurà de ser completat i millorat en el futur.

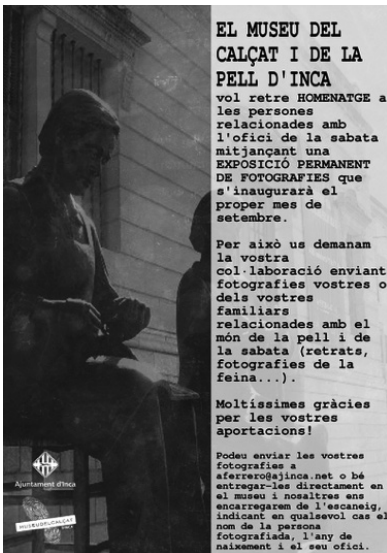


Fig. 12. Crida popular per rebre fotografies



Fig. 13. Nova senyalització externa del Museu

També es millora la senyalització interna i externa del Museu, amb la instal·lació de nous senyals de trànsit per indicar la ubicació del centre i diversos panells explicatius a les dues entrades del Museu.

Per poder materialitzar aquest projecte, que a mesura que anava avançant

54 Projecte subvencionat pel Consell de Mallorca l'any 2018.

el 2018 s'anava fent cada vegada més ambiciós, el Museu aconseguí les donacions i aportacions d'algunes de les principals empreses i associacions de la comarca. Així, comptà amb el suport d'AFACA, Camper, Viva Hotels, Caixa Colonya, Gràfiques Garcia i les aportacions de Seribas i DCP3, que permeteren que el projecte cresqué, adquirís una nova dimensió i major complexitat.

Finalment, tot i que actualment l'entrada al Museu és gratuïta, s'adquirirà una màquina d'entrades per tal que de cara al 2019 es pugui dur un recompte més rigorós i realista dels visitants segons la seva nacionalitat.



Fig. 14. Vista de la museografia anterior del Museu del Calçat



Fig. 15. Vista de la nova museografia de 2018



Fig. 16. Homenatge als sabaters i sabateres. 2018



Fig. 17. Secció de moda, disseny i publicitat. 2018



Fig. 18. Wunderkammer del Calçat. 2018

6. CONCLUSIONS

El nou Museu del Calçat i de la Indústria, rebatejat i presentat el 30 de novembre de 2018, és el resultat d'un projecte conjunt en el qual la participació activa d'una gran part de la comunitat ha resultat fonamental. La implicació de molts d'inquers i inquieres, així com d'altres persones de la comarca que creien fermament en la necessitat de donar un canvi al seu Museu, ha fet que, tot i les dificultats, un nou projecte fos possible.

Una vegada avaluada la situació inicial del Museu, l'estudi de públic ha estat també essencial en aquest procés. Gràcies a ell vam saber que els inquers volien un Museu més atractiu, més dinàmic, més ordenat, amb més color i vida, amb vídeos, amb més imatges i fotografies, millor senyalitzat i, sobretot, amb més explicacions. Així s'ha fet.

La mostra més evident del grau d'implicació assolit per gran part del poble és la massiva concurrència a la inauguració de la nova exposició permanent, amb l'assistència de més de 400 persones.

Totes les passes seguides al llarg del 2018 han perseguit millorar la gestió del Museu i potenciar les seves característiques que fan d'ell un ecomuseu. El Museu del Calçat i de la Indústria compleix moltes de les funcions que el mític museòleg Georges Henri Rivière atribuïa als ecomuseus. És un mirall on la ciutat d'Inca i la comarca del Raiguer pot mirar-se per reconèixer-se i cercar una explicació del seu passat, la seva identitat i el seu territori. És també un mirall que s'ofereix als visitants per fer-se entendre millor i donar a conèixer la seva feina. És un laboratori quant que contribueix a l'estudi

històric i contemporani de la població en col·laboració amb altres institucions: UIB, SOIB i projectes de formació de l'Ajuntament d'Inca. A més, és un lloc que ajuda a conservar la cultura i el patrimoni de la comarca. És també una escola, ja que associa la població a les seves activitats d'estudi, en aquest cas el calçat, amb una escola taller dins les mateixes instal·lacions del Museu, on s'ensenya l'ofici del sabater als joves de la comarca.

Amb la nova museografia es recupera un passat en perill de caure a l'oblit, atorgant un protagonisme especial als coneixements i les experiències personals d'antics treballadors i treballadores.

Així mateix, amb l'exhibició d'una mostra de sabates dels fabricants actuals de calçat, acompanyada d'un mapa on se situen les tendes que aquests tenen a Mallorca, es pretén ajudar a dinamitzar econòmicament el sector. El Museu exerceix un paper de visibilitzador de la seva feina i dels seus productes, a més de promoure un nou focus de desenvolupament econòmic vinculat al turisme cultural.

En definitiva, el nou Museu del Calçat i de la Indústria d'Inca s'ha redefinit, com postula l'ecomuseografia, com un centre museístic orientat sobre la identitat del seu territori, al servei dels interessos de la comunitat i sustentat en la participació dels seus habitants, amb l'objectiu d'ajudar al creixement del benestar i al desenvolupament social.

7. REFERÈNCIES

7.1. Bibliografia

Consell de Mallorca. 2018. *La màgia de les màquines: la producció industrial del calçat*.

Ferrero, A.; Pieras, M.; Mateu, B.; i Gomila, B. 2018. *La fabricació manual i industrial del calçat. Un patrimoni immaterial del Raiguer*. Consell de Mallorca: Inca.

Goodstein, L. D.; Nolant, T. M.; i Pfeiffer, W. 1998. *Planeación estratégica aplicada*. Caracas: Editorial McGraw-Hill.

Leon, O.; i Montero, I. 2002. *Métodos de investigación en psicología y educación*. 4^a edició. McGraw-Hill Interamericana de España S.L.

Pardo Abad, C. 2004. "La reutilización del patrimonio industrial como recurso turístico. Aproximación geográfica al turismo industrial." *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, núm. 57: 16.

Rebassa, S.; Rosselló, E.; i Ginard, C. 2017. "Maquinària amb nom de dona. Estudi i documentació en perspectiva de gènere del fons industrial del Museu del

Calçat i de la Pell". *Jornades d'Estudis Locals d'Inca*. Ajuntament d'Inca: Inca.

Rebassa, S.; Rosselló, E.; i Ginard, C. 2016. "Estudi del fons del Museu del Calçat i de la Pell. Documentació de la col·lecció d'eines per a la fabricació de calçat." *Jornades d'Estudis Locals d'Inca*. Ajuntament d'Inca: Inca.

Rivière, G. H. 1985. "Definición evolutiva del ecomuseo. Imágenes del ecomuseo". *Museum*, núm. 148, vol. XXXVII.

7.2. Webgrafia

Calculadora de muestra [En línia] [Consulta dia 15 de novembre de 2018] Disponible a web: <https://www.netquest.com/es/gracias-calculadora-muestra>

Laboratorio Permanente de Público de Museos [En línia] [Consulta dia 15 de novembre de 2018] Disponible a web: <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/museos/mc/laboratorio-museos/publicaciones/informes.html>

Museu del Calçat i de la Indústria [En línia] <<http://museu.incaciutat.com/>>

Nova Museologia a Enciclopèdia Catalana [En línia] [Consulta dia 8 de desembre de 2018] <https://www.enciclopedia.cat/EC-GEC-0269154.xml>

Ramos, A. G.; Fernández, G. 2013. "Notas teóricas sobre los ecomuseos". *Revista Digital Nueva Museología*. [En línia] [Consulta dia 27 de novembre de 2018] Disponible a web: <http://www.nuevamuseologia.com.ar/museologia.htm>

Romero, J. A. *La idea de museo en Georges Henri Rivière* [En línia] [Consulta dia 8 de desembre de 2018] Disponible a web: <http://www.thelightingmind.com/la-idea-de-museo-en-georges-henri-riviere/>

7.3. Documentació interna del Museu del Calçat

Sureda, Jaume; Castells, Margalida; Tugores, Francesca. 2003. "Pla d'Execució del Museu del Calçat d'Inca."

Museu del Calçat. 2010. "Memòria de les actuacions." Publicació inèdita.

"Memòria anual del Museu del Calçat 2017."