

Començar des de zero: ciutadania i Administració, una vinculació coparticipativa necessària per a la creació d'un nou museu

Albert Forés Gómez, Catalina Gayà Morlà

10/11/2020

Abstract

Des del novembre del 2018, el Museu Marítim de Mallorca (MMM) ha engegat un procés de coparticipació ciutadana per a la creació del museu que li ha suposat trobar-se, i aprendre a escoltar, amb la comunitat que l'acull, i també la que l'anhela. La metodologia engegada suposa imaginar —i experimentar posant la generositat al centre— nous escenaris comunicatius i té com a reptes importants vincular *accés a i interacció amb* com a condicions per a la coparticipació en els museus. En tot aquest procés ens hem replantejat: a) quin és el rol dels processos comunicatius en els museus; b) com generam tècniques d'escolta que ens apropin a les persones; c) com construïm relats honestos, i d) com vinculam ciutadania i Administració.

1. Un museu coparticipat

La darrera declaració de l'ICOM sobre el que ha de ser un museu exposa: “Els museus són espais democratitzadors, inclusius i polifònics per al diàleg crític sobre els passats i els futurs. Reconeixent i abordant els conflictes i desafiaments del present, custodien artefactes i espècimens per a la societat, salvaguarden memòries diverses per a les generacions futures i garanteixen la igualtat de drets i d'accés al patrimoni per a tots els pobles. Els museus no tenen ànim de lucre. Són participatius i transparents, i treballen en col·laboració activa amb i per a diverses comunitats a fi de col·leccionar, preservar, investigar, interpretar, exposar i ampliar les comprensions del món, amb el propòsit de contribuir a la dignitat humana i a la justícia social, a la igualtat mundial i al benestar planetari.

(1) Aquesta definició, si bé encara no ha estat consensuada per l'ICOM i està previst que es treballi en properes reunions de l'organització, a nosaltres ens serveix com a primer punt de partida per exposar, i també per poder debatre, la metodologia de treball que ha engegat el Museu Marítim de Mallorca (MMM), amb la qual pretén generar eines de reflexió a l'entorn de la coparticipació (2) entre el museu com a institució en procés de canvi i la societat —terme que discutirem més endavant— a qui es dirigeix.

El dret a participar en la vida cultural és un dret de la persona consagrat per la Declaració Universal de Drets Humans, que en el seu article 27 proclama el següent: “Tota persona té dret a prendre part lliurement en la vida cultural de la comunitat, a gaudir de les arts i a participar en el progrés científic i en els beneficis que en resultin”. A més, en l'article 15.1.a del Pacte Internacional de Drets Econòmics, Socials i Culturals es demana als estats que reconeguin el dret de tota persona a participar en la vida cultural.

En aquest escenari de canvi, ens cal generar reflexions de caràcter teòric-metodològic per concretar què significa fer possible aquest dret.

Avui dia, els museus cerquen maneres de dialogar i vincular-se amb els seus públics i arribar a tenir-ne de nous, buscant diferents processos d'accessibilitat, revisant els seus relats i generant dinàmiques d'extensió educativa per tenir accés a les comunitats més properes físicament als centres, tot establint diàlegs amb elles per generar eines de canvi entorn de la reflexió dels eixos treballats des de la institució.

Podríem dir que el museu ha iniciat un procés d'escolta activa, les conseqüències del qual suposen, primer, una trobada i, a la llarga, un reconeixement mutu. També ens situen davant l'assumpció que el museu ha de ser un agent provocador d'aquestes trobades. Els reptes són, sense cap dubte, múltiples. Entre aquests, hi ha el que ens ocuparà a les pàgines següents: assumir que el museu com a institució generadora de coneixement ha de ser capaç d'impulsar nous escenaris comunicatius i, per tant, ser una institució que imagina i dissenya mecanismes d'escolta activa que transformin l'accés a aquests nous mecanismes, la interacció amb ells i els seus relats.

El que hem exposat ens fa replantejar quin és el rol de la comunicació en els museus avui dia. És més, ens torna a la definició no consensuada —el conflicte que implica la definició ens sembla prou interessant— de l'ICOM quan exposa conceptes com: participatiu, transparent i col·laboració activa. Tots ells són elements clau en la construcció de relacions socio-comunicatives, la base dels processos participatius.

2. La comunicació i els museus: nous escenaris comunicatius

Primer de tot, volem aproximar-nos al concepte de comunicació i, després, exposar el que consideram que és la base teòrica que sosté el procés de comunicació participativa engegat pel MMM.

La nostra proposta passa per recuperar la definició clàssica de comunicació de Jesús Martín-Barbero. L'autor exposa que la comunicació es refereix "a les diferents maneres i espais de reconeixement social" (Barbero, 1989). Comunicar cultura, (3) argumenta Martín-Barbero, no s'ha de reduir a ampliar el públic consumidor de bona cultura, ni tan sols a formar un públic conscient, sinó que ha d'activar *el que en el públic hi ha de poble*, això és, que faci possible l'experimentació cultural, l'experiència d'apropiació i d'invenció, el moviment de recreació permanent de la seva identitat" (1989, s/p). L'autor exposa que, a través de la comunicació, es possibilita que es produeixi *una experiència d'apropiació*, entenent-la com "l'activació de la competència cultural de la gent, la socialització de l'experiència creativa i el reconeixement de les diferències, és a dir, l'afirmació de la identitat que s'enforteix en la comunicació feta de la trobada i del conflicte amb l'altre. La comunicació en la cultura deixa llavors de tenir la figura d'intermediària entre creadors i consumidors, i assumeix la tasca de dissoldre aquesta barrera social i simbòlica descentrant i desterritorialitzant les possibilitats mateixes de la producció cultural i els seus dispositius" (1989, s/p).

Entendre la comunicació com ho fa Martín-Barbero suposa reconèixer el procés comunicatiu com a mediació i dispositiu activador de processos d'apropiació cultural i reconeixement de l'alteritat en tant que subjectes creatius. Aquesta proposta ens situa davant d'un nou paradigma en la construcció del coneixement, en què la participació és un element indispensable en la construcció de coneixement i la comunicació és l'element mediador necessari per possibilitar-ho.

De fet, *l'experiència d'apropiació*, sobre la qual teoritza Martín-Barbero, genera el que és, sense cap dubte, un dels eixos centrals dels nous escenaris comunicatius que, entenem, s'enfronten els museus: el reconeixement de l'altre com a subjecte social i com a unitat indissociable d'una comunitat en què museu i comunitat negocien significats i produeixen sentits en espais de trobada possibilitats pel mateix museu. Aquests espais de trobada, entenem, plantegen dos reptes comunicatius per a les institucions propiciadores, en aquest cas el MMM:

a) Generar mecanismes que vinculin l'accés i la interacció com a condicions per a la coparticipació.

b) Generar mecanismes d'anàlisi amb els relats produïts en aquests espais de trobada que portin els museus a replantejar rols, dinàmiques, accions i relats.

Si ho plantejam des de la comunicació, tots dos reptes ens permeten dissenyar una aproximació teòrico-metodològica que es fonamenta en els processos de la comunicació participativa. El nou escenari és també una porta oberta a experimentar, des d'una mirada etnogràfica, amb les tècniques pròpies de la investigació acció-participació (4) (IAP), que ens ajudin a entendre com podem incorporar en la creació de sentit els subjectes creatius-participatius, vinculant-nos amb la comunitat i mostrant les seves pràctiques culturals, dessacralitzant la cultura en majúscula (Bourdieu i Wacquant, 1992) i generant pràctiques i espais de participació que converteixin el museu en part essencial de les societats que l'acullen.

Aquesta és, en realitat, una proposta disruptiva en què la comunicació és medidora i eina per a la construcció del coneixement, que suposa un canvi en la forma d'interacció i, de forma més radical, un trencament amb els relats hegemònics, i obre possibilitats de revisió entorn de la memòria i els processos de construcció col·lectiva.

3. El procés participatiu del MMM: context i diagnosi inicial

El novembre del 2018, el MMM posa en marxa un procés participatiu que té com a objectiu implicar diversos agents marítics i la ciutadania, en general, en l'obertura d'un museu marítim a Mallorca. Hem de dir que, quan es va anunciar la creació del MMM, el museu era un anhel per a una sèrie d'agents diversos i diversificats en tot el territori illenc, però units per un reclam: la reobertura d'un museu marítim. (5)

La direcció es planteja, doncs, un doble repte:

- a) Obrir un museu per al territori de Mallorca, el projecte del qual parteix de la base que un museu s'ha de construir de manera coparticipada entre la societat civil i la direcció del museu.
- b) Fer que els diferents agents que integren la societat marítima sentin el projecte com a propi, és a dir, que s'apropriïn d'un projecte de museu modern, transparent i que, al mateix temps que suposa revaloritzar el patrimoni marítim, “suma veus més que un programa complet de discursos” (Schiele, a Alcalde, Gabriel; Boya Jusèp; Roigé, Xavier, 2010).

Per tant, en la proposta de coparticipació la institució recull la proposta teòrica feta en les pàgines anteriors i engega un procés que podríem emmarcar en la investigació acció-participació, i que consisteix en tres accions:

- a) Generar espais de trobada amb les diferents associacions i persones que han vetllat pel patrimoni marítim durant més de quatre dècades a Mallorca i implicar-les en dinàmiques participatives.
- b) Apropar-se a les fonts vives que han d'ajudar la institució a configurar noves narratives a l'entorn de la mar i al món marítim.
- c) Convertir la societat en què s'integra el museu en una comunitat de presències diverses en la institució.

Totes tres accions suposen generar espais de trobada, que tenen com a objectiu l'encontre mutu, el reconeixement entre el museu i la societat.

És per això que en les pàgines següents ens centrarem en el debat entorn de les eines i les estratègies que configuren la metodologia participativa que ha posat en marxa el museu en els diferents escenaris comunicatius que han configurat el procés de coparticipació.

El diagnòstic inicial per al disseny de l'IPA és el següent:

- a) La comunitat existeix i té expectatives, però està dispersa. Es tracta d'una comunitat que ha lluitat durant quaranta anys per la creació del museu, però que en el moment del naixement del Consorci Museu Marítim (6) té dubtes sobre la viabilitat del projecte-museu i, tot i que demostra ganes de formar-ne part, no visualitza el rol que ha de prendre. És una comunitat vinculada a projectes autònoms, desconnectats entre ells, distribuïts per l'illa, però que

considerem que són una comunitat, ja que tots participen en la reclamació del museu.

b) No hi ha un espai físic oficial. A la premsa, a més, apareixen constantment notícies de possibles espais, cosa que genera una inestabilitat en la comunitat i expectatives incontrolades. El novembre del 2018, s'ha cedit el Centre Cultural de Ses Voltes, a Palma, en un estat de deteriorament que fa inviable una apropiació immediata de l'espai. El Museu de la Mar de Sóller, que fa set anys que és tancat, també apareix a l'escenari sense, en realitat, concretar-ne el projecte.

c) S'ha nomenat una nova direcció gerent que no pertany a la comunitat, però que ha presentat un projecte museístic coparticipatiu.



El Museu de la Mar de Sóller, al Port, és la primera seu del Museu Marítim de Mallorca. Obert al maig del 2019, s'ha convertit en punt de trobada de la comunitat pesquera i els primers vuit mesos d'obertura va tenir més de nou mil visitants.

3.1. La proposta metodològica

Es proposa una estratègia d'investigació acció-participació que té com a objectius:

- a) Escoltar les demandes, les expectatives i els anhels dels diversos agents marítics.
- b) Vincular i fer partícip la comunitat en la configuració del museu.
- c) Aproximar-se a les narratives de la comunitat per configurar els diferents relats museístics del MMM.
- d) Explicar i vincular la comunitat al projecte presentat per la direcció gerent.

La proposta es desenvolupa a través de dues accions, que transcorren en paral·lel:

- 1) Una instal·lació participativa, "La xarxa dels desitjos", que té com a objectiu principal acostar el museu a la societat mallorquina.
- 2) L'elaboració d'una sèrie d'entrevistes i la creació de grups de discussió que tenen com a objectiu recollir els principals consensos dels actors involucrats en el sector marítim patrimonial i, al mateix temps, fer-los partícips en la creació del museu.

Totes dues accions es configuren com a escenaris comunicatius, en què es generaran mecanismes de trobada i de

reconeixement mutu, així com d'anàlisi, que ens portin a incorporar els nous significats en el museu, configurant-ne noves narratives i, per tant, un nou relat identitari.



Com a part de la dinàmica de consensos, es planteja fer una sèrie de dotze entrevistes a diferents agents marítims. A la imatge, Jaume Bonet, de la Federació d'Associacions de Veïns de Palma, explica quin museu s'imaginarien els veïns i les veïnes.



Entrevistes

3.2. Escenaris i accions plantejats

3.2.1. “La xarxa dels desitjos”

“La xarxa dels desitjos” és una metàfora d'un naufrag que escriu un missatge dins d'una ampolla per ser recollit. D'aquesta manera, es presenta el projecte amb l'esquelet d'una proa de llaüt, de la qual sorgeix una xarxa amb ampolles de vidre acompanyades d'unes senalles de pescador.

El projecte preveu dues xarxes:

- a) Una que itinera per diferents municipis de l'illa. Pretén recollir els desitjos de la població de Palma, primer, i de Mallorca en general, després, per saber què esperen del museu, (7) que no existeix i que s'ha de crear, com ara el que es posarà en marxa a la seu del Centre Cultural Ses Voltes (a partir d'ara recuperem el terme Ses Voltes), a Palma.
- b) Una altra que s'instal·la de forma permanent al Museu de la Mar de Sóller, a partir de l'1 de juny de 2019.

Els objectius principals de la intervenció són:

- a) Acostar el museu a la societat mallorquina i fer-la partícip del seu naixement.
- b) Tenir un mínim sondeig de què s'espera que sigui el MMM.

c) Traslladar als mallorquins i les mallorquines que és urgent que el museu sigui de tots i totes i que reflecteixi quina és, i quina ha estat, la relació dels illencs amb la mar per poder explicar-se com a comunitat.

d) Fer créixer la comunitat interessada per la mar i el museu.

e) Teixir xarxa amb els diferents actors del sector que són habituals en les fires nàutiques i gastronòmiques de caràcter mariner (en el cas de la xarxa itinerant).

f) Recollir les impressions provocades per la visita al Museu de la Mar del Port de Sóller (en el cas de la xarxa permanent).

Proposta de funcionament de “La xarxa dels desitjos”

El funcionament de “La xarxa dels desitjos” és molt senzill: només cal agafar un paper i un llapis, escriure-hi un diseg i dipositar-lo a les senalles. Tal com es pot llegir al text de presentació de l’activitat, cada vegada que es despenja la xarxa.

La xarxa es va presentar l’1 de desembre de 2018, es va exposar a Ses Voltes, seu central del museu, i va estar oberta al públic fins al 20 de gener, el divendres, dissabte i diumenge. A partir de les Primeres Jornades d’Estudis de la Mar, a principis de març, es va projecta iniciar una primera fase d’itinerància. La xarxa es va desplaçar per diverses poblacions costaneres de l’illa en el marc de diferents fires locals vinculades al món de la mar:

- Porto Cristo (12-21 d’abril): Portes Obertes. Fira Nàutica 2019
- Colònia de Sant Pere (5 abril): II Fira des Peix.
- Eivissa (11-12 de maig): Primera Trobada d’Embarcacions Tradicionals d’Eivissa.
- Can Picafort (2 de juny): Fira de l’Esport Nàutic.
- Palma (8 de juny): Dia Mundial del Medi Ambient de Palma.
- Agost: Club de Mar, Palma, en el marc de la XXV Regata Illes Balears Clàssics, Vela Clásica Mallorca.
- Setembre: Club Nàutic Cala Gamba, en el marc de la XXIII Diada de la Vela Llatina.
- Setembre: Port de Sóller, a la Fira de la Mar, Serra de Tramuntana.
- Octubre: A l’espai “La mar de bo” dins la Fira del Dijous Bo d’Inca.
- Octubre: Al Festival #Noplastic2 de la Fàbrica Ramis.

Cada vegada que es despenja la xarxa es té previst fer una base de dades amb els desitjos per tenir-los en compte a l’hora de planificar les diferents accions i continguts del museu. En el cas de la xarxa del Port de Sóller, cada mes es va fer un recompte dels desitjos.



Vaixells de paper. Instal·lació de vaixells de paper a Ses Voltes. L'acció es va dur a terme el desembre del 2018 i va suposar la presentació filosòfica del projecte.



“La xarxa dels desitjos” va participar en la Fira del Dia Mundial del Medi Ambient, organitzada per l'Ajuntament de Palma.

3.2.2. Els consensos a l'entorn del museu de la comunitat marítima de l'illa

Es programen dotze entrevistes amb agents marítics. Es tracta d'entrevistes individuals en què se'ls demana com és el museu que s'imaginien. Les entrevistes ajuden a esbossar la dinàmica de consensos.

Un cop s'han fet les entrevistes, es proposa fer una dinàmica participativa estructurada a l'entorn de grups de discussió amb actors rellevants de diferents àmbits del camp marítim de Mallorca. Els agents convidats a l'acció són persones i entitats que constaven com a agents que en algun moment van ser cridats des del Consell de Mallorca per impulsar la creació del Consorci Museu Marítim.



Agents del sector participen en un grup de discussió com a part de la dinàmica de consensos.

L'objectiu de la dinàmica és el següent:

- a) Presentar la proposta de la direcció gerència a la comunitat més pròxima a la defensa del patrimoni.
- b) Vincular la comunitat marítima amb el projecte en construcció perquè senti la proposta com a pròpia.
- c) Escoltar les demandes, les expectatives i els anhels de la comunitat pel que fa al museu.
- d) Exposar al conjunt dels agents els eixos de treball presentats en el projecte de la direcció: biodiversitat i patrimoni marítim (subaquàtic, flotant i terrestre).
- e) Vincular la comunitat amb l'espai en construcció de forma simbòlica.

Es decideix convidar una quinzena de representants del món marítim mallorquí per proposar-los una dinàmica a l'entorn d'aquesta pregunta: “Com o què volem que sigui el MMM?”.

El funcionament de treball que es proposa és:

—Set assistents s'han d'asseure en un cercle interior i parlar durant quaranta-cinc minuts. La resta escolten des d'un cercle concèntric exterior. Passada aquesta estona, els rols s'inverteixen. Finalment, tots els participants formen part de l'última fase: el comiat.

—Una moderadora introdueix les preguntes, que es repeteixen en tots dos grups:

1. Com o què volem que sigui el MMM?
2. Quin paper vol tenir cadascú respecte del museu?
3. Què hem après aquests anys?
4. Què hem après de l'experiència de Sóller?
5. Com el convertim en un espai viu i de discussió de tot el sector?

—Després del guió de preguntes, s'obre una discussió amb tots els assistents (comiat), que formen un únic centre.

Els cercles es defineixen en funció de la professió i l'àmbit que representa cadascun dels assistents. S'estableix que no hi hagi, si és possible, dues persones del mateix àmbit en el mateix cercle perquè representi en si mateix les diferents sensibilitats i possibilitats de diàleg.

4. Resultats per acció

4.1. Resultats de “La xarxa dels desitjos”

Les dades presentades s'acoten a partir de la presentació de “La xarxa dels desitjos”, des de l'1 de desembre de 2018 fins al 2 de juliol de 2019.

Es decideix establir cinc grans grups per classificar els desitjos:

- Contingut patrimonial i identitari.
- Sensibles a la diversitat i al medi ambient.
- Educativa i tipus de museu.
- Sensibles al món que ens envolta.
- De caràcter personal (i d'altres).

Els resultats van ser els següents:

a) De les visites a l'exposició de presentació del projecte a l'espai Ses Voltes, Palma: 279 desitjos, amb 91 inclassificables perquè no tenien res a veure amb el museu, 76 centrats en el patrimoni marítim, 48 relacionats amb qüestions educatives, 33 desitjant un món millor i 31 relacionats amb el medi ambient.

b) De les visites a l'exposició en la seva itinerància acompanyant els mestres d'aixa en el marc de diferents fires nàutiques, 22 desitjos, 9 centrats en el patrimoni marítim, 12 en la museïtzació i en propostes educatives i 1 en el medi ambient.



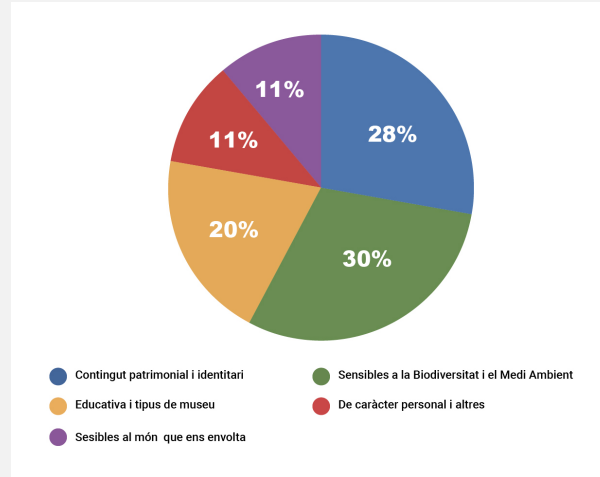
Una nina escriu un desig a “La xarxa dels desitjos”, en el marc de la Fira des Peix, celebrada el 5 d'abril a la Colònia de Sant Pere.

c) De “La xarxa dels desitjos” al Museu de la Mar de Sóller. Aquesta petita xarxa es va instal·lar l'1 de juny, i els resultats són fruit de les dades recollides fins al 2 de juliol. Els desitjos recollits responen a dos tipus de públic: infantil i adult. Aquesta distinció ha estat realitzada d'acord amb la tipografia dels missatges dipositats. En total es van recollir 94 desitjos, i es va decidir obrir la categoria infantil per la quantitat de visites d'escoles al museu.

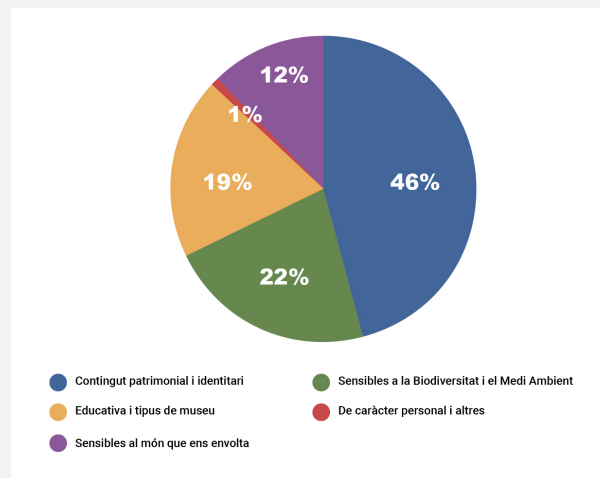
- Públic infantil. Arran de les primeres visites escolars, es va convidar els escolars a participar-hi i a penjar els seus desitjos. A partir de llavors els infants que han anat acostant-se al museu de la mà dels seus familiars també han

dipositat els seus desitjos, molts en forma de dibuix. Cal destacar aquest fet com una mostra de creativitat infantil i de la forma d'utilitzar aquest llenguatge, el dibuix, com a eina de comunicació.

- Públic adult. Igual que l'infantil de caràcter familiar, és de diversa procedència, és tant de l'illa com d'arreu de l'estat i d'altres països. Si es pogués disposar de més temps per a l'anàlisi de resultats, probablement es podrien induir diferències conceptuals sobre el que s'espera d'un museu en relació amb l'origen del visitant.



Dades percentuals de “La xarxa dels desitjos” itinerant.



Resultats percentuals de “La xarxa dels desitjos” a Sóller.

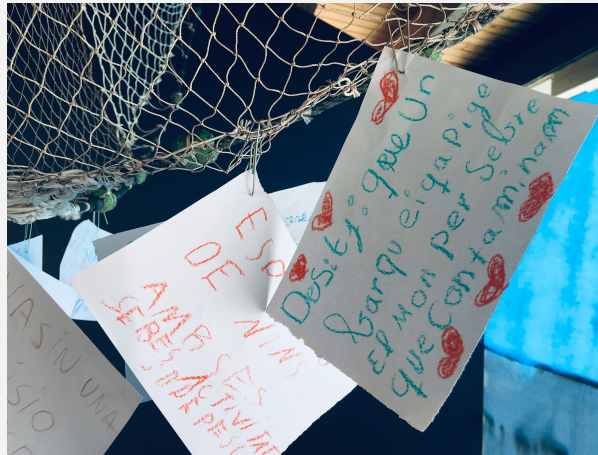
Els resultats generals, tant d'una xarxa com de l'altra, mostren que es vol un museu amb alt contingut patrimonial (28% a la itinerant i 46% al Port de Sóller). Cal especificar que la xarxa al Museu de la Mar està contextualitzada dins d'un museu, físic, i els resultats són fruit de la visita. En canvi, a la itinerant li manca el contenidor, ja que s'emmarca en fires.

El segon resultat de l'anàlisi mostra la importància que el MMM incorpori la vessant educativa i comunicativa tant en la proposta museística com en les accions divulgatives (20% a la xarxa itinerant i 19% a la de Sóller).

Pel que fa al museu com a eina que faciliti la reflexió al voltant del món que ens envolta i en relació amb la mar, on

es pot parlar de biodiversitat, medi ambient i problemàtiques socials, els resultats són semblants: 30% per a la xarxa itinerant i 22% a la de Sóller.

La darrera categoria d'anàlisi són els desitjos de caràcter personal, i en aquest cas es pot descartar, ja que no és d'interès per al museu. Sumen l'1% per a Sóller i l'11%, per a la itinerant.



Desitjos anònims deixats a “La xarxa dels desitjos” del Museu de la Mar, al Port de Sóller.

4.2. Resultats de la dinàmica de consensos

Dels disset convidats a la dinàmica, assisteixen dotze persones, onze homes i una dona. Representen diferents sectors i sensibilitats amb el món marítim a Mallorca.

La dinàmica funciona, tot i que al principi alguns assistents es mostren sorpresos pel funcionament: per a molts és la primera vegada que formen part d'una dinàmica participativa.

Consensos a l'entorn del museu:

- Aglutinador d'agents interessats i part del camp.
- Museu territorial-interrelacionat amb altres espais museístics.
- Participació ciutadana.
- Espai de difusió.
- Espai de consciència.
- Espai de recerca.
- Espai generador d'opinió pública.
- Espai de diàleg, viu i dinàmic.
- Nexe d'unió entre els diferents sector que treballen a la mar.
- Espai per treballar el patrimoni i els diferents debats a l'entorn de la mar (la contaminació, els valors que dona el treball en un vaixell i com es relacionen les persones amb la mar).

- Espai per a la reflexió a l'entorn dels debats contemporanis (turisme, massificació, ciutat global).

Consensos a l'entorn del patrimoni marítim:

- Demanar-nos el perquè de l'existència de tant patrimoni que no ha estat preservat.
- Patrimoni expositiu, però sobretot vinculat a una vessant educativa i participativa.
- Que es reculli el patrimoni subaquàtic, un dels més rics de la Mediterrània.
- Patrimoni immaterial (oral) i la necessitat de la generació d'un arxiu de la memòria de forma urgent. Començar a documentar la gent gran.

Consensos a l'entorn de la celebració de les futures primeres Jornades de la Mar:

- Necessitat d'organitzar unes jornades perquè les seves conclusions marquin les línies de treball del museu.
- Vincular experts i ciutadania per esbossar les línies futures del que serà un museu participatiu.
- Vincular els participants de la sessió en les jornades.

Hi apareixen una sèrie de referents i hi ha la demanda de poder portar-los a les jornades:

- Trobades de taverna (Girona) per recuperar la memòria oral, impulsades des del Museu de la Pesca de Palamós, Catalunya.
- El projecte Albaola, País Basc.
- Les excavacions fenícies de Cadis, Andalusia.
- La Casa de la Cultura de Pola, Alacant.
- L'exemple dinamitzador de l'Autoritat Portuària de Tarragona i la seva implicació amb el Museu Marítim de la ciutat, o experiències de voluntariat.

Fruit de la feina d'anàlisi feta a partir de les sessions de treball de novembre, es va facilitar una segona trobada al gener, on es va presentar una primera proposta de programa del que acabarien sent les Primeres Jornades d'Estudis de la Mar.

5. Conclusions

5.1. Conclusions dels resultats de “La xarxa dels desitjos”

La xarxa ha funcionat com a forma de presentació del museu, sobretot en els espais per on ha itinerat. De fet, la xarxa funciona si es dinamitza, és a dir, si es vincula a una acció, sigui una fira nàutica o gastronòmica. El fet que els mestres d'aixa hagin estat els agents mobilitzadors ha estat molt positiu, ja que la xarxa s'ha pogut contextualitzar. Els mestres d'aixa, a poc a poc, s'han apropiat del discurs de la xarxa fins al punt que han demanat material explicatiu per poder difondre-la en els diferents esdeveniments on la porten. La dinàmica visibilitza la Unitat de Patrimoni Marítim, a través del taller de mestres d'aixa i el Museu Marítim de Mallorca, com una unitat amb un objectiu compartit, la salvaguarda i la difusió del patrimoni marítim de Mallorca. D'aquesta manera el museu es mostra a un públic que ja coneixia la feina dels mestres d'aixa.

Els resultats generals mostren que es vol un museu amb alt contingut patrimonial, especialitzat, però que es comuniqui molt bé, on l'educació i la divulgació han de regir les seves accions. Cal dir que no es deixen de banda les qüestions relacionades amb la biodiversitat i la nostra relació amb l'entorn.

5.2. Conclusions de la dinàmica de consensos

L'activitat es produeix en un espai en construcció, com a exercici de transparència del procés creatiu del projecte. Es troba en una fase embrionària, on tot és possible i tot està per fer, en un espai en desús des de feia anys. En l'àmbit simbòlic hi ha un nexe d'unió entre l'espai museístic en recuperació i construcció i el projecte del museu, en fase constructiva i de recuperació del vell somni: Mallorca havia de disposar d'un museu vinculat a la mar. La dinàmica funciona per aglutinar la comunitat marítima de l'illa a l'entorn del museu, dissenyar futures línies d'actuació, començar a esbossar equips de treball i vincular les persones amb un projecte que, gràcies a aquesta acció, comencen a reconèixer com a propi.

L'acció avala el full de ruta marcat per la direcció, la qual incorpora les demandes del sector: les jornades, la necessitat de la recerca de la memòria oral de la mar i la necessitat de fer un estudi de peces per incorporar-les a la col·lecció del museu, on les embarcacions menors són elements altament desitjables.

6. Conclusions generals

El MMM està alineat amb el sentiment i les expressions recollides en la definició que està treballant l'ICOM sobre què ha de ser un museu. El procés coparticipatiu ha estat l'eina de treball adient per generar comunitat i recollir els debats contemporanis des del seu naixement. El procés ha servit per vincular els agents marítics, fragmentats després de molts anys de desgast mentre es treballava per al naixement del museu. Les dinàmiques plantejades han servit perquè la comunitat hagi participat en favor d'un objectiu comú: la salvaguarda del patrimoni marítim mallorquí, la seva història i l'obertura del museu.

L'estratègia d'investigació acció-participació s'ha materialitzat en accions concretes, reals en relació amb el museu. Aquestes accions recullen conceptes com participació, transparència i col·laboració activa, que s'han convertit en praxis de treball i acció. El mateix procés també ha fet possible convertir les persones en part del relat museístic, les han incorporat en el treball i en la proposició de línies de recerca.

En aquest sentit, es pot concloure que el procés coparticipatiu ha possibilitat trobades entre el sector marítim i el museu, i gràcies a això tots dos han generat un procés de reconeixement mutu, que s'ha traduït en accions conjuntes, (8) noves narratives i aliances. El procés, a més, ha permès pensar i experimentar noves formes de construcció del coneixement, nous processos de socialització, sincrètics i híbrids, massa vegades invisibilitzats en els entorns hegemònics del discurs.

Ara com ara, és possible concloure que el MMM reconeix la comunitat com a pròpia i inherent al museu, és a dir, fa un exercici d'honestat i transparència que enforteix el vincle amb la comunitat, que, per la seva banda, accedeix i interacciona amb el museu a través de les trobades que impulsa el centre. Així s'estableix un diàleg entre un subjecte (el museu) i diversos subjectes (la comunitat), que s'uneixen en un relat comú, creant accions i experiències de treball conjuntes, com les primeres jornades d'estudis de la mar. De fet, els últims mesos, s'ha demostrat que la comunitat i el museu volen treballar plegats i, per tant, estan disposats a crear un Kintsugi, (9) una imatge que ens ajuda a visibilitzar els conflictes i les negociacions com a parts del procés creatiu i resultat final. Així, la negociació entre el que hi havia i el que serà es configura com un procés de recerca i coneixement, que crea un projecte nou i diferenciat.

D'aquesta manera, podem concloure, com proposàvem a l'inici d'aquest l'article, que la comunicació emergeix com a àmbit interdisciplinari i procés mediador per possibilitar la trobada i el reconeixement mutu i, al mateix temps, com a eina metodològica per a la construcció de noves narratives, per tant de nous relats.

El procés coparticipatiu també ha fet evident que s'han generat eines d'anàlisi de les accions i propostes que assumeixen el mateix procés, ja que les narratives que se'n deriven ajuden a incorporar-los al treball del museu. És

el cas del resultat de la dinàmica de consensos.

Tot i que el procés coparticipatiu tenia un doble objectiu (acostar el museu a la societat mallorquina i vincular-lo amb els diferents agents marítims per configurar una comunitat) s'ha focalitzat, en aquesta primera fase, a crear una comunitat marítima. Així i tot, ens sembla que cal fer referència als bons resultats que ha suposat "La xarxa dels desitjos" com a eina de diàleg amb la societat. Aquests ens mostren que la ciutadania vol tractar la mar de forma transversal, i que el patrimoni marítim tingui un pes específic. El museu, per tant, ha de generar eines de reflexió, i ser un espai de trobada per generar dinàmiques de canvi social. Ha de ser un museu activista. Ja ho està sent en el procés de coparticipació del projecte, però ha de cercar les fórmules que facin que no acabi amb l'estructura, ja que s'ha de pensar que és un ens públic, i que no dissolgui l'activisme.

Són camps d'equilibri que s'han d'experimentar i transitar.

Ara cal fer del MMM un museu de societat. La proposta, mitjançant la seu de Palma, a Ses Voltes, i amb la consolidació d'una plantilla estable ha de ser capaç de generar inputs amb la ciutadania, que se l'ha de fer propi, i participar del seu treball.



El llaüt Salmar, a la badia de Palma, davant de la catedral de Mallorca, en el marc de l'acció cocreada entre el MMM i el mestre artesà xarxer Jaume Amengual per celebrar el Dia Internacional Marítim.

7. Línies d'intervenció engegades

Un cop finalitzat aquest primer procés coparticipatiu, es va voler engegar un segon torn de participació centrat en la realització de les Primeres Jornades de la Mar. Les jornades es van centrar en els debats que van sortir a la dinàmica: biodiversitat, patrimoni marítim i museus i societat. La fórmula escollida combinava:

- a) Sessions de treball amb expertes i experts de cada àmbit per esbossar les línies que s'han d'articular en el futur relat del museu.
- b) Taules per vincular agents de diferents camps en dinàmiques de treball i que han de servir per vincular els agents, debatre quins interessos tenen aquests i crear sinergies amb el futur museu.
- c) Accions per posar en relació el públic assistent en dinàmiques de treball a partir de temàtiques concretes, tant a Ses Voltes com fora de l'espai. Un tema prioritari és la generació d'un decàleg de bones pràctiques entorn de la mar, transversal a les àrees de treball del museu.

A partir d'aquestes primeres jornades s'han plantejat unes segones jornades, aquest cop més centrades en els

museus i la seva accessibilitat.



Associacions vinculades al patrimoni marítim balear com La Reina del Mar, a Eivissa, i l'Associació Alzinares, a Mallorca, expliquen els seus projectes en el marc de les Primeres Jornades de la Mar Pensar la Mar. Es pot consultar el material de les jornades al Twitter del Museu @MarítimMallorca amb el hashtag #Pensarlamar o al web <https://museumaritim.conselldemallorca.cat>

Estudi de possibles col·leccions. Es planteja una primera recerca i anàlisi de l'antiga col·lecció del Museo Marítimo de Baleares, que es troba dipositada al Museu de Mallorca, al Consolat de Mar, seu del Govern de les Illes Balears, i al Museu Militar del Castell de Sant Carles, a la Cambra de Comerç. A banda d'aquest estudi també s'està realitzant una primera recerca sobre les diferents col·leccions privades que hi ha a l'illa. Un cop fet tot aquest treball, se seleccionaran diferents ítems per incorporar-los a l'exposició de Ses Voltes i al fons museogràfic de la institució.

Treball de recerca sobre la memòria oral de la mar de l'illa. Es pensa en la necessitat que el museu iniciï la recopilació i la documentació de la memòria oral, entesa com el coneixement, les vivències i les maneres de fer d'unes persones que han vist desaparèixer la manera de viure en què van créixer. Per tant, es tracta de no perdre el coneixement d'una generació de persones, com ara mestres d'aixa o pescadors, dels quals cada cop queden menys individus.

Generació de l'espai educatiu de Ses Voltes. Amb la intenció d'apropar el museu a la ciutadania, i concretament al col·lectiu de joves, s'enceta un treball de mediació per codissenyar l'espai educatiu de Ses Voltes. Per a aquest treball es compta amb el col·lectiu Sa Galania, encarregat de la mediació, a partir de pràctiques artístiques i culturals en processos de col·laboració entre la institució, un centre amb programes d'inserció sociolaboral, un de secundària i dos amb cicles superiors de formació, tots de Palma, per de generar un espai accessible i proper.

Museïtzació de Ses Voltes. El procés de participació mostra la urgència de la museïtzació de Ses Voltes, que es concep com la casa natural de la comunitat marítima pròxima al museu, ja que convertir l'edifici en un museu, físic, és una promesa feta per les administracions a finals dels anys setanta. Tot i l'existència d'un preacord de govern, signat per l'Ajuntament al 1978, Ses Voltes mai es convertirà en la seu del Marítim. Durant dècades, va ser utilitzat per a altres projectes de l'Ajuntament i s'ha convertit en una història més de la transició. Per tant, Ses Voltes urgeix com a espai i s'ha d'aconseguir museïtzar-lo perquè la comunitat se l'apropriï, més enllà d'una promesa de creació. El procés de museïtzació s'inicia el juny del 2019 amb una primera presentació de les embarcacions custodiades per l'Associació d'Amics del Museu Marítim de Mallorca a les coves del Castell de Bellver, Palma. Es tracta d'una acte

simbòlic on la comunitat marítima identifica aquest moment com a moment zero en la recuperació de l'espai.



La comunitat participa en l'obertura de Ses Voltes com a seu del MMM, el juny del 2019. El MMM exposa tres barques de l'Associació d'Amics del Museu Marítim, que fins al juny eren a les coves del Castell de Bellver. La recuperació d'aquests llaüts, pasteres i bots és una reivindicació històrica de la comunitat que envolta el museu.

Notes

1. Pàgina web de l'ICOM: <https://icom.museum/es/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>, consulta feta el 19 de març del 2020.
2. En el cas que ens ocupa conceptualitzam coparticipació com aquell procés en què treballen: la institució pública / el museu (1), amb els agents (2), que són diversos. El museu com a ens té més poder, i per tant assumeix un rol de lideratge, que els diferents agents sumats, i es produeix un encontre 1-2, essent aquests 2 una unitat diversa. En un procés coparticipatiu com el que plantejam, el museu assumeix el poder institucional, se'n responsabilitza, decideix engegar un procés de reflexió de segon ordre i plantejar trobades amb la comunitat.
3. “La cultura és el principi organitzador de l'experiència, mitjançant la qual ordenem i structurem el nostre present, a partir del lloc que ocupem en les xarxes de les relacions socials. És, en rigor, el nostre sentit pràctic de la vida” (González, 1987: 8).
4. Mètode d'investigació i aprenentatge col·lectiu de la realitat, basat en una anàlisi crítica amb la participació activa dels grups implicats, que s'orienta a estimular la pràctica transformadora i el canvi social. El mètode de la investigació acció-participació (IAP) combina dos processos, el de conèixer i el d'actuar, i implica en tots dos la població en la realitat que s'aborda. És un procés que combina la teoria i la praxi, i que possibilita l'aprenentatge, la presa de consciència crítica de la població sobre la seva realitat, el seu empoderament, el reforç i l'ampliació de les seves xarxes socials, la seva mobilització col·lectiva i la seva acció transformadora.
5. El novembre del 2018, el MMM es troba en una situació anòmala. Després de quaranta anys, el buit d'una institució cultural dedicada als estudis de la mar, la promoció dels valors i la salvaguarda del patrimoni troba una possibilitat de cobrir-se a Mallorca. La situació és la següent: hi ha la demanda d'una comunitat activa entorn de la idea d'un museu marítim, però fins ara no s'han donat les condicions polítiques per canalitzar aquesta demanda. El 2018, aquesta comunitat i la voluntat política convergeixen i neix el Consorci del Museu

Marítim de Mallorca (MMM). Això genera una situació que podem anomenar de punt zero d'un museu que possibilita la generació d'un escenari sense precedents a l'illa.

6. El 4 de gener de 2018 es publiquen els estatuts del Consorci Museu Marítim de Mallorca. S'estableix la forma jurídica del consorci, ja que es considera la més adequada per a la formació d'un nou ens, dins del context jurídic administratiu del moment. Els objectius principals del consorci se centren en la protecció, la recuperació i la difusió del patrimoni marítim de l'illa, tal com s'estableix a l'article 4 dels estatuts
7. El museu, entès com un espai físic, un contenidor, ja que com a projecte ja existeix en la mesura que treballa i genera documentació, accions... en definitiva, feina.
8. Volem destacar l'acció conjunta que va tenir lloc el 26 de setembre de 2019. En aquesta data es commemora el Dia Marítim Internacional. Per celebrar-lo, vam voler fer una acció cocreativa: la navegació d'embarcacions tradicionals des de diferents punts de la badia de Palma cap al Museu del Far de Porto Pi. En aquest cas, l'acció es dissenya entre un destacat membre de la comunitat marítima, el mestre artesà xarxer Jaume Amengual, i el MMM. El primer assumeix la gestió amb els diferents stakeholders i el segon, la institucional que ho fa possible.
9. Kintsugi és una tècnica d'origen japonès que s'utilitza per arreglar fractures de la ceràmica amb vernís de resina empolvorat o barrejat amb pols d'or, plata o platí. Forma part d'una filosofia que planteja que els trencaments i les reparacions formen part de la història d'un objecte, i que s'han de mostrar en lloc d'ocultar-se, i s'han d'incorporar per embellir l'objecte, posant de manifest la seva transformació i història. Consultat a la Wikipedia el 6 d'abril del 2020: <https://es.wikipedia.org/wiki/Kintsugi>

Bibliografia

Bourdieu, Pierre i Wacquant, Loic (1992). *An invitation to reflexive sociology*. The University of Chicago Press. Chicago.

González, Jorge A. (1987). "Los frentes culturales. Culturas, mapas, poderes y lucha por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida", a *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, vol. I, núm. 3, p. 5-44, Universidad de Colima. Colima, México.

ICOM (2020). "La creación de una nueva definición de museo - la columna vertebral del ICOM", a <https://icom.museum/es/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>, consulta feta el 19 de març del 2020.

Martín Barbero, Jesús (1989). "Comunicación y cultura: unas relaciones complejas", a *Telos: cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, núm. 19.

Schiele, B. (2010). "Els museus de societat i les seves identitats en l'era de la globalització", a *Museus d'avui. Els nous museus de societat* (ed. Alcalde, G.; Boya J.; Roigé, X., p. 13-31. ICRPC Llibres, Girona.