

Facultat de Turisme

Màster en Direcció i Planificació de Turisme

Treball de Recerca

**Proposta d'indicadors de museus**

Autor: Fotios Garidis

Tutora: Dolors Vidal

Any acadèmic 2008 – 2009



*Als meus pares, Gheòrghios i Athanassia,  
i als meus germans Dimítrios i Konstantinos*

<b>1. Introducció</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1. – Objectiu i justificació de la recerca</b> .....	<b>2</b>
<b>1.2. – Fonts i Metodologia</b> .....	<b>3</b>
<b>1.3. – Estructura del treball</b> .....	<b>4</b>
<b>2. Marc teòric – Museu i Turisme</b> .....	<b>5</b>
<b>2.1. – El Museu</b> .....	<b>5</b>
2.1.1. – Tipologies de museus .....	6
2.1.2. – Museologia i museografia .....	8
2.1.3. – L'Educació i el Públic.....	9
<b>2.2. – El turisme</b> .....	<b>12</b>
2.2.1. – Turista i Turisme Cultural.....	16
<b>3. El cas pràctic</b> .....	<b>21</b>
<b>3.1. – Descripció del projecte</b> .....	<b>21</b>
<b>3.2. – Indicadors</b> .....	<b>22</b>
<b>3.3. – Recerca bibliogràfica</b> .....	<b>23</b>
<b>3.4. – El procés de la creació de les tècniques utilitzades per a la recerca</b> .....	<b>26</b>
<b>3.5. – La creació de l'enquesta pels museus i de la fitxa tècnica</b> .....	<b>31</b>
3.5.1. – Model d'enquesta pels museus .....	31
3.5.2. – La fitxa tècnica .....	38
<b>4. Conclusions i futura recerca</b> .....	<b>39</b>
<b>4.1. – Conclusions</b> .....	<b>39</b>
<b>4.2. – Futura recerca</b> .....	<b>40</b>
<b>Bibliografia i Webgrafia</b> .....	<b>45</b>
<b>Llibres</b> .....	<b>45</b>
<b>Treballs de recerca universitària</b> .....	<b>47</b>
<b>Revistes i articles</b> .....	<b>47</b>
<b>Diccionaris</b> .....	<b>48</b>
<b>Pàgines web consultades</b> .....	<b>48</b>
<b>Annexos</b> .....	<b>50</b>



# 1. Introducció

El següent Treball de Recerca s'emmarca dins del grup de treballs de recerca del Màster en Direcció i Planificació de Turisme, especialització en Turisme Cultural, corresponent a l'any acadèmic 2008-2009 de la Universitat de Girona<sup>1</sup> i té com a tutora la professora Dolors Vidal.

El treball es basa en una part del projecte de la UdG que s'anomena "*Museus, turisme cultural i educació: conceptualització d'indicadors específics i noves propostes de gestió*" pel qual he tingut la sort de treballar com a becari. El projecte va començar l'abril de 2009 i la seva durada està prevista fins el desembre de 2009. Des d'un principi he entès que no podria tenir bons resultats o informacions per donar una idea completa del projecte i dels seus resultats finals. Els resultats i les conclusions finals estaran disponibles més tard. Una vegada acabada la presentació d'aquest treball, a l'últim apartat de les meves conclusions, afegiré també un apartat de futures accions o propostes amb l'objectiu de donar un suggeriment de la futura recerca i del seguiment del projecte.

Des del principi del projecte els nostres objectius, dels quals parlarem després, estan vinculats a una recerca concreta sobre el tema dels museus i del turisme. Tot i que no he tingut mai la possibilitat d'examinar els museus com un organisme receptor, de conservació i de difusió de l'Art he estat sempre interessat (també pels meus estudis previs sobre "*Bens Culturals per Operadors del Turisme*") en l'Art mateix com una de les màximes expressions de l'esperit humà. Des de llavors, he estat molt interessat en col·laborar en aquest projecte ja que m'agrada la Cultura i el Turisme, no només com a conceptes sinó com a una cosa pràctica i real; donen a tothom la possibilitat d'aprendre noves cultures, que en el cas dels turistes enriqueix el seu equipatge cultural, i per altra banda, la comunitat receptora pot divulgar la seva cultura, posant a disposició els costums, la manera de pensar i la manera de veure el món.

---

<sup>1</sup> A vegades s'utilitzarà l'abreviatura UdG

Amb aquesta visió i idea he entrat en aquest fantàstic sector del Turisme Cultural el qual mereix ser desenvolupat i al que m'agradaria contribuir-hi professionalment en un futur pròxim.

## 1.1. – Objectiu i justificació de la recerca

En relació a aquest treball vull indicar abans de tot la importància del tema durant aquests últims anys. D'una banda, el "Turisme Cultural" com a concepte és un terme bastant nou i convencional. Una explicació d'aquest terme es donarà més endavant a l'apartat de *Turista i Turisme Cultural*. D'altra banda el concepte d'Educació era un concepte inserit a les polítiques dels museus durant el segle XX perquè era part de la difusió de les obres d'art. Després de moltes accions que els museus han intentat i intenten fer per fidelitzar els públics (descomptes o entrades gratuïtes, targetes d'amics de museus, programes de participació del públic, etc.), s'han donat compte que la gran majoria del públic que els visita són turistes nacionals o internacionals. Això ha fet que els museus hagin començat a veure molts temes organitzatius i promocionals des d'un altre punt de vista.

Allò que ens va interessar des d'un principi va ser la investigació d'aquest punt de vista i el nivell de la seva existència dins el món dels museus relacionat amb el turisme cultural. A més la recerca de millores sobre l'educació i l'experiència turística ofertes pel museu. El tema d'Educació no és pas estrany al Turisme Cultural perquè és el vincle que lliga el museu amb els diferents públics. En aquests públics tenim no només la societat que es troba al voltant del museu sinó tots els visitants que no són residents d'aquell lloc i que a vegades venen en grans masses de diferents edats, necessitats, perfils educatius i cultures. L'Educació juga el seu paper a la gestió dels museus posant en contacte els públics amb les diferents expressions artístiques d'una cultura i fent possible la comprensió de la temàtica d'un museu. Per falta de coneixements sobre la disciplina de l'Educació, en aquest treball de recerca parlaré només dels temes inherents al Turisme, tocant el tema de l'Educació solament quan calgui.

Per tot això que s'ha mencionat, els objectius d'aquest treball de recerca es podrien resumir en un únic de concret expressat així:

**Formular uns indicadors vàlids que aplicats a una infraestructura museística ens permetin visualitzar el grau de desenvolupament en la gestió turística i en la gestió dels serveis educatius.**

## 1.2. – Fonts i Metodologia

Per dur a terme aquest treball s'han consultat les següents fonts d'informació:

- **Llibres:** Els llibres que s'han emprat per dur a terme aquest treball han servit per elaborar la introducció teòrica i els conceptes importants d'aquest estudi. Cal dir que aquesta part es feia indispensable per a l'elaboració d'aquest treball, perquè dona a conèixer certs conceptes que permeten una millor comprensió del mateix. La temàtica dels llibres feia especial esment als museus, al turisme cultural, organització i marketing, ja que el treball és sobre tots aquests aspectes i per tant era necessària la consulta de tots aquests temes.

Aquests llibres consultats pertanyen al fons bibliogràfic de la Biblioteca de la Facultat de Lletres de la UdG, ja que en aquesta facultat és on es pot tenir un accés més fàcil als documents d'aquesta temàtica pels estudis que s'hi imparteixen (Història de l'Art, Patrimoni Cultural, Turisme Cultural).

- **Treballs de recerca universitària:** Els treballs que s'han consultat eren Tesis Doctorals i Treballs de Recerca. La temàtica era sempre sobre el Turisme, el Patrimoni Cultural i l'Educació.
- **Revistes i articles - Internet:** Les revistes i els articles que s'han consultat eren de la Biblioteca de la Facultat de Lletres de la UdG del Barri Vell i també d'Internet. La temàtica és la mateixa que la mencionada anteriorment. Tots els articles i les revistes a Internet s'han consultat durant el període entre abril i agost de 2009.
- **Diccionaris:** Essent estranger i treballant en un àmbit multicultural, els diccionaris eren eines indispensables per poder traduir, interpretar i

entendre els conceptes afrontats. L'estudi de llibres, articles i tesis comprenia tot l'àmbit de llengües que parlo i entenc (català, castellà, anglès, italià i grec). Per això s'han utilitzat molts diccionaris de totes aquestes llengües de forma tradicional, és a dir llibres, i de forma digital (Internet).

Per a la realització del treball era indispensable seguir una metodologia d'estudi i de recerca adequada. Aquesta es defineix als següents punts:

- Recerca de models de gestió de museus.
- Recerca i una atenta mirada de la existència d'indicadors que poden mesurar la perspectiva turística d'un museu i la seva consideració al tema d'educació.
- Desenvolupament d'un primer esborrany d'indicadors.
- Quins elements es poden incorporar per millorar l'experiència turística i les activitats educatives.
- Desenvolupament d'un model d'enquesta/entrevista per als museus i primera avaluació dels seus temes i de la informació desitjada.

### 1.3. – Estructura del treball

Aquest treball de recerca s'ha estructurat en quatre capítols. En primer lloc, la introducció que emmarca el document. Aquí es presenten els objectius i la justificació del treball, juntament amb les fonts i la metodologia utilitzades. En segon lloc, es presenta el marc teòric subdividit en dos subepígrafs:

- *El museu*, a on presentaré les diferents tipologies de museus, els conceptes i les funcions de la museologia i museografia, i per últim el concepte de l'educació i del públic.
- *El turisme*, que conté presentació, definicions i les tipologies d'aquest concepte amb una explicació del turista i turisme culturals.

En tercer lloc, es presentarà el cas pràctic. Allà hi és inclòs tot el procés del treball i conté una descripció del projecte, una explicació sobre què són els indicadors, la recerca bibliogràfica i el procés de la creació de les tècniques utilitzades. Finalment, al capítol quatre, hi són les conclusions i la proposta de la futura recerca de l'estudi.

## **2. Marc teòric – Museu i Turisme**

### **2.1. – El Museu**

En aquest apartat intentaré donar unes explicacions sobre els conceptes principals d'aquest treball de recerca. Mirarem els dos conceptes individualment i òbviament com es relacionen i la funció que tenen.

El museu prové de la paraula grega *Mouseion* que significa “casa de les Muses”, les antigues divinitats que protegien les Arts com la dansa, la música, la història, la poesia, l'astronomia, etc. Ja des de la seva base etimològica podem entendre que aquesta paraula podria tenir molts diferents significats i com edifici o lloc podria tenir moltes funcions diferents. La veritat és que el “museu” al llarg de la història ha tingut nombroses aplicacions i significats fins el seu sentit actual (Alonso, 1993:27).

Les primeres definicions “oficials” de Museu sorgeixen durant el segle XX i emanen del Consell Internacional dels Museus<sup>2</sup>, creat el 1946 (Alonso,1993; Hernández, 1994). En els seus estatuts del 1947, i precisament l'article 3 proclama que: *reconeix la qualitat de museu a tota Institució permanent que conserva i presenta col·leccions d'objectes de caràcter cultural o científic amb fins d'estudi, educació i delit*. Aquesta definició marcarà una fita important en el desenvolupament del museu modern i serà un punt de referència que tindrà ressonàncies pràctiques en la política museística dels diversos països. Serà a partir de la dècada dels cinquanta quan s'iniciïn les primeres renovacions museogràfiques que intentaran canviar la imatge del museu vuitcentista (Hernández, 1994:69).

La definició actual a través dels ulls del Consell Internacional dels Museus és la del 1947 que torna a donar una nova definició en els seus Estatuts ratificada per la setzena Assemblea General del 1989. Així, afirma que el museu és una: *Institució permanent, sense finalitats lucratives, al servei de la societat que adquireix, conserva, comunica i presenta amb finalitat d'estudi, educació i delit, testimoniatges materials de l'home i del seu entorn*.

---

<sup>2</sup> D'ara endavant s'utilitzarà l'abreviatura ICOM

En el seu article 4 i responent a aquesta definició, inclou els següents centres:

- a) Els Instituts de conservació i galeries d'exposició dependents d'Arxius i Biblioteques.
- b) Els llocs i monuments arqueològics, etnogràfics i naturals i els llocs i monuments històrics, tenint la naturalesa d'un nou museu per les seves activitats d'adquisició, conservació i comunicació.
- c) Les Institucions que presenten espècimens vius tals com jardins botànics i zoològics, aquàriums, vivàriums, etc.

El 1983, la catorzena Assemblea General de l'ICOM, celebrada a Londres l'1 i 2 d'agost, afegeix a l'article anterior els següents:

- d) Els parcs naturals, els arqueològics i històrics.
- e) Els centres científics i planetaris (Hernández, 1994:69).

Aquestes explicacions ens donen ja una idea del què és un museu. Però museus existeixen de molts tipus i com ja s'ha mencionat, és una institució que s'ha anat desenvolupant durant els segles. Juntament ha fet que les definicions que es donaven anessin variant. Però la clau per entendre el concepte de museu és un punt que tenen en comú totes les diferents definicions: l'interès que reporta aquesta institució al patrimoni natural i cultural de la humanitat.

### **2.1.1. – Tipologies de museus**

En aquest punt podríem analitzar els diferents tipus de museus que existeixen però crec que no és necessari fer-ho, tret d'un esment a les diferents tipologies que ajudaran a l'orientació de la lectura d'aquest treball. Hi ha diferents classificacions dels museus però jo preferiria donar la classificació dels museus de l'ICOM (per la naturalesa de les col·leccions o fons) que és la següent<sup>3</sup>:

1. **Museus generals d'Art** o especialitzats en pintura, escultura, gravat, arts gràfiques (dissenys, gravats i litografies), arqueologia i antiguitats,

---

<sup>3</sup> Per a més informació sobre les diferents tipologies de museus, podeu consultar la pàgina web:

<http://www.uclm.es/PROFESORADO/irodrigo/clasificaci%F3n%20de%20los%20museos.ppt>

arts decoratives i aplicades, art religiós, música, art dramàtic, teatre i dansa.

2. **Museus d'història natural** en general que comprendria col·leccions de botànica, geologia, zoologia, paleontologia, antropologia, etc., o especialitzats en geologia i mineralogia; botànica i jardins botànics; zoologia, jardins zoològics i aquaris o d'antropologia física.
3. **Museus d'Etnologia i Folklore.**
4. **Museus Històrics**, que es podrien subdividir al seu torn en:
  - museus bibliogràfics referits a grups d'individus, per categories professionals
  - museus biogràfics (dedicats a un únic personatge)
  - museus d'època (objectes i records d'una època)
  - museus commemoratius d'esdeveniments
  - museus de la història d'una ciutat
  - museus històrics i arqueològics
  - museus de guerra i de l'exèrcit
  - museus de la marina.
5. **Museus de les Ciències i Tècniques.** Poden ser generals, o bé especialitzats en física, oceanografia, medicina i cirurgia, tècniques industrials i indústria de l'automòbil, manufactures i productes manufacturats.
6. **Museus de Ciències Socials i Serveis Socials:**
  - museus de pedagogia, ensenyament i educació
  - museus de justícia i policia.
7. **Museus de Comerç i Comunicacions:** que poden ser de la moneda i sistemes bancaris, de transports o de correus.
8. **Museus d'agricultura i productes del sòl.**

Hem d'acceptar que qualsevol classificació de museus comporta el risc de la redundància, encara que sigui parcial. Fins i tot els museus generals tot i que hagin fixat teòricament d'una manera molt clara els seus objectius teòrics i les seves funcions, en realitat tots ells estan d'alguna manera "especialitzats" des del seu naixement per la seva formació, pel gust del seu fundador, pel país a on es troba, per les successives directrius que ha passat i per l'edifici en el que està ubicat (Alonso, 1993:152).

### 2.1.2. – *Museologia i museografia*

Encara que no sigui de la meua competència, el concepte de museologia i de la museografia és indispensable per entendre el museu i les seves col·leccions en com són vistes per part dels col·leccionistes o organitzadors i planificadors dels museus, és a dir, que la museologia i la museografia són unes ciències desenvolupades als segles XVIII i XIX fins arribar al termini últimament utilitzat per part de molts estudiosos (Alonso, 1993, 1999; Hernández, 2006; Linarez, 2008) com a “*la nova museologia*”.

Abans de tot, mirem què significa cada paraula del diccionari de l'Enciclopèdia:

- ***Museologia***: “*Conjunt de teories sobre els museus com a institució i sobre llur funció dins la societat.*”<sup>4</sup>
- ***Museografia***: “*Conjunt de tècniques i de pràctiques relatives al funcionament dels museus.*”<sup>5</sup>

Com hem vist, la museologia són les teories de com funciona un museu en general com institució i dintre a la societat, en quant la museografia podem dir que són totes les accions que un museu fa relacionades amb el seu funcionament. Així reconeixem la museologia com la ciència del museu i la museografia és la interpretació d'aquesta ciència, és a dir que la museologia es preocupa de la teoria o funcionament del museu quan la museografia del seu aspecte tècnic. En conseqüència, museologia i museografia es complementen mutualment (Hernández, 1994:71).

Ara allò que ens interessaria més, perquè està més proper als objectius de l'estudi i del projecte al qual fa referència aquest treball, és la *nova museologia*. És aquella visió del museu formada a la mitat dels anys '80 que afronta el museu com un organisme viu i que és part dinamitzadora de la societat. Abans el museu era vist com un “*edifici – institució*” el qual hauria de protegir, conservar i difondre les seves col·leccions a un públic que cada vegada era més curiós de veure què hi havia dintre d'aquell edifici. En els

---

<sup>4</sup> <http://ec.grec.net/lexicx.jsp?GECART=0092502>

<sup>5</sup> <http://ec.grec.net/lexicx.jsp?GECART=0092500>



últims anys per molts motius diferents (factors econòmics, polítics, culturals, etc.) la societat s'ha ressentit pels diferents canvis i tots molt més ràpidament que abans. Ara l'intercanvi de la informació, dels coneixements, el turisme i la tecnologia, fan que les cultures i les societats es modifiquin ràpidament. Tenen més oportunitats d'aprendre nous aspectes i conceptes enriquint les seves visions culturals. A més, el museu d'ara afronta més que mai l'obligació de respondre a diferents necessitats del públic. El seu públic no es forma només de persones del mateix context cultural sinó d'una barreja de cultures. L'augment de turisme especialment a les societats mediterrànies ens ha obligat a mirar i a aprendre les visions dels nostres visitadors. El mateix passa a altres contextos culturals o països que han tingut una fort immigració o han desenvolupat les seves societats tenint en compte diferents components culturals. Així que el museu es troba a una posició que ha de respondre a uns visitants que potser no tenen cap formació o experiència prèvia de l'objecte que estan mirant, de la col·lecció que visiten, del context cultural etc. La nova museologia té en compte que tracta de participar de la vida real de la població on es troba situada i pretén convertir-se en un element dinamitzador de la societat. Per això, el nou museu exerceix una funció de recerca de la identitat amb el propòsit de contribuir a la seva pròpia formació i desenvolupament, aportant tots els recursos que disposa per resoldre aquells problemes amb els quals es troba la comunitat en cada moment de la seva existència (Hernández, 2006:171).

Abans d'acabar aquest argument voldria comentar el que diu en Gabriel Alcalde i Gurt: el concepte de museologia està prenent actualment cada vegada un caràcter més globalitzador (1992:23). Aquest caràcter globalitzador, es nota més en la voluntat del museu d'arribar a través de l'educació, a més públics possibles i de posar la institució del museu a una posició encara més favorable dins la societat.

### **2.1.3. – L'Educació i el Públic**

L'Educació es preocupa de donar cabuda a tot el tipus de públic dels museus a través d'un projecte inclusiu. Com a finalitat té que el visitant surti

amb noves idees que enriqueixin el seu coneixement, i que això li serveixi en el seu desenvolupament vital. Per anar bé, l'educació hauria d'estar present en el projecte museològic i el projecte educatiu del centre esdevenint un eix dins l'organigrama del museu. La naturalesa i el rang del paper educatiu dels museus ha tingut canvis i ha crescut molt aquests últims anys. Com diu Eilean Hooper-Greenhill (1999:3) en la comprensió de la complexitat del paper educatiu del museu, ocorren tres paraules: *educació*, *interpretació* i *comunicació*. Hi ha confusió en els cercles dels museus en el fet del veritable significat d'aquestes paraules i de com es correlacionen. En certa manera, aquesta confusió semàntica indica una falta d'una visió holística del potencial educatiu del museu. Encara hi ha una tendència a veure l'educació com sessions magistrals pels alumnes, i encara hi ha una visió de reconèixer que l'educació del museu s'ha de considerar en el context del museu o de la galeria com organització cultural dintre d'un marc social contradictori i desigual.

Cal tenir present que l'educació no és una funció únicament dels docents ni de l'educació obligatòria i això s'ha de veure també en el museu. No podem caure en l'error de pensar que l'educació en els museus és només per als escolars o pels arqueòlegs que els visiten. Hem d'entendre que l'educació està present en tots els centres i estaments socials, des de la família fins a barris i municipis. Per tant, el museu ha d'intentar fer possible la visita i la comunicació al visitant a través de maneres adequades i amb una comunicació concreta. Això significa que la comunicació dels objectes, col·leccions o exposicions ha de ser transmissible per a tothom. Qualsevol públic ha de ser capaç d'entendre allò que el museu vol comunicar. Ara vivim en una època que el museu no és la col·lecció personal d'algú sinó de tota la societat o comunitat que el circula. Ara els museus són institucions obertes als públics de tots els tipus i han de ser capaços de transmetre el missatge i l'objectiu d'aquesta institució. Per poder transmetre aquest missatge és important tenir en compte els conceptes de la interpretació d'aquest mateix per part dels públics. Un bon programa d'educació ha d'incloure diferents maneres per poder explicar-ho i ha de ser flexible per poder reconèixer els diferents públics que eventualment poden estar interessats en aprendre allò que el museu vol transmetre.

Els últims anys el públic dels museus ha assumit un rol diferent i ha tingut una continua evolució. S'ha convertit d'un espectador passiu, a un espectador

actiu. Ara, la majoria de les vegades, el públic ja sap què visita i què mira. A més, li agrada participar-hi i relacionar-se amb els objectes o l'exposició que està visitant. En canvi, no podem dir que els museus s'han desenvolupat tant per poder respondre a tot tipus de públic. El museu ha d'exercir sempre la seva missió pedagògica i cultural tenint en compte les dues tipologies de públics generalment dits com al públic *passiu* i el públic *actiu*. Però no en hem d'oblidar del públic *no visitant* del museu el qual és també un públic que considerem com a molt important i que ha donat inspiració al projecte *Museus, Turisme Cultural i Educació* de la UdG. El canvi substancial de l'actitud de tot tipus de públic dels museus ha tingut un desenvolupament que es deu a diferents motius com a canvis sociològics, econòmics i tecnològics dels quals no parlarem perquè no formen part dels objectius d'aquest treball. Però allò que seria interessant de veure és com el públic és més actiu dintre un museu.

Un exemple de museu interactiu és el museu de ciència. Amb freqüència, entre la societat i la ciència ha existit una falta d'enteniment i de sintonia degut, potser, a les dificultats de comunicació experimentada a l'hora de transmetre uns coneixements científics i tecnològics. Però el ressorgir d'una nova sensibilitat enfront de tot allò que tingui relació amb la problemàtica científica ha donat pas a la creació dels museus científics, on l'exposició de les obres té com objectiu primordial facilitar la comprensió i transmissió de tot missatge científic; és a dir, que a través de l'exposició es tracta d'explicar qualsevol coneixement científic. Però, perquè aquesta explicació sigui efectiva i es doni una autèntica comunicació entre ciència i societat, cal parar esment a les diferents formes que existeixen de transmetre el missatge.

Mentre que en el museu tradicional l'art és presentat al públic perquè sigui contemplat, exclusivament, a través de la mirada, en el museu científic els objectes i els altres elements de comunicació s'ofereixen com a una possibilitat d'activar tots els sentits: el tacte, l'oïda, l'olfacte, la vista. Al visitant se li ofereix l'oportunitat de ser protagonista dels seus propis descobriments, experimentant amb els objectes que se li presenten per a la seva manipulació. A través dels mitjans interactius, els visitants es converteixen en subjectes actius que tenen una relació directa amb els objectes a través del seu maneig o de la simple contemplació de com uns altres els manipulen. El visitant experimenta de forma directa, viva i lúdica el fet científic i això és el més atractiu pels visitants,

sobretot si es tracta de nens i joves que, en edat escolar, reben una ajuda pedagògica del museu, complementària de l'escola.

Per tant, es tracta d'oferir una informació científica i tècnica que sigui capaç d'explicar-se de manera intel·ligent, significativa i lúdica (Hernández, 1998:212). El que ofereix sempre el museu són les seves exposicions o col·leccions i per això en el moment d'organitzar-les hauria de pensar en base al seus destinataris, per tant el seu públic. A més és necessari pensar sempre des d'una perspectiva del visitant iniciat i no d'un expert. Això per poder facilitar-li la informació dels continguts del museu i de les seves exposicions.

Una vegada exposat el primer component principal del projecte, és a dir la institució del museu, i explicats aquests temes d'educació i de la seva relació amb el públic, podríem començar a veure la funció de l'element més important d'aquest treball que tracta la temàtica del Turisme i de la seva relació amb la cultura i els museus.

## 2.2. – El turisme

Existeixen moltes definicions del fenomen que es diu “turisme” el qual es presenta com un concepte bastant complicat per ser definit. En primer lloc, m'agradaria posar la definició de la indústria turística que és més fàcil d'entendre: *Activitat multisectorial que exigeix aportacions de moltes indústries - agricultura, construcció, manufactura - i tant del públic com de sectors privats per proporcionar els béns i serveis utilitzats per turistes. No té cap límit clarament resolt i cap producció física; és un proveïdor de serveis que en ventall, variaran entre països.*<sup>6</sup> Aquesta crec que és una definició bastant bona i que explica què és turisme com a concepte econòmic o millor dit, industrial. La definició que fa servir la majoria de la gent és aquella de l'Organització Mundial del Turisme<sup>7</sup> que en la Conferència Internacional d'Ottawa del 1991 defineix turisme com: *el conjunt d'activitats que realitzen les persones durant els seus viatges i les seves estades en espais diferents al del seu espai habitual, per un període de temps inferior a un any, per motius d'oci, de negocis o altres motius*

---

<sup>6</sup> [http://uk.encarta.msn.com/encyclopedia\\_781531389/Tourist\\_Industry.html](http://uk.encarta.msn.com/encyclopedia_781531389/Tourist_Industry.html)

<sup>7</sup> D'ara endavant s'utilitzarà l'abreviatura OMT

*que no estiguin vinculats amb una activitat remunerada.*

Segons José Antonio Donaire (2008:17), la definició oficial de turisme és un esforç essencialment estadístic, però no resol els problemes conceptuals. Això perquè la definició de l'OMT deixa molts buits i no explica: *què es considera com a espai habitual?, per què un període de temps inferior a un any?, la frase "altres motius que no estiguin vinculats amb una activitat remunerada" deixa entendre que un estudiant o un escriptor que resideix per un període de 364 dies a una altre lloc, es podria considerar com a una persona que fa turisme?*, etc. Des d'aquí veiem que més tard han vingut també les definicions de les dues grans categories, la del turista i la de l'excursionista. Aquestes definicions són indicadors útils només per mesurar fenòmens econòmics i de planificació. Aquestes dues categories inclouen els segments de turistes i excursionistes nacionals i internacionals, els estudiants, els visitants i podríem afegir moltes altres distincions que com ja hem mencionat es fan servir per poder reconèixer els segments que té cada destinació i/o empresa amb motiu de la millora de les seves estratègies gestionals i promocionals.

En el segle XX és el moment quan es creen totes les organitzacions turístiques a diversos països del món i pren inici la necessitat d'explicacions i, més que res, la necessitat de trobar definicions sobre els conceptes del turisme i les seves manifestacions. Així comencen a definir com a turistes els que pernocten a una destinació, per distingir-ne aquest element de l'element dels excursionistes que només visiten una destinació per oci, interès, curiositat o altres motius i després tornen als seus llocs o ciutats d'origen o que simplement dormen a una altra destinació. A més, però, el turista es relacionava amb una persona que feia activitats d'oci o que com a mínim disposava d'un cert període de temps per dedicar-se a activitats que, com diu l'OMT, no eren remunerades. Però en aquest punt surt una altra pregunta; turistes són només aquests que hem mencionat ara mateix o també es considera tothom que fa activitats que no són remunerades? És a dir, turista no pot ser una persona a la seva pròpia ciutat d'origen? Un resident de la ciutat d'Eivissa no pot ser turista si durant les seves vacances es queda a la pròpia casa? Segurament existeix alguna cosa que fa diferenciar les activitats turístiques, encara que siguin activitats que poden ser efectuades a qualsevol lloc. Allò que fa diferenciar és el que l'OMT

defineix amb el concepte del "espai habitual". L'espai habitual es delimita a partir dels criteris de distància i freqüència. Són habituals aquells espais que són visitats de forma regular, tot i que siguin relativament distants, i també són habituals els espais propers, malgrat que no s'hagin visitat mai. A la pràctica, els organismes oficials utilitzen les fronteres administratives (comarcals, regionals, nacionals) per fixar l'espai habitual.

Aquesta frontera imprecisa delimita les dues peces bàsiques de l'experiència turística: l'espai d'origen i l'espai receptor. L'experiència turística no neix en el moment en què el visitant arriba a la destinació, perquè els turistes han iniciat la construcció simbòlica del lloc molt abans. Des de l'espai d'origen, els turistes projecten una imatge sobre la destinació, una imatge que és sovint el negatiu de la seva realitat quotidiana. Els límits de l'espai habitual no són físics sinó psicològics. Els turistes van a la recerca d'experiències extraordinàries i per això cerquen espais extra-ordinaris, fora de l'ordinari (Donaire, 2008:18; Vidal, 2002:8). Però el fet de la recerca d'experiències extraordinàries es pot manifestar també dintre la vida quotidiana. Sovint, la gent busca experiències diferents des del seu espai habitual i això és l'element que podríem anomenar com a "oci". L'oci està relacionat amb el turisme i aquesta és una característica que diferencia les activitats d'oci de la vida quotidiana de les activitats turístiques en base al lloc de l'espai habitual que hem mencionat fa poc. La visita d'un teatre de la nostra ciutat pot ser considerada com una activitat d'oci però no turística però la visita d'un espectacle teatral a una altra ciutat, a un altre país, pot ser considerada com una activitat turística d'un turista cultural.

Tres elements més caracteritzen si una persona és turista o no. En principi, voldria enfocar el fet que una persona per ser turista, o caracteritzada com turista, hauria de fer activitats que no són remunerades. Molts podrien pensar "*per què el turista de negocis no es podria considerar com a un turista que la seva activitat té un objectiu o un origen amb motius econòmics?*" Podria ser, però jo crec que no, perquè els turistes de negocis és un segment turístic amb diferents necessitats i actituds. Clar que tot això es fa només per poder mesurar qui és turista o no en un sentit comú perquè per exemple si pensem que una persona va a una conferència per motius de treball i també un guia turístic fa les seves visites o porta els turistes per veure els monuments d'una

ciutat per motius de treball, no podríem saber mai si el guia oficial que porta els turistes a veure els monuments de la ciutat, ho fa perquè li agradi o perquè té necessitat dels diners que li aporta aquest treball. A més, existeix el factor de l'espai habitual que distingeix aquests dos tipus de persones (si el guia és del lloc) perquè cadascú fa una activitat, que en teoria podrien tenir el mateix tipus de motiu (treball), però cadascú a un espai habitual diferent i que això els fa distingir com a dos elements diferents. Però com hem dit, això és indispensable per motius estadístics, per poder mesurar els diferents elements-usuaris d'una destinació. En aquest sentit podríem acceptar la definició de l'OMT que es refereix a activitats que no són remunerades. A més, en un sentit molt ampli i universal, podria ser acceptat que tothom és turista i fa activitats turístiques també durant la seva vida quotidiana però això depèn des de quin punt de vista l'estem examinant. Per tenir un concepte més concret i precís, ens referim al turisme que implica unes activitats, un benefici per la societat receptora i una experiència única, esperada o distinta al turista.

Com hem vist fins ara, per fer turisme es necessari tenir dues coses importants: temps i espai. Personalment crec que pot ser turista qualsevol persona que té aquestes dues coses i les dedica a fer activitats no remunerades. Com per a totes les coses, així també per fer turisme és necessari dedicar una quantitat de temps. El temps que dedica cada un de nosaltres per fer turisme és personal i depèn de molts factors que van canviant en base a la voluntat i flexibilitat de cada persona. El temps és una, sinó la primera, de les limitacions més importants. Altres limitacions que poden influir durant el procés de la presa de decisions són els diners, la seguretat, el medi de transport, el perfil socio-cultural de la destinació, la situació política del lloc, les condicions de sanitat, etc.

El segon element que hem anomenat era l'espai. Espai en el sentit general de la destinació o del lloc. Per fer turisme es necessita una àrea a on es puguin desenvolupar les activitats turístiques. Aquests espais poden ser espais de característiques internes com edificis, teatres, exposicions, parcs temàtics, tallers, fàbriques, etc. o externes com platges, camps, muntanyes, mar, etc. Aquest element és important perquè a vegades crea turisme en si mateix o serveix per a crear àrees turístiques. És a dir que, una platja que agradi a tothom pot convertir-se en un lloc turístic sense que hom es plantegi

de convertir-la en una zona turística; i també, la valorització d'una àrea paludosa pot generar benefici a una població que la converteix en una àrea turística. Una altra característica d'aquest element és que pot donar identitat a una destinació i a la seva població i a més, donar caràcter als diferents tipus de turisme que existeixen. Es podrien anomenar alguns tipus com per exemple el més conegut turisme de sol i platja o turisme de masses, turisme de la salut, de pelegrinatge, turisme hivernal, turisme cultural, eco-turisme, turisme sexual, turisme de nínxol, etc.<sup>8</sup> De tots aquests tipus nosaltres parlarem només del turisme cultural que és el de l'àrea del nostre interès i concorda amb els objectius d'aquest estudi.

### ***2.2.1. – Turista i Turisme Cultural***

A la presentació dels objectius d'aquest treball hem dit que el concepte del "Turisme Cultural" és un terme bastant nou i convencional. En Greg Richards (2001:5) diu que el turisme cultural era sempre una àrea difícil per a la Comissió Europea en el passat, perquè ni la cultura ni el turisme estaven anomenats específicament al Tractat de Roma com a àrea de competència per a la UE. Això ha canviat des del tractat de Maastricht a l'any 1991, que incorporava l'Article 128, emfatitzant la importància de la cultura com a àrea per al desenvolupament de pòlissa. A més diu que des d'aquell moment la UE va adoptar el que anomenen 'nova aproximació a la cultura'.

El turisme cultural es podria presentar com a una barreja entre cultura i turisme. És el punt on sembla que es troben els conceptes de la cultura i del turisme. Com diu en José Antonio Donaire (2008:16), el turisme cultural és un aiguabarreig entre el turisme i la cultura i, com tots els espais de contacte, és un concepte imprecís. Ens podem situar en una de les ribes, la riba del turisme, i considerar que el turisme cultural és una forma més de turisme, que es caracteritza perquè la mirada dels visitants se centra en les manifestacions culturals. Així, existeix el turisme cultural de la mateixa manera que existeix el turisme rural, el turisme natural o el turisme litoral. La cultura seria, per tant, un

---

<sup>8</sup> Per consultar més tipus de turisme: <http://info.newkerala.com/top-travel-destinations-of-the-world/main-types-of-tourism.html>



adjectiu del turisme.

Ens podem situar a l'altra riba, la riba de la cultura, i considerar que el turisme cultural és una manifestació cultural més. L'experiència turística és una de les experiències possibles que relacionen els individus amb les diverses manifestacions culturals. Des d'aquesta perspectiva, el turisme és un adjectiu de la cultura. Aquesta lectura és més evident si reflexionem sobre la gestió cultural. Entre el catàleg d'activitats de la gestió de la cultura, normalment hi tenim en compte la gestió dels visitants, juntament amb la rehabilitació, la preservació, la recerca, la catalogació, la informació o la difusió dels espais culturals.

El concepte de turisme cultural no és el mateix si el mirem des de la perspectiva de la cultura, que si el mirem des de la perspectiva del turisme (Vidal, 2002:18). Els conceptes de cultura i de turisme són molt amplis i difícilment limitadors amb moltes possibilitats d'interacció. Per això es podria considerar que turisme cultural és el turisme que es practica en els nuclis urbans que presenten un alt nombre de recursos culturals que per la seva singularitat i valor són capaços d'atreure als turistes i provocar que aquests estiguin motivats a conèixer el patrimoni cultural de la ciutat o urbs visitades. El turisme cultural mostra el patrimoni tangible i intangible i serveix de contrapunt al turisme de sol i platja, diversifica l'oferta i atreu a nous turistes. Es defineix com a aquell viatge turístic motivat per conèixer, comprendre i gaudir del conjunt de trets i elements distintius, espirituals, materials, intel·lectuals i afectius que caracteritzen a una societat o grup social d'una destinació específica. En línies generals, entenem per turisme cultural aquell que manifesta un desig de conèixer i comprendre els objectes, les obres, les manifestacions artístiques, culturals i socials d'una destinació, incloent la població local amb la qual s'entra en contacte. En certa manera, es busca "el pintoresc, el folklòric, el color local... les glòries del passat" (Botero *et al.*, 2006:3).

El 1985, l'OMT va proporcionar dues definicions de turisme cultural. La definició més curta inclou: els moviments de les persones per a les motivacions essencialment culturals tals com viatges d'estudi, arts interpretatives i viatges culturals, viatges als festivals i altres esdeveniments culturals, les visites als llocs i els monuments, recorregut per a estudiar la naturalesa, folklore o art, i

els pelegrinatges. La definició més àmplia inclou: tots els moviments de persones, ... perquè satisfan la necessitat humana per la diversitat, que tendeix a augmentar el nivell cultural de l'individu i donar lloc a nous coneixements, a experiències i a trobades (Richards, 1996:23). Dintre d'Europa, de la Comissió Europea i de l'Associació per a l'Educació del Turisme i de l'Oci (ATLAS), la definició del turisme cultural s'utilitza com: el moviment de persones a les atraccions culturals lluny del seu lloc normal de residència, amb la intenció de recol·lectar nova informació i noves experiències per satisfer les seves necessitats culturals (definició cultural) i "tots els moviments de persones a les atraccions culturals específiques, tals com llocs de béns culturals, les manifestacions artístiques i culturals, els arts i drama fora del seu lloc normal de residència" (definició tècnica) (Johan, 2005:6). Per tant, com podem entendre, de les definicions abans mencionades, el turisme cultural es podria considerar com a un tipus de turisme on els seus participants són persones amb algunes característiques particulars. El que busquen és la participació en unes activitats que ajudin al visitant a enriquir-se com a persona i a aprendre alguna cosa que no coneixia abans. És una manera de turisme d'oci, o almenys que les activitats agradin als turistes que estan motivats per fer-les, però personalment crec que es manifesta amb una altra modalitat. Per tant, com diu la Dolors Vidal (2002:21), no podem parlar de turisme cultural des d'una òptica de l'oferta (la visita a un castell, una mina o unes restes arqueològiques), sinó a l'actitud activa, receptiva i estimulada del visitant (és a dir, de la demanda). El "turista cultural" té diferents objectius o activitats d'un turista de "sol i platja", d'un turista de negocis o d'un turista sexual.

Molts agafen com exemple de primers turistes els turistes del *Grand Tour* del segle XVII. Si pensem en el cas dels primers turistes del famós *Grand Tour*, sovint, els joves britànics de classe alta que realitzaven viatges als països del sud d'Europa, eren viatgers culturals. L'objectiu del viatge era la seva formació i aquest viatge podia durar de pocs mesos a 8 anys.<sup>9</sup> Les destinacions principals eren França, Holanda, Alemanya però hi havia com a objectiu principal l'estada a Itàlia i en particular a la ciutat de Roma. Era una etapa educativa abans de l'edat adulta o abans del matrimoni. Durant el *Grand Tour*, els joves aprenien

---

<sup>9</sup> [http://it.wikipedia.org/wiki/Grand\\_Tour](http://it.wikipedia.org/wiki/Grand_Tour)

els coneixements polítics, culturals i artístics dels països que visitaven. Passaven el seu temps fent visites i donant voltes a les ciutats per conèixer els seus monuments, estudiant i fent compres. Es podria dir que els primers turistes eren turistes culturals. El fenomen del turisme de “sol i platja” es pot trobar en la meitat del segle XX quan els habitants dels països del nord Europa van començar a visitar els països mediterranis per trobar allò que no tenien als seus països com per exemple el sol, la calor del clima durant quasi tot l'any, les platges i el mar amb aigües cristal·lines.

El turista cultural té unes característiques diferents, les quals moltes vegades les produeix el mateix producte cultural. Així que el consumidor dels productes culturals manifesta un tipus de dependència creada pel producte que consumeix. Es podria dir que el producte cultural té unes “anomalies” on la seva utilitat marginal sembla que creixi en lloc de disminuir, i el consum repetitiu el qual sembla que generi fenòmens assimilables en dependència a aquells típics de drogues o de l'alcohol (Trimarchi, 2005:17). Això de la utilitat marginal, per explicar-lo millor, significaria que quan algú vol menjar i va a un restaurant per consumir uns productes, mentre menja la seva voluntat disminueix i ja després de sentir-se tip no té cap gana de consumir més cap tipus de menjar. Al contrari que amb els productes culturals, un cop que l'individu augmenti la seva capacitat d'interpretació sobre expressions artístiques i culturals, manifesta cada vegada més interès pels productes culturals i dedica sempre més fonts econòmics o físics per satisfer la seva gana de veure obres, monuments, llocs, participar a esdeveniments culturals, conèixer noves cultures etc.

La majoria de les vegades els bens culturals generen utilitat fent combinacions entre ells. Cada objecte es relaciona amb el seu context i crea una relació mútua. No és només l'objecte individual que dóna valor a una col·lecció sinó també la col·lecció que doni un valor afegit a l'obra. Per tenir un exemple podríem intentar a imaginar el quadre de *la Mona Lisa* fora del museu de Louvre! La junta dels components de productes augmenten el valor afegit de cada producte en si mateix. Així que els productes culturals formen una característica més. Aquesta característica, del valor afegit que poden donar basat en la combinació dels productes, és la possibilitat i la facilitat de crear xarxes culturals, col·leccions i exposicions de diferents elements amb la

mateixa o distinta temàtica, connexió d'elements culturals distints entre ells (organització d'esdeveniments culturals de teatre, música, cinema, exposicions, etc. durant el mateix període de temps), fidelització dels visitants, en el cas del turisme ajuda a la desestacionalització de la destinació i així garanteix un turisme més estable.

Aquests elements i característiques del turisme cultural i dels seus productes ens fan pensar que hi ha un potencial enorme per créixer i encara més per millorar l'oferta existent. Allò que és necessari és una bona col·laboració entre les entitats culturals i administratives per treballar junts; també entre els altres tipus de turisme, com el de "sol i platja", que no siguin elements que es contradiguin sinó que es complementin.

### **3. El cas pràctic**

#### **3.1. – Descripció del projecte**

Com hem mencionat al principi del treball, el cas pràctic consisteix en la part inicial del projecte “*Museus, turisme cultural i educació: conceptualització d'indicadors específics i noves propostes de gestió*”, finançat per la Universitat de Girona. És un projecte multidisciplinari i hi participen tres grups de recerca i cada grup està format per quatre professors. Els grups de recerca són:

- El grup d'Educació i Patrimoni Artístic amb els professors: Roser Juanola, Joan Vallès, Montserrat Calbó, Mariona Masgrau.
- El grup del Laboratori de Recerca en Turisme amb els professors: Joaquim Majó, Núria Galí, José Antonio Donaire, Silvia Aulet.
- El grup de Teories de l'Art Contemporani amb els professors: Dolors Vidal, Maria Josep Balsach, Lluïsa Faxedas, Àngel Quintanas.

Com hem mencionat a la introducció d'aquest treball he tingut la sort de ser el becari d'aquest projecte multidisciplinari.

La primera reunió dels grups (que d'ara endavant es mencionarà com un grup multidisciplinari) va tenir lloc el dia 19 de març de 2009 i aquell dia es va fer:

- La presentació del grup
- La presentació del becari del grup
- La presentació dels objectius de l'estudi
- Discussió de la metodologia del treball
- El calendari del projecte.

El projecte va començar el mes d'abril de 2009 i la seva durada és prevista fins el desembre de 2009. El projecte consisteix en el plantejament d'uns indicadors en Educació i en Turisme relacionats amb els museus. Aquests serien indicadors quantitius i qualitius per poder realitzar un estudi i tenir una idea completa sobre els àmbits esmentats en els museus. Després s'hauria de fer una prova “pilot” per comprovar el funcionament dels indicadors i observar la seva aplicació pràctica. En definitiva concloure amb un sistema

d'anàlisi satisfactori susceptible de ser aplicat en altres espais museístics en anys propers.

### 3.2. – Indicadors

Abans de tot és indispensable explicar què és un indicador. De la mateixa paraula podem entendre que un indicador és alguna cosa que indica o que serveix per indicar. A més, com podem trobar al diccionari de l'Enciclopèdia Catalana, un indicador té un significat una mica diferent quan parlem en un àmbit tecnològic i pot ser un *instrument emprat per assenyalar la presència o mesurar la intensitat d'un fenomen o una magnitud físics*.<sup>10</sup> En general, però, és una cosa, especialment una tendència o fet, que indica l'estat o nivell d'alguna cosa.<sup>11</sup> El diccionari de Thesaurus el dona com a sinònim de: baròmetre, far, pista, índex, marca, comptador, punter, senyal, símbol, etc.<sup>12</sup> D'aquestes definicions podem extreure que es pot utilitzar com una eina per poder mesurar fenòmens que són difícilment mesurables sense els indicadors.

L'ús d'indicadors ha estat i segueix sent una pràctica comú en la gestió de molts fenòmens de la nostra vida i de la nostra societat (economia, medi ambient, indicadors socio-culturals, etc.). Òbviament, no podia ser excepció la gestió turística que basa moltes de les seves decisions en els resultats obtinguts a través d'uns indicadors estàndard, normalment prefixats i que, en la majoria dels casos, proporcionen informacions generalitzadores però que ajuden a observar tendències comuns dels turistes o de molts altres fenòmens en les destinacions turístiques.

Per a la realització o creació d'uns indicadors vàlids i creïbles s'ha de respectar una sèrie de criteris. És necessari procedir a una selecció dels mateixos, de manera que s'obtingui un nombre reduït que maximitzi la informació i minimitzi el cost (Atauri *et al*, 2002:212). A Marcelino Sánchez Rivero i Juan Ignacio Pulido Fernández (2008:66) trobem els requisits que el *Ministerio de Medio Ambiente* proposa l'any 2000:

---

<sup>10</sup> <http://ec.grec.net/lexicx.jsp?GECART=0076502>

<sup>11</sup> Dictionary, Version 2.0.2 (51.4) per a Mac OS X

<sup>12</sup> <http://thesaurus.reference.com/browse/Indicator>

- Validesa científica: l'indicador ha d'estar basat en el coneixement científic del sistema o elements del mateix descrits, tenint atributs i significats fonamentats.
- Representativitat: la informació que posseïx l'indicador ha de ser representativa.
- Sensibilitat als canvis: l'indicador ha d'assenyalar els canvis de tendència preferiblement a curt i mig termini.
- Fiabilitat de les dades: les dades han de ser el més fiable possible, de bona qualitat.
- Rellevància: l'indicador ha de proveir informació de rellevància per poder determinar objectius i metes.
- Comprensible: l'indicador ha de ser simple, clar i de fàcil comprensió pels que vagin a fer ús del mateix.
- Predictiu: l'indicador ha de proveir senyals d'alarma prèvia de futurs canvis en termes com l'ecosistema, la salut, l'economia, etc.
- Metes: l'indicador ideal proposa metes a les que arribar, i amb les que comparar la situació inicial.
- Comparabilitat: l'indicador ha de ser presentat de tal forma que permeti comparances interterritorials.
- Cobertura geogràfica: l'indicador ha de basar-se en temes que siguin extensibles a escala del nivell territorial d'anàlisi.
- Cost-eficiència: l'indicador ha de ser eficient en termes de cost d'obtenció de dades i d'ús de la informació que aporta.

Tenint en compte aquests criteris i requisits hem intentat començar el treball del nostre projecte del que parlarem immediatament.

### **3.3. – Recerca bibliogràfica**

Com s'ha mencionat en la metodologia d'aquest treball, el projecte va començar amb una recerca sobre models de gestió de museus. És fàcil entendre que els museus existeixen pels seus visitants. Això està exposat per varis autors (Puiggròs, 2005; Alcalde i Rueda, 2004; Rico, 2002; Hooper-Greenhill, 1998) els quals busquen una interpretació dels comportaments dels

visitants o del públic en general, com també fan anàlisis dels motius de les visites. El museu té algunes peculiaritats de la gestió museística, especialment les derivades en la definició de la missió del museu i el conflicte d'interessos existents entorn dels diversos agents involucrats, ja sigui l'estat com a proveïdor de fons, la comunitat, el visitant, els directors; a més de qui contribuïxen en el procés de creació de valor en el mercat d'art com els artistes, galeristes, col·leccionistes, crítics, comissaris i d'altres experts. Després d'un estudi sobre la gestió dels museus (Ausaga i Rausell, 2006; Alonso, 2001; Bartolomé i Arredondo, 1998; Lord i Lord, 1998; Hernández, 1994), arribem a la conclusió de que existeixen quatre conceptes bàsics (Bravo, 1995:178):

- Planificació
- Organització
- Motivació
- Control

La *planificació*, en primer lloc, seria entesa com definició d'objectius, pas previ per poder conduir el museu cap a unes metes proposades, en el marc de les funcions bàsiques del mateix: adquisició, investigació, conservació, documentació, educació i exposició. Dintre de la planificació s'inclouen la programació d'activitats, valoració dels recursos necessaris, assignació de pressupostos, etc.

En segon lloc, la gestió engloba l'*organització* dels recursos necessaris per assolir els objectius. D'una banda els recursos financers i d'altra banda els recursos humans. L'organització d'aquests últims implica una estructuració del personal i una definició de les seves activitats per consecució d'objectius, dintre d'un organigrama que estableixi la jerarquia i les relacions.

El tercer element és la *motivació*. L'organització ha d'assolir la comunicació entre el personal i el coneixement per part d'aquest, d'objectius de la institució per poder-los assumir com a propis. La delegació i la descentralització són fórmules destacades per molts professionals que contribuïxen a la motivació del personal de museus i per què realment existeix un treball en equip.

Finalment, els sistemes de *control* són necessaris per avaluar si el museu està en vies d'arribar als objectius proposats i per tant també si la institució efectivament compleix amb les funcions bàsiques ja citades. Aquí és on se



centra el nostre treball i on vol intervenir aquest projecte amb la creació d'uns indicadors que poden mesurar la turistificació del museu; mesurar si les seves activitats educatives estan relacionades amb la idea i els objectius de la *nova museologia* i, per últim, indicar el nivell actual del museu per poder contribuir a una millora durant el procés de la presa de decisions.

De la mateixa manera que s'ha fet la recerca de models de gestió de museus, era necessària la recerca d'indicadors. Els indicadors ambientals com els de sostenibilitat són els que han tingut més desenvolupament durant els últims anys i que inclouen àmbits i sectors tan diferents com: socio-culturals, factors econòmics, elements geogràfics, sectors turístics, de construcció, industrials i molts altres ítems importants per mesurar i ajudar a la presa de decisions per un desenvolupament sostenible (Sánchez i Pulido, 2008; Sancho i García, 2006; Seguí, 2006; Ministerio de Medio Ambiente, 2006; Xarxa de Ciutats i Pobles cap a la Sostenibilitat, 2000; INESE, 1991). Els indicadors de museus, així com es mencionen pel *Ministerio d'Educación, Cultura y Deporte* (2002; 1996), no són exhaustius des del punt de vista de gestió, sinó que donen una idea general de la quantitat dels museus que existeixen, el nombre de visitants, els museus per a cada regió espanyola, el percentatge de diferents tipus de museus i una guia amb totes les informacions bàsiques dels museus com: adreça i telèfon, tipus de museu, gestió (Patronat, Església, Particulars, Comunitat Autònoma, etc.), fons, serveis (Biblioteca, Arxiu, Servei de Publicacions, etc.), sales, accessibilitat i els equipaments (taller de restauració, sistemes de climatització, sistemes antirobatori, sistemes contra-incendis, etc.).

Aquestes informacions, com també l'estudi de públic (Ribas, 1995), que pot donar unes informacions necessàries per saber el nombre de visitants en els diferents períodes durant l'any, són informacions que no compleixen la funció i l'objectiu d'aquest projecte, i s'ha arribat a la conclusió que no existeixen uns indicadors fets per mesurar la qualitat i la quantitat de les activitats educatives dels museus i dels serveis turístics. Els indicadors i els seus resultats existents són informacions que per exemple poden ajudar durant la presa de decisions per saber a quin horari podem tancar el museu (en base a les hores/dies que hi ha menys visitants), però no responen a les necessitats de saber si les activitats educatives compleixen la seva funció o si els turistes

tenen una experiència satisfactòria en base a elements concrets que els poden informar o ajudar durant les seves visites.

Per tenir una idea més completa i per aprendre com s'avaluen uns indicadors o unes dades que poden ser quantitatives o també qualitatives, s'han consultat uns documents sobre estadística i la seva aplicació al món turístic (Raya, 2004; SAETA, 2000; Romero, 1997; Ronquillo, 1997; FRONTUR, 1996). Juntament amb una experiència prèvia durant els estudis universitaris, s'han pogut copsar millor els significats i sentits d'aquestes tècniques i s'han estudiat uns exemples que han obert vies per poder-les aplicar al turisme.

### **3.4. – El procés de la creació de les tècniques utilitzades per a la recerca**

Després de la recerca abans mencionada, sobre aquests conceptes bàsics que estan relacionats amb el nostre projecte, s'ha començat a pensar en la creació d'un esborrany d'indicadors o de propostes per identificar els elements rellevants de l'educació i del turisme en els museus. Les tècniques utilitzades en principi serien la creació d'enquestes que tenen la particularitat de combinar elements quantitius i qualitius. En el grup multidisciplinari s'ha pensat que s'hauria de fer aquesta combinació de tècniques per poder estalviar temps a l'hora de la recollida de les dades. Allà és on comença el treball amb l'assessorament i les indicacions d'alguns professors del grup multidisciplinari.

En primer lloc, s'ha creat un esborrany dels diferents temes que podien interessar el grup de recerca (veure Annexos pàg. 51). El document estava format per quaranta preguntes que estaven dividides de la següent manera:

1. Informació general: tres preguntes
2. Implicació del públic i educació: deu preguntes
3. Informacions i publicacions: set preguntes
4. Museu i turisme: un total de vint preguntes subdividides en els següents subepígrafs:
  - a. Indicadors interns: sis preguntes
  - b. Indicadors externs: sis preguntes

c. Promoció i descomptes: vuit preguntes

A l'apartat 1. *Informació general* s'ha volgut saber si el museu forma part de les organitzacions internacionals de l'ICOM i del Comitè per a l'Educació i l'Acció Cultural.<sup>13</sup> A més, quantes persones treballen en el museu i si són de temps complet, per hores, voluntaris, etc.

A l'apartat 2. *Implicació del públic i educació* s'ha volgut saber tot allò que fa el museu per informar el públic sobre les seves activitats i els seus programes d'educació i també els canals que utilitza per arribar a més públic possible. A més, el personal responsable que té per a les activitats i altres informacions com per exemple el pressupost que dedica per a les activitats culturals, programes pel públic, etc.

A l'apartat 3. *Informacions i publicacions* es preguntava el nombre i el tipus de publicacions que fa el museu cada any, la disposició d'una pàgina web, les llengües que utilitza, si té a disposició els horaris i els telèfons de contacte, com també l'existència d'una audioguia i si el museu forma part d'una xarxa cultural que ajudi a la circulació d'informacions.

Per últim a l'apartat 4. *Museu i turisme*, s'ha subdividit les preguntes en tres subepígrafs per dividir les informacions que es relacionen en primer lloc amb la gestió interna, és a dir les accions que fa el museu relacionades amb el turisme cultural però que depenen només del mateix museu. Per exemple, si gestiona el públic de manera segmentada o quina persona de l'organigrama és responsable de la promoció turística. En segon lloc, el que fa el museu i que té relació amb factors externs. Per exemple, si la visita té relació amb un viatge organitzat o si fa servir dades i indicadors d'altres ens per saber la situació i el nivell turístic de la ciutat. L'últim subepígraf, dedicat a la promoció i descomptes, tenia preguntes com per exemple els descomptes particulars que fa el museu o si té coneixement dels ens a través dels quals pot promocionar-se.

En moltes d'aquestes preguntes s'han posat altres *sub-preguntes* per obtenir més informació i explicacions. S'ha intentat evitar algunes preguntes o dades que es poden demanar directament al museu o trobar-les per internet com per exemple: dades estadístiques del nombre de visitants, del nombre de les exposicions que hi fan cada any, els dies que el museu està obert durant

---

<sup>13</sup> D'ara endavant s'utilitzarà l'abreviatura CECA

l'any, etc. Però, s'han detectat altres mancances i defectes i he hagut de parlar amb alguns professors que m'han fet arribar els seus comentaris i propostes. S'han fet unes tutories personalitzades amb els següents professors: Dolors Vidal, Roser Juanola, Núria Galí i Joan Vallès. M'han ajudat molt per començar a entendre què voldria examinar cadascun dels professors i dels grups de recerca; i com es podria representar, explicar i formar l'enquesta de la millor manera per obtenir les dades en base als objectius de l'estudi. D'aquest tema en parlarem més endavant.

En aquest punt, s'ha de dir que per algunes preguntes d'aquest primer esborrany s'ha considerat la incorporació d'alguns dels elements d'un esborrany d'enquesta fet per l'ICOM i pel CECA. Aquesta seria l'enquesta que els grups internacionals de l'ICOM i del CECA estaven preparant pels museus per l'any 2009 i que la professora Roser Juanola m'ha proporcionat i m'ha informat que en un breu temps s'hauria de desenvolupar una proposta d'enquesta per enviar-la a l'ICOM. Aquesta seria la proposta de la nostra part i després els grups internacionals de l'ICOM i CECA farien una selecció dels models d'enquesta més rellevants per enviar-la després als museus. La creació d'aquesta proposta d'enquesta era bastant urgent i la podríem fer servir a l'apartat d'Educació del nostre projecte de recerca.

Pel desenvolupament d'aquesta última enquesta, he col·laborat amb la Rosa Arjona Marí, estudiant del Màster en Gestió de Patrimoni Cultural en Àmbit Local de la UdG, amb l'assessorament de la professora Roser Juanola. Així, s'ha creat una enquesta de sis pàgines i de vint-i-dues preguntes per obtenir dades quantitatives i qualitatives (veure Annexos pàg. 55). És una enquesta que algun responsable del museu haurà de respondre amb l'objectiu de mesurar la situació de les activitats educatives i culturals als museus existents.

D'aquesta col·laboració ha sortit també la idea de recerca dels punts en comú i les diferències entre l'educació i turisme. És a dir quins són els elements de recerca que són iguals per als dos conceptes i quins són els elements que no interessen l'un o l'altre sector. Òbviament tots relacionats amb els museus els quals són el nostre objecte d'estudi. Juntament amb la Rosa Arjona Marí s'han trobat els diferents ítems i el resultat és el següent:

**▪ Punts en comú**

- Promoció i difusió: la promoció i difusió dels museus és un element que interessa ambdós.
- Senyalització: una bona senyalització amb les explicacions i els cartells adequats és un objectiu comú.
- Espai receptor de públic: entrada, sortida i sales d'exposició.
- Instal·lacions adequades per tothom: discapacitats físics, vells, nens, etc.
- Serveis pels visitants: punt d'informació, lavabos, serveis de restauració, existència d'audioguia, guies físiques, fulletons, opuscles, plafons, etc.
- Perfil educatiu del personal del museu: tots dos estan interessats en un perfil educatiu adequat pel personal que ocupa cadascuna de les posicions dintre el museu.
- Tipus de públic que inclouen les activitats educatives: el màxim que hom pogués desitjar, seria la disposició d'activitats per tot tipus de públic – nens, joves, vells, turistes, etc.
- Materials de suport de les activitats educatives: són importants els materials de suport que poden adaptar-se a més tipus de públic possible.

**▪ Diferències**

- Els grups/xarxes a que pot pertànyer el museu: aquests poden ser diferents com per exemple xarxes culturals i xarxes de museus.
- Els canals de promoció i de difusió: els canals de promoció poden ser diferents i això perquè els diferents tècnics (de turisme i d'educació) coneixen millor els diferents llocs on es pot promocionar un museu.
- Les dades quantitatives que utilitzi el museu per a la seva organització com per exemple dades d'altres ens que poden ser arribades de turistes, pernoctacions, ocupació hotelera, nombre de places, usuaris d'equipaments culturals i lúdics, motius de viatge, etc. Aquestes poden interessar més als tècnics de turisme que als d'educació.

Per tornar al nostre esborrany d'indicadors mencionat anteriorment, s'ha de dir que la idea era la de crear una enquesta i fer-la respondre als directors o a algun responsable d'un museu. Juntament s'ha creat una enquesta la qual s'hauria de respondre per part dels mateixos visitants dels museus (veure Annexos pàg. 61). Això reduiria els costos però no podem estar segurs pels resultats els quals haurien d'incloure algunes dades qualitatives, necessàries pel procés de l'estudi. Així després de les tutories personalitzades que s'han fet amb els professors Dolors Vidal, Núria Galí, Roser Juanola i Joan Vallès, vam decidir els següents punts:

- Crear una enquesta amb preguntes quantitatives i qualitatives de tipus entrevista per als responsables dels museus, realitzada per enquestadors.
- Dividir l'enquesta en tres blocs que serien:
  - Un apartat d'informació general: on es posarien totes les informacions relacionades amb el museu com per exemple, la seva temàtica, com es finança, si té un pla d'organització, de promoció turística i d'educació, etc.
  - Un apartat d'Educació: amb les preguntes relacionades a les activitats educatives, els materials de suport utilitzats, el personal que s'ocupa, etc.
  - Un apartat de Turisme Cultural: amb les preguntes sobre les xarxes culturals que participa el museu, les eines que utilitza el museu per promocionar-se, etc.

Una explicació detallada de tots els apartats es donarà més endavant, on explicarem totes les preguntes i la informació que es vol obtenir de cada una.

- Crear una fitxa tècnica per totes les dades que es poden trobar de nosaltres. Aquestes dades podrien ser: l'existència d'audioguia, d'opuscles, guies i fulletons, controlar la web i els idiomes existents, la senyalització, etc.
- Fer l'avaluació de l'enquesta i de la fitxa del grup interdisciplinari i d'altres experts que tenen coneixement sobre mètodes quantitius i qualitius.
- Crear una enquesta pels visitants on podríem avaluar l'experiència pròpia del públic.

### **3.5. – La creació de l'enquesta pels museus i de la fitxa tècnica**

Basats al primer esborrany d'indicadors, a l'enquesta pels visitants, a l'enquesta de l'ICOM i CECA, i una vegada que s'han detectat els defectes i les mancances de tot això, s'han creat el segon model d'enquesta pels museus i la fitxa tècnica. El model d'enquesta està format per tres blocs, com hem mencionat abans, deu pàgines i trenta-set preguntes (veure Annexos pàg. 63). La fitxa tècnica la formen diferents ítems i és de dues pàgines (veure Annexos pàg. 73). En primer lloc, explicarem totes les preguntes i les informacions que es vol obtenir de cada una d'aquestes, les quals formen el resultat final d'aquest model d'enquesta/entrevista. En segon lloc, donarem una explicació general dels ítems de la fitxa tècnica, de la seva utilitat i de la seva utilització en el projecte.

#### **3.5.1. – Model d'enquesta pels museus**

##### **3.5.1.1. – Primer bloc: *Informacions Generals* (dues pàgines, set preguntes)**

Abans de començar l'explicació dels blocs i de les preguntes s'ha de dir que les enquestes seran de tipus entrevista i perquè això donarà la llibertat d'obtenir més dades i especificar algunes preguntes de millor manera. Així que s'ha de tenir en compte que a les preguntes existents les dades es poden enriquir i no empobrir de cap manera perquè els enquestadors procediran només quan han obtingut el màxim d'informació que volen obtenir.

En aquest primer bloc s'han posat totes les preguntes generals que necessita el grup de recerca per saber algunes informacions bàsiques pel museu. Així que a la pregunta 1. es vol saber si el museu és membre de l'ICOM perquè això podria donar pistes per entendre si el museu segueix algunes normatives generals del Consell Internacional de Museus i si també obté informacions a través aquest canal importantíssim per a la nostra època.

A la pregunta 2. es demana exactament el nombre de treballadors i la posició que ocupa cadascú juntament amb el nombre d'hores que treballen. En aquesta pregunta els enquestadors poden obtenir més dades demanant als responsables dels museus el nombre d'hores pels treballadors que treballen *Per hores* i pels *Voluntaris* o també els que treballen en *programes de pràctiques*, etc. L'última columna que diu *Característiques particulars d'horari, lloc, posició (només si existeixen)*, vol dir que a alguns museus hi ha la possibilitat que els treballadors de *Temps complet* fan set o nou hores en compte de vuit com se sol fer a la majoria de museus. Doncs, per tenir la informació més precisa possible, qualsevol característica particular d'aquest tipus s'ha d'anotar en aquesta columna.

A la pregunta 3. es demana la temàtica del museu amb un percentatge o simplement amb una creu. La font utilitzada d'aquesta divisió de temàtiques s'ha basat a la de la Generalitat de Catalunya.<sup>14</sup>

A les preguntes 4. i 5. es vol saber si el museu és nacional, regional, privat, etc. i com es finança. Aquesta és una dada que ajuda a fer comparacions de gestió o d'activitats i accions per exemple entre els museus nacionals i privats o d'universitats etc.

Les preguntes 6. i 7. serveixen per saber abans de tot si el museu té una declaració escrita del seu propòsit i metes (cosa que ara és quasi impossible no tenir-la) i si el pla d'organització, promoció turística i d'educació és vàlid. A més, demanant el pla més actualitzat serveix per veure si de veritat en té un i per quants anys el museu fa el seu pla organitzatiu.

### **3.5.1.2. – Segon bloc: Apartat d'Educació (quatre pàgines, catorze preguntes)**

La pregunta 8. ens dóna informació de les entitats pedagògiques i/o culturals que pertany el museu. Serveix per saber els canals d'informació que pot tenir i les possibilitats de relacionar-se amb altres museus que són membres de les mateixes entitats.

---

<sup>14</sup> Més informacions a la pàgina web: <http://cultura.gencat.net/museus/muscerca1.asp>



A la pregunta 9. es vol saber si el museu té programes educatius, accions culturals i programes de públics que incloguin activitats educatives. En el cas d'existència, l'especificació del nom del programa és indispensable.

La pregunta 10. ens donarà la informació necessària per veure si el museu té una persona responsable per a les activitats educatives, la seva dedicació (nombre d'hores o tipologia de treballador) i el seu perfil educatiu amb una especificació sobre el seu entrenament, qualificacions, experiències prèvies, etcètera.

La pregunta 11. ens dóna la informació de les possibles activitats que són dirigides a tècnics, experts o generalment a un públic especialitzat.

La graella de la pregunta 12. s'ha d'omplir amb el *Tipus* o *Nom de l'activitat*, el *Public(-s)* que inclouen i el *Material(-s) de suport* que utilitzen per a la realització d'aquestes. Donarà dades analítiques per a cada activitat. A més, es comprova el públic que inclouen les diferents activitats i els materials de suport per veure si són els adequats per a la realització de les mateixes.

A la pregunta 13. es vol saber solament si el museu fa diferents activitats durant les exposicions temporals. Això significaria que el museu dóna un lloc important al rol de l'educació i depenent de les exposicions que té, planifica activitats educatives adequades.

A la pregunta 14. es vol saber la posició de l'educació a l'organigrama del museu. Seria més fàcil si el responsable del museu donés un organigrama propi per afegir-lo a l'enquesta sinó s'hauria d'apuntar bé la posició de l'educació a l'espai que existeix.

A la 15. es vol agafar la informació del percentatge del pressupost que està dirigit a les activitats educatives i/o programes públics. És un indicador per saber la importància que té l'educació al museu.

A la pregunta 16. es donarà una informació molt important sabent si el personal d'educació participa a la preparació del projecte museològic i museogràfic. Així s'entendrà si l'educació està pensada i planificada en el moment de la presa de decisions del projecte museològic i museogràfic o si és un valor afegit després de la preparació del mateix.

Les publicacions es poden dividir en materials de docència (per a escoles, universitats, etc.), de recerca (estudis particulars sobre un tema, artista, etc. i que poden ser útils als estudiosos d'aquests temes, artistes, etc.) o de

divulgació (publicacions per promoure el museu, etc.). Això és el que es vol saber a les preguntes 17. i 18. A la 17. es pregunta si el projecte de publicacions inclou aquest tipus de separació. A la 18. s'ha d'omplir la graella amb el nombre dels diferents materials en cada categoria per obtenir una informació analítica de tots els tipus i materials que publica el museu.

De la pregunta 19. es vol saber el percentatge del nombre dels visitants que és servit pel departament d'educació. Aquesta informació ens comunica també l'èxit de les activitats educatives i amb una comparació amb les dades de promoció de la mateixa enquesta, es pot saber si la informació arriba als visitants i quin interès creen per ser escollides per part dels visitants.

La pregunta 20. valora si el museu considera el seu públic a l'hora de prendre decisions i això significa que comparteix els principis de la nova museologia que hem mencionat al marc teòric d'aquest treball.

L'última pregunta d'aquest apartat, la 21., és una pregunta oberta per saber les possibles maneres que creuen els museus que els poden ajudar les seves Associacions Nacionals en el seu treball educatiu.

### **3.5.1.3. – Tercer bloc: *Apartat de Turisme Cultural* (quatre pàgines, setze preguntes)**

De la mateixa manera com a l'*Apartat d'Educació*, la primera pregunta d'aquest bloc, la 22., es refereix a quines entitats turístiques pertany el museu i així s'ha d'omplir l'espai adequat.

A la pregunta 23. es vol saber si el museu forma part d'una xarxa de museus i si és així, a quina/-es. Això perquè els museus que participen a xarxes tenen un canal d'informació poderós que ajuda a conèixer i a col·laborar a les activitats, promocions, accions, etc. d'altres museus que pertanyen a la xarxa.

La pregunta 24. diu si el museu es posa en contacte amb el govern o altres entitats administratives per poder prendre mesures dissenyades específicament per advocar o fomentar el turisme cultural i altres promocions a través dels mitjans de comunicació. És conegut que els mitjans de comunicació (especialment televisió i ràdio) són els que arriben a més públic possible.

Encara que poden arribar a un públic que no s'interessa, dona sempre la possibilitat de divulgar la informació i d'aquesta manera captar públic que pot estar interessat a una exposició o un esdeveniment cultural. A més, el fet que a vegades l'oferta crea la demanda fa convertir els mitjans de comunicació a eines molt considerables per promocionar o fomentar qualsevol tipus de producte. D'aquesta manera el museu, moltes vegades, pot contactar i col·laborar amb patrocinadors o altres entitats administratives del seu territori per promocionar exposicions, esdeveniments, activitats culturals, etc.

La 25. és una pregunta per saber només si el museu fa servir altres dades i indicadors d'altres ens per poder conèixer i saber el nivell turístic de la seva ciutat o del seu territori. Aquestes informacions serveixen per poder crear un pla estratègic o de promoció turística més adaptats a la situació existent.

La pregunta 26. es refereix al control/estudi o anàlisi de la visita i de l'ús dels espais que fan els visitants perquè és una eina importantíssima pels museus a l'hora de la creació d'una exposició i a l'aplicació del seu pla museogràfic. Han de saber quin ús fan els visitants de l'espai per poder posicionar les peces o obres als llocs més visibles i crear un recorregut idoni pel visitant amb l'objectiu de mostrar-li totes les peces i gaudir l'espai el més possible. En aquest sentit és molt important la senyalització del museu i les explicacions de les peces les quals obliguen el visitant a utilitzar l'espai així com s'ha de fer. La creació d'itineraris amb una senyalització adequada és la solució que pot transmetre la més informació possible al visitant i també donar-li l'oportunitat de veure totes les peces del museu. Aquest és un treball important i difícil pels responsables que han de tenir en compte molts factors com per exemple la lluminositat, la visibilitat, l'espai i els fluxos de visitants a l'hora de màxima afluència durant el dia.

La pregunta 27. demana si el museu gestiona el públic de manera segmentada a l'hora de transmetre la informació. Això significa si per exemple el museu té coneixement que hi ha visitants estrangers per tenir un personal multi-llengües per poder donar-los fàcilment la informació desitjada. Un altre exemple que es pot fer simplement, és el següent: un museu comença la seva exposició al segon pis. Quan alguns joves paguen l'entrada, el personal pot indicar-los les escales per pujar al segon pis. De la mateixa manera quan una parella de grans es presenten a l'entrada del museu, el personal els pot indicar

l'ascensor per pujar al segon pis, òbviament si el museu disposa d'un ascensor. Això és molt important especialment als petits i mitjans museus amb una gran afluència de públic o durant exposicions i esdeveniments.

A la pregunta 28. es demana si hi ha alguna persona responsable de la promoció turística i si n'hi ha, quina posició ocupa a l'organigrama. Després d'aquesta informació, en base a la posició que ocupa, podem saber les seves característiques i amb la comparació de la pregunta 2. es podrà saber la seva dedicació.

La pregunta 29. demana si la visita al museu té relació amb algun viatge organitzat per saber si el museu té contactes i si col·labora amb tour operadors, associacions culturals, universitats, etc. Aquest és un indicador del paper que juga el museu dintre la societat i el seu entorn. A més la seva preocupació per divulgar i promocionar la seva col·lecció i activitats culturals.

Les preguntes 30. i 31. estan relacionades amb la promoció del museu. A la primera es vol saber els noms de les revistes o diaris que apareix el museu, les guies, les oficines de turisme, si és patrocinador o organitzador d'esdeveniments, etc. A la segona, es vol saber si el museu té coneixement dels ens a través dels quals pot promocionar-se. Moltes vegades ocórrer que els museus no saben que a través dels ens com per exemple Club Turisme Cultural, Patronats, Ajuntaments, etc. poden promocionar-se gratuïtament o amb el pagament d'una petita quota. Això s'ha d'estudiar per saber si el museu és conscient dels varis ens que li poden aportar més públic i més èxit a la seva missió i objectius.

A la pregunta 32. es toca un tema bastant rellevant en els últims anys i és aquest de les noves tecnologies. Es vol saber si el museu fa servir de les noves tecnologies de qualsevol tipus. No només per promocionar-se sinó també per donar una experiència única a la visita o per facilitar-la com han fet molts museus (per exemple el *Museo del Traje*<sup>15</sup> de Madrid amb la introducció d'una visita virtual a través l'internet i amb la disposició de la guia audiovisual per a la seva exposició).

A la pregunta 33. es vol saber si el museu publica articles en revistes de turisme, llibres, si participa a conferències, etc. per promocionar-se i per

---

<sup>15</sup> <http://museodeltraje.mcu.es/>

divulgar estudis que s'han realitzat a l'interior del museu o que ha patrocinat i col·laborat per a la realització d'estudis científics. Aquesta és una manera per ser actiu i obrir-se a la societat i al món.

La pregunta 34. és per saber les eines que utilitza el museu per contactar i comunicar amb el seu públic. Aquestes eines poden ser tradicionals (correu, revistes, etc.), o moderns/digitals (e-mail newsletter, programes de comunicació i de contacte social, blogs, etc.). La nostra època és més ràpida a la transmissió d'informacions i pot ser que les noves eines digitals s'adaptin millor a les necessitats de molts museus i del seu públic. Per això els museus han de tenir en compte aquestes eines per poder estar "actualitzats" a la societat.

La pregunta 35. vol saber si el museu fa alguna promoció a les destinacions de línies de low-cost. És bastant específica perquè tracta d'un tema que pot ser que molts museus i administracions no coneixen o ignoren. Promocionar-se a les destinacions de les línies de low-cost podria portar molts beneficis a moltes diferents institucions. Si considerem l'augment del turisme "fast leisure" que implica el fet de viatjar moltes vegades cada any per un període breu i que els turistes intenten aprofitar la destinació el més possible, ens podem donar compte que és un àmbit que la cultura no ha d'estar exclosa. El "fast leisure" implica un augment considerable de les aerolínees de low-cost que cada any augmenten els seus passatgers i les seves destinacions a tot el món. Els cartells d'aeroport, els bitllets dels mitjans de transport "des de" i "cap a" l'aeroport o dintre la ciutat, les revistes de les línies aèries, les pàgines web són només alguns dels espais publicitaris que es poden utilitzar per promocionar i divulgar exposicions, esdeveniments i cultura en general.

La pregunta 36. vol saber si el museu té canals exteriors on es promociona. Potser que un museu es promociona a través un altre museu, del seu país o també d'un altre, perquè col·laboren o organitzen esdeveniments i exposicions junts. És sempre un canal de promoció i pot captar públic de l'altre museu que el visitarà per exemple en el cas d'un viatge. Les xarxes de museus són importants per aquest tipus de col·laboracions i contactes. Aquests canals exteriors poden ser de varis tipus com per exemple oficines de comerç exteriors, proveïdors, patrocinadors, etc.

L'última pregunta de l'enquesta, la 37., vol obtenir una informació que pot ser una eina de comunicació i de promoció molt important per un museu. Si es promociona o es relaciona utilitzant xarxes d'estudiants internacionals pot captar un públic interessat i participatiu mitjançant aquestes xarxes. És interessant saber com es promocionen i es relacionen amb aquestes xarxes. L'estudi d'aquesta eina també és interessant per veure si pot ser un indicador vàlid que contribueix a la promoció i divulgació del museu.

### **3.5.2. – La fitxa tècnica**

La fitxa tècnica s'ha creat per accelerar el procés de recollida d'informació del nostre objecte d'estudi que són els museus. És una serie de dades que es poden obtenir simplement amb una observació directa, recerca des d'Internet i amb el seguiment del procés predefinit per part del museu per obtenir alguns serveis disponibles (com audioguies, acompanyaments presencials – guies físiques, serveis per a discapacitats etc.). Una vegada obtingudes aquestes dades s'incorporaran a les dades de les enquestes/entrevistes i s'elaboraran juntament per part del grup multidisciplinari.

La fitxa s'ha d'omplir posant una creu i fent també una avaluació a cada ítem (veure Annexos pàg. 73). Es farà per part d'enquestadors o de persones que col·laboren amb aquest projecte i està formada per cinc columnes. En primer lloc, la columna amb la *tipologia de material o servei que disposa* el museu. En segon lloc, dues columnes amb *SÍ* i *NO* on s'ha de marcar una creu a la casella adequada. En tercer lloc, una columna amb l'*Avaluació de 1 a 7 on 1 és dolent i 7 excel·lent* i que s'ha de marcar amb una creu a la casella adequada. Finalment, l'última columna és de *Notes i comentaris* on la persona que omple la fitxa ha d'apuntar el que sigui rellevant o notable per l'estudi.

Totes les dades dels diferents ítems de la fitxa s'han d'obtenir a través: d'una observació directa, d'una experiència pròpia o mitjançant la petició d'aquestes dades directament als museus. Si no es segueix aquest procés, no serà possible fer una avaluació correcta.

## **4. Conclusions i futura recerca**

### **4.1. – Conclusions**

Acabant aquest treball s'hauria de mencionar un altre cop la importància que té aquests últims anys el turisme cultural pels museus. Era la proposta del Consell Internacional dels Museus (ICOM) i de la Federació Mundial d'Amics dels Museus (FMAM) que volia dedicar el "dia dels museus" d'aquest any (2009), que es celebra el 18 de maig de cada any, als "Museus i Turisme". A la pàgina web de la Generalitat de Catalunya es podria llegir que: *L'ICOM va contribuir a establir el Dia Internacional dels Museus l'any 1977, per tal de sensibilitzar l'opinió pública del paper desenvolupat pels museus en el desenvolupament de la societat. De llavors ençà, la dinàmica de la celebració d'aquest esdeveniment ha anat creixent. El 18 de maig de 2009, milers de museus d'arreu del món celebraran el turisme ètic, responsable, i compatible amb la preservació del medi ambient, evidenciant com el patrimoni cultural i natural pot contribuir a establir unes noves relacions recíprocament beneficioses entre els turistes i les poblacions autòctones. L'ICOM i la FMAM, juntament amb la UNESCO, l'OMT, l'ICOMOS i d'altres organitzacions, des de fa temps insisteixen en la importància que té la sensibilització del públic de cara al patrimoni per tal de fomentar el turisme sostenible.*<sup>16</sup> Aquestes activitats com també nombroses conferències i publicacions d'aquest any, són testimoniatge de la preocupació de la relació dels museus amb el turisme.

Els museus són les institucions culturals per excel·lència i s'han de saber utilitzar l'ús didàctic i el valor educatiu del patrimoni cultural en la societat (González, 2007). El museu pot tenir moltes definicions i ser de molts tipus, fet que ofereix una varietat a l'hora de gestionar-los i promoure'ls. D'altra banda, el turisme no és un sector en si mateix sinó que és una activitat que afecta a molts sectors (Moragues, 2006:2), i el sector cultural no podria ser esclós.

S'ha de dir que des d'un principi, abans de començar aquest projecte multidisciplinari, s'havia entès que podríem ja tenir una conclusió o, millor dit,

---

<sup>16</sup> Veure webgrafia: "Museus i turisme", lema per al Dia Internacional dels Museus

una hipòtesi amb molta probabilitat de ser veritable. Aquesta hipòtesi deia que els museus, en base a la relació amb els dos nostres temes, l'educació i el turisme cultural, serien molt més educatius que turístics. Això no significa que no poden ser encara millorats des del punt de vista educatiu sinó que es notable la diferència entre el desenvolupament que han tingut el sector educatiu i el sector turístic. Desenvolupament que és ben diferent i que ara necessita seguir, més que mai, una via paral·lela. El creixement del turisme cultural no pot esdevenir simplement amb la iniciativa de certs emprenedors turístics que planifiquen o creen activitats individuals. Requereix la col·laboració de l'Estat amb el sector privat en base local. Requereix una planificació organitzada de la comunitat amb l'activació de tots els factors locals (Anthouliàs, 2006). És molt coratjós que els organismes i les institucions cada dia estan més d'acord entre elles per portar a terme aquesta missió.

De la nostra recerca s'ha pogut veure que no hi ha cap model de gestió de museus que considera clarament aquests dos conceptes de manera unívoca. Hi ha models que consideren l'educació sobre els museus, però els principis de la nova museologia no es consideren totalment. Per la turistificació de museus es pot dir que no existeix cap model que considera accions, "accés" facilitat pels turistes, canals de promoció i de comunicació amb el món turístic. Encara a vegades succeeix que els museus no coneixen les institucions a les quals pertanyen per poder comunicar o obtenir dades abans de planificar el seu pla museològic i museogràfic. Per tant, és necessari el procediment d'aquest estudi que ens donarà dades concretes per poder mesurar el nivell de turistificació i de l'existència d'activitats culturals i educatives que impliquin tot tipus de públic. A continuació s'explicarà el seguiment d'aquest projecte multidisciplinari.

## 4.2. – Futura recerca

El treball existent és l'inici del projecte de la UdG: "*Museus, turisme cultural i educació: conceptualització d'indicadors específics i noves propostes de gestió*". Existeixen algunes mancances i defectes però això se sabia des del principi, perquè els resultats finals i les conclusions concretes es podrien fer



només quan s'acabi l'estudi de totes les dades obtingudes i es farà l'anàlisi final. Això significa que encara queda molt camí per recórrer i en aquest punt intentarem donar un esquema de les pròximes accions del grup interdisciplinari.

En primer lloc, es farà l'avaluació de l'enquesta/entrevista que s'ha presentat en aquest treball (veure Annexos pàg. 63). La primera avaluació es farà per part del grup multidisciplinari. Per a l'avaluació del grup s'ha pensat la següent graella:

# Bloc	Descripció	Rellevància					Pertinença					Observacions
1		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
		Avalueu la rellevància que té el bloc a l'enquesta					Avalueu la pertinença del bloc a l'enquesta					

En la primera columna és el número del bloc (que en aquest cas es farà per tres blocs) i a la segona una petita descripció del bloc. Després s'haurà d'omplir posant una creu a la casella adequada en base a l'avaluació que li vol donar cada membre del grup multidisciplinari. El mateix s'ha de fer per a la pertinença que creu cada membre que hi ha el bloc a l'enquesta i a la columna de les observacions s'haurà de descriure eventuais correccions o propostes per millorar el bloc. De la mateixa manera es crearà una graella per a l'avaluació de cada pregunta de l'enquesta. Serà de forma més llarga (en pàgina horitzontal i no vertical) de manera que es disposa de més espai per cada columna. Aquí es pot veure l'exemple:

# Bloc	Pregunta	Informació desitjada	Rellevància					Pertinença					Observacions
2	8. El museu, de quines entitats pedagògiques i/o culturals és membre?	Obtenir coneixement de la participació del museu a xarxes culturals, etc.	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
			Avalueu la rellevància que té la pregunta a l'enquesta					Avalueu la pertinença de la pregunta a l'enquesta					

Aquesta graella disposaria d'un total de sis columnes on s'hauria de fer l'avaluació de cada pregunta, examinar la informació que es vol agafar, la rellevància que té a l'enquesta i la seva pertinença al bloc. Les observacions serien útils per poder saber el "per què" s'ha avaluat d'aquesta manera i quina informació o canvis s'haurien de saber i fer per millorar-la.

Un cop acabat el procés d'avaluació per part dels membres del grup interdisciplinari tindrem unes dades per poder fer els canvis, basats a les observacions i propostes que s'han fet. Després de la millora de l'enquesta es millorarà també la fitxa tècnica, així, solament la fitxa es pot avaluar de manera directa. S'ha de mirar, i proposar directament els ítems que s'han de canviar o que s'han d'afegir per millorar-la.

Per completar l'avaluació de l'enquesta, es demanarà també el consell i l'opinió d'algunes persones més. Aquestes persones serien:

- dos experts de mètodes qualitatius
- dos experts de mètodes quantitatius
- sis persones no expertes

Una vegada que s'ha obtingut aquestes opinions, es tornarà a pensar les preguntes de l'enquesta i els ítems de la fitxa. Això es farà per poder veure quines opinions dels experts i dels no experts poden ser útils i que corresponen amb l'objectiu d'estudi. A més, quins canvis serien possibles tenint en compte els comentaris més adequats i útils per portar a terme l'estudi.

Després s'haurà de fer la prova pilot de l'enquesta per identificar els punts dèbils a l'hora de l'entrevista i de la recollida d'informació. Els exemplars on es farà la prova pilot, encara s'han de decidir del grup interdisciplinari. Quan s'haurà acabat amb la prova pilot es passarà a la recollida d'informació real.

Fins ara s'ha decidit d'aplicar l'enquesta als sis museus de la ciutat de Girona (cinc museus més el Tresor de la Catedral de Girona) i als deu museus més visitats de Catalunya de contingut històric i artístic (així per exemple queda exclòs el museu del Futbol Club Barcelona). Així que més avall hem fet dos quadres dels setze museus que s'estudiaran. Primer els museus de Girona i després els de la resta de Catalunya. S'ha de dir però que la majoria dels museus més visitats es troben a la ciutat de Barcelona que és la destinació més visitada i turística de la regió.

Els museus de Girona que s'estudiaran són els següents:<sup>17</sup>

Nom del museu a la ciutat de Girona	Nombre de visitants (2008)
1. Museu d'Història de la Ciutat	130.813
2. Museu d'Art de Girona	111.532
3. Museu del Cinema. Col·lecció Tomàs Mallol	63.510
4. Museu d'Arqueologia de Catalunya	25.443
5. Museu d'Història dels Jueus. Centre Bonastrucça Porta	0
6. Tresor de la Catedral de Girona	251.316

El Museu d'Història dels Jueus no disposa informació pels seus visitants així que el nombre de visitants resulta zero.

En base a les dades obtingudes de la Generalitat de Catalunya els museus més visitats a Catalunya per l'any 2008 són els següents:

Nom del museu	Municipi	Nombre de visitants (2008)
1. Museu Picasso	Barcelona	1.313.086
2. Fundació Joan Miró	Barcelona	1.005.527
3. Teatre Museu Dalí	Figueres	873.479
4. Museu Nacional d'Art de Catalunya	Barcelona	871.729
5. Museu d'Art Contemporani de Barcelona	Barcelona	568.469
6. Museu Marítim de Barcelona	Barcelona	276.460
7. Museu d'Història de la Ciutat. Centre d'Interpretació del Park Güell	Barcelona	225.367
8. Museu de Montserrat	Monistrol de Montserrat	224.780

<sup>17</sup> Elaboració pròpia dels quadres en base a les dades de la Generalitat de Catalunya per l'any 2008. Veure Annex pàg. 75

9. Museu d'Historia de Catalunya	Barcelona	221.998
10. Museu d'Arqueologia de Catalunya – Empúries	L'Escala	204.806

Una vegada realitzades les enquestes als museus abans mencionats, es guardaran per passar després a la fase d'anàlisi quan s'haurà obtingut tota la informació necessària. Al mateix temps es faran també entrevistes als visitants dels museus per avaluar la seva experiència. En un futur molt pròxim es crearan les entrevistes pels visitants i seguiran el mateix procés d'avaluació (des del grup multidisciplinari, experts i no experts) però ara mateix no es disposa informació per aquest tema. L'únic esborrany d'entrevista pels visitants s'ha elaborat al principi del treball, juntament amb l'elaboració del primer esborrany dels indicadors i des de llavors no s'ha elaborat cap més model.

Al final de l'estudi del projecte es crearà el model de gestió pels museus amb una proposta d'indicadors que aplicats a un museu seran capaços de mesurar el grau de turisticació i la qualitat de les seves activitats educatives. L'objectiu és l'augment del turisme cultural i la millora dels museus com a institucions en general. En concret, la millora de les seves activitats educatives, de la transmissió d'informació unívoca capaç d'arribar a més públic possible i el seu funcionament com a un organisme lligat amb el seu entorn, és a dir la societat.

## **Bibliografia i Webgrafia**

### **Llibres**

- Alcalde i Gurt, G., & Manuel Rueda, J. (2004). *L'ús del Museu d'Art de Girona*. Girona: Institut del Patrimoni Cultural de la Universitat de Girona.
- Alonso Fernández, L. (2001). *Museología y museografía*. Barcelona: Ediciones del Serbal.
- Alonso Fernández, L. (1993). *Museología: Introducción a la teoría y práctica del museo*. Madrid: Istmo.
- Atauri, J., De Lucio, J., & Castell, C. El papel de los indicadores en la gestión de los espacios naturales protegidos. Dins L. Ramírez, *Indicadores ambientales. Situación actual y perspectivas*. Madrid: Organismo Autónomo Parques Nacionales.
- Donaire, J. A. (2008). *Turisme Cultural. Entre l'experiència i el ritual*. Bellcaire d'Empordà: Edicions Vitel·la.
- FRONTUR. (1996). *Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR)*. Ministerio de Economía y Hacienda.
- Hernández Hernández, F. (1998). *El museo como espacio de comunicación*. España: Ediciones Trea.
- Hernández Hernández, F. (1994). *Manual de Museología*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Hernández Hernández, F. (2006). *Planteamientos teóricos de la museología*. España: Ediciones Trea.
- Hooper-Greenhill, E. (1998). *Los museos y sus visitantes*. España: Ediciones Trea.
- Hooper-Greenhill, E. (1999). *The Educational Role of the Museum*. Leicester: Leicester Readers in Museum studies.
- INESE. (1991). *Turisme i Medi Ambient a les Illes Balears*. Palma de Mallorca: El Tall editorial.
- Lord, B., & Lord, G. D. (1998). *Manual de gestión de museos*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Ministerio de Educación y Cultura. (1996). *Museos Españoles. Datos Estadísticos*. Madrid: Grafo.

- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2002). *Sistema de indicadores de la Educación*. Madrid: Solana e Hijos.
- Ministerio de Medio Ambiente. (2006). *Perfil ambiental de España 2005 - Informe basado en indicadores*. Din Impresores.
- Puiggròs, E. (2005). *Los museos para el público, un público para los museos*. Girona: Servei de publicacions de la Universitat de Girona.
- Raya, J. M. (2004). *Estadística Aplicada al Turismo*. España: Pearson.
- Ribas i Bruguera, M. (1995). *Públic en els museus - L'estudi de públic i l'avaluació com a eines de gestió*. Barcelona: Generalitat de Catalunya - Departament de Cultura.
- Richards, G. (2001). *Cultural attractions and european tourism*. UK: CABI Publishing.
- Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. UK: CAB International.
- Rico, J. C. (2002). *¿Por qué no vienen a los museos? Historia de un fracaso*. España: Sílex.
- Romero Valero, L. (1997). *El Sector Turístico: Criterios para su aproximación estadística*. Ministerio de Economía y Hacienda, Instituto de estudios turísticos, Madrid.
- Ronquillo Melcio, A. (1997). *Estadística Aplicada al Sector Turístico - Técnicas cuantitativas y cualitativas de análisis turístico*. España: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.
- Sánchez Rivero, M., & Pulido Fernández, J. I. (2008). *Medida de la sostenibilidad turística. Propuesta de un índice sintético*. España: Editorial universitaria Ramón Areces.
- SAETA (Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía) (2000). *Plan de Actuación 2000-2004*. SAETA, Andalucía.
- Seguí Llinàs, M. (2006). *Els indicadors en els projectes de cooperació en turisme sostenible*. Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears.
- Trimarchi, M. (2005). L'evoluzione del prodotto culturale. Dins F. Severino, *Un marketing per la cultura*. Milano: FrancoAngeli.
- Xarxa de Ciutats i Pobles cap a la Sostenibilitat. (2000). *Sistema Municipal d'Indicadors de Sostenibilitat*. Barcelona: Diputació de Barcelona.

## Treballs de recerca universitària

Alcalde i Gurt, G. (1993). *La difusió de l'arqueologia mitjançant els museus arqueològics: avaluació dels visitants dels museus arqueològics de Catalunya i anàlisi dels conceptes que aquests museus transmeten al públic*. Girona: Universitat de Girona.

Monfort Neus, G. (2007). *L'ús didàctic i el valor educatiu del patrimoni cultural*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

Vidal, D. (2002). *El Turisme Cultural*. Girona: Universitat de Girona.

Vidal, D. (2005). *L'imaginari monumental i artístic del turisme cultural. El cas de la revista Barcelona Atracció*. Girona: Universitat de Girona.

## Revistes i articles

Anthouliàs, T. (2006). *Πολιτιστικός Τουρισμός - Μια σημαντική εναλλακτική λύση*. Des de Λασιθιώτικο Στίγμα:  
<http://users.forthnet.gr/agn/istam/toyri1.htm>

Ausaga, C., & Rausell, P. (2006). Un análisis de la gestión de las instituciones culturales: el caso específico de los museos. *Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión*.  
En <http://www.observatorio-iberoamericano.org/>

Bartolomé, A., & Martín Arredondo, P. (1998). *Aproximación a la gestión de museos: Una comparación entre el Museo Arqueológico Nacional y el Musée de Antiquités Nationales de Saint Germain-en-Laye*. Consultat a Dialnet: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=50959>

Botero Jaramillo, J., Luis Ramon, M., Camaño Berenguer, T., & Murcia Tercero, M. (2006). *Definición Turismo Urbano y Turismo Cultural. (Tipologías)*. Universidad de Valencia. [www.uv.es/poltur2/Informes/Grupo13.doc](http://www.uv.es/poltur2/Informes/Grupo13.doc)

Bravo Isabel, J. (1995). *La organización y gestión de museos*. Consultat a Dialnet: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=50959>

Johan, N., & Joppe, M. (2005). *Cultural-Heritage Tourism: Review of existing market research*. Building Market-Readiness Capacity Working Group.  
[http://dsp-psd.pwgsc.gc.ca/collection\\_2007/ch-pc/CH52-13-2005E.pdf](http://dsp-psd.pwgsc.gc.ca/collection_2007/ch-pc/CH52-13-2005E.pdf)

Linarez Pérez, J. C. (2008). *El museo, la museología y la fuente de información museística*. Instituto Universitario Experimental de Tecnología "Andrés Eloy Blanco", Departamento de Información y Documentación. Venezuela: Acimed: revista cubana de los profesionales de la información y la comunicación en salud.  
<http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v17n4/aci05408.pdf>

Moragues Cortada, D. (2006). El diàlogo turismo y cultura. *Pensar Iberoamérica* (#8, abril-junio).

[www.oei.es/pensariberoamerica/ric08a02.htm](http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric08a02.htm)

Sancho Pérez, A., & García Mesanat, G. (2006). *¿Que indica un indicador? Análisis comparativo en los destinos turísticos*. Barcelona: ESADE.

[www.intelligentcoast.es/downloads/sancho\\_y\\_garcia\\_que\\_indica\\_un\\_indicador.pdf](http://www.intelligentcoast.es/downloads/sancho_y_garcia_que_indica_un_indicador.pdf)

## Diccionaris

Frangi, G., & Pappà, M. (1996). *Dizionario Italiano - Greco, Greco - Italiano*. Atenas: Edizioni KAPATU.

Giordano, A., & Calvo Rigual, C. (2006). *Diccionario Italiano-Spagnolo, Español-Italiano*. Barcelona: Herder.

Karapatsópoulos, K. *Ισπανοελληνικό & Ελληνοϊσπανικό Λεξικό*. Atenas: Εκδόσεις Πελεκάνος.

Nadal i Serrahima, J. (1995). *Diccionari manual Català-Castellà, Castellà-Català*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana.

Dictionary, Version 2.0.2 (51.4) per a Mac OS X

<http://traductor.gencat.cat/text.do>

<http://www.softcatala.cat/traductor>

<http://enciclopedia.cat/>

<http://wordreference.com/>

<http://thesaurus.reference.com/>

<http://dictionary.reference.com/>

## Pàgines web consultades

<http://www.museologia.es/> (Revista electronica pels museus)

[http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.cc396c23f1b1adc20985bdb1b0c0e1a0/?vgnnextoid=a73e20d66949b010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=a73e20d66949b010VgnVCM1000000b0c1e0aRCD&vgnnextfmt=detall&contentid=63c448ff56740210VgnVCM1000008d0c1e0aRCD](http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.cc396c23f1b1adc20985bdb1b0c0e1a0/?vgnnextoid=a73e20d66949b010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=a73e20d66949b010VgnVCM1000000b0c1e0aRCD&vgnnextfmt=detall&contentid=63c448ff56740210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD) ("Museus i turisme", lema pel Dia Internacional dels Museus)



<http://sapiens.ya.com/madoz10/indicadors/indicadors.html> (Sobre indicadors en la gestió dels museus)

[http://www.iccrom.org/eng/05advocacy\\_en/05\\_02models\\_en/09writinguides01\\_en.shtml](http://www.iccrom.org/eng/05advocacy_en/05_02models_en/09writinguides01_en.shtml) (Centre Internacional per l'Estudi de la Preservació i Restauració de les Propietats Culturals)

[http://www.icomos.org/icomosca/bulletin/vol4\\_no3\\_jamieson\\_e.html](http://www.icomos.org/icomosca/bulletin/vol4_no3_jamieson_e.html) (Sobre l'ús dels indicadors al monitoratge dels impactes econòmics del turisme cultural)

<http://www.museodata.com/> (Pàgina web sobre museologia i patrimoni cultural)

<http://www.nuevamuseologia.com.ar/> (Revista digital)

<http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.03f78855c746589fda97dc86b0c0e1a0/?vgnnextoid=03a3844851a9f010VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=03a3844851a9f010VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default> (Museus i col·leccions de Catalunya)

<http://info.newkerala.com/top-travel-destinations-of-the-world/main-types-of-tourism.html> (Diferents tipus de turisme)

<http://www.uclm.es/PROFESORADO/irodrigo/clasificaci%F3n%20de%20los%20museos.ppt> (Diferents tipus de museus)

[http://uk.encarta.msn.com/encyclopedia\\_781531389/Tourist\\_Industry.html](http://uk.encarta.msn.com/encyclopedia_781531389/Tourist_Industry.html) (Definició indústria turística)

[http://it.wikipedia.org/wiki/Grand\\_Tour](http://it.wikipedia.org/wiki/Grand_Tour) (Grand Tour)

<http://cultura.gencat.net/museus/muscerca1.asp> (Recercador dels museus)

<http://museodeltraje.mcu.es/> (Pàgina web oficial del Museo del Traje)

## **Annexos**

Número de l'enquesta:	Data:	Hora:
Ciutat:	Lloc:	
Persona entrevistada:		
Títol:		

### Informació general

1. El museu és membre de l'ICOM (Consell Internacional de Museus)?
2. És membre del CECA (Comitè per a l'educació i l'acció cultural)?
3. Quantes persones en total treballen en el museu?
  - Temps complet:
  - Per hores:
  - Voluntaris:
  - Independents:
  - Programes de pràctiques:

### Implicació del públic i educació

4. Té el museu algun programa per a informar al públic sobre els seus plans i accions? (panells, objectes exposats, publicacions, demostracions, pàgina web)
5. El museu pren mesures per a implicar el públic, com, assessorant per a les col·leccions personals, buscant la consulta en decisions del museu, o fomentant la participació en esdeveniments especials i projectes?
6. El museu té programes d'educació a l'interior de l'edifici o fomenta el desenvolupament de programes variats fora del mateix?
7. Planteja programes d'educació per totes les edats i nivells de formació?  
Si no, només per a quins?
8. El museu pren mesures dissenyades específicament per a informar i per a implicar els nens?
9. Hi ha una persona encarregada per les activitats educatives?  
Si sí,
  - Temps complet:
  - Per hores:
  - Voluntari:
  - Títol:
  - Estudis i entrenament:
  - Experiència:
10. El museu pren mesures dissenyades específicament per a advocar/fomentar el turisme cultural i promocions a través dels mitjans de comunicació, entrant en contacte amb el govern o altres responsables?
11. El museu té un programa per a informar al públic sobre la programació futura i les seves accions? (panells, objectes exposats, publicacions, demostracions, pàgina web)

12. El museu pren mesures per a implicar el públic, com, assessorant per a les col·leccions personals, buscant la consulta en decisions del museu, o fomentant la participació en esdeveniments especials i projectes?
13. Quin percentatge del pressupost dedica per  
 Activitats d'educació:  
 Programmes pel públic:  
 Altres (especificar):

### **Informacions i publicacions**

14. Nombre de publicacions  
 fins ara:  
 per a cada any:
15. Quin tipus de publicacions?  
 - Catàlegs:  
 - Fulletons:  
 - Opuscles:  
 - Guies:  
 - Altres (especificar):
16. Disposa d'una pàgina web?
17. Idiomes utilitzats  
 per a la pàgina web:  
 per a les publicacions (catàlegs, fulletons, opuscles):
18. Té a disposició els números de telèfon de comunicació i horaris d'obertura?
19. Existència d'audioguia?  
 Si sí,  
 en quantes  
 i en quines llengües?
20. El museu forma part d'una xarxa museal que ajudi a la circulació d'informacions?

### **Museu i turisme**

#### *Indicadors interns*

21. El museu gestiona el públic de manera segmentada en el moment de transmetre la informació? (joves, grans, turistes estrangers i nacionals, etc.)  
 Si sí, com?
22. El museu controla la visita (temps, recorregut, etc.) i l'ús dels espais que fan els visitants?  
 Si sí, com?  
 Cada quant?

23. El museu té una declaració escrita del seu propòsit i de les seves metes incloent les seves consolidacions a la promoció turística, protecció preventiva de les obres, organització de programats educatius, etc.?
24. El museu té un pla d'organització, promoció turística o educació?  
Per quants anys?
25. Quina persona de l'organigrama és responsable de la promoció turística?
- Director:
  - Tècnic conservació:
  - Tècnic de turisme:
  - Altre tècnic (especificar):
26. Disposició i quantitat d'àrees i espais de descans, cafeteries i serveis pels visitants.
- Restaurant i/o cafeteria:
  - Botiga:
  - Lavabos:
  - *Resource Rooms* (sales de classe on un programa educatiu especial es pot lliurar a un estudiant amb una incapacitat):
  - Taller-estudi:
  - Teatre de conferència – Auditori:
  - Telèfons:
  - Instal·lacions adaptades als discapacitats físics:
  - Altre:

#### Indicadors externs

27. La visita al museu té relació amb un viatge organitzat?  
Si sí, amb qui?
- Tour Operadors:
  - Agència de viatges minoritaria:
  - Associació cultural:
  - Universitat o altres instituts educatius:
  - Altre (especificar):
28. Quins serveis disposa el museu per millorar l'experiència turística?
- Audioguia:
  - Guia (acompanyament presencial):
  - Guia - Llibre del museu:
  - Audiovisual:
  - Cartells:
  - Altres (especificar):
29. Pels serveis abans mencionats, quin procés s'ha de seguir? (disposició immediata, mitjançant reserva...)
30. El museu manté un centre de la informació (llibres, articles, webs, etc.) i ofereix disponibilitat al personal, voluntaris i a investigadors per consultar-lo?

31. El museu fa servir de dades i indicadors d'altres ens? (arribades de turistes, pernотacions, ocupació, nombre de places, nacionalitats dels turistes, usuaris d'equipaments culturals i lúdics, serveis d'atenció als turistes, productes turístics existents a la ciutat o província, motius de viatge, estada mitjana, etc.)
32. El museu té adequada senyalització per a les peces, recorregut, sales, sortides d'emergència etc.?  
Amb quines i quantes llengües?

*Promoció i descomptes*

33. El museu com es promociiona? (aparició a revistes i diaris, guies, oficines de turisme, patrocinador o organitzador d'esdeveniments, etc.)
34. Fa descomptes particulars (per als amics del museu, pensionats, estudiants, etc.)?
35. Té coneixement dels ens a través dels quals pot promociionar-se? (Turespaña, Club Turisme Cultural de Turisme de Catalunya, Comarca, Ajuntament, altres...)
36. Fa servir de les noves tecnologies?  
Quines?
37. Quines de les següents accions i eines utilitza per promociionar-se i contactar amb el públic?
  - E-mail Newsletter:
  - Programes de comunicació i de contacte social com Flickr, Facebook, Twitter, etc.:
  - Blog:
  - Altres (especificar):
38. Fa alguna promoció a les destinacions de línies low-cost? (a l'aeroport, als billets o també a través dels mitjans de transport des de i cap a l'aeroport, a les revistes de la línia aèria, a les webs, etc.)
39. Té canals exteriors on es promociiona? (oficines de comerç exterior, proveïdors, patrocinadors, contacte a l'estranger, etc.)
40. El museu es promociiona i es relaciona utilitzant xarxes d'estudiants internacionals mitjançant els programes Erasmus, Leonardo, ISEP, Xanascap, etc.?

## ICOM CECA QUESTIONNAIRE 2009

The purpose of this survey is to aid in the development and improvement of Educational (creative learning) programmes worldwide.

**SURVEY TO BE COMPLETED BY THE PERSON WORKING IN THE AREA.**

1. Please provide the following information

Museum's name:

Title:

Are you a member of ICOM?

YES	NO
-----	----

Are you a member of CECA?

YES	NO
-----	----

2. What thematic type/area does your museum cover?  
Please specify:

3. Is your museum

National	
Regional	
Local	
Community	
Private	
University	
Other (specify):	

4. How is your museum funded?

State - National	
Municipal - City	
Local authority	
Private	
Other (specify):	

5. How many people in total work in your museum?

Full time:

Part time:

Volunteers:

Freelance:

Internship programmes:

Research students:

Other (specify):

6. Which positions covers your personnel? Please indicate or specify only where you think that is necessary.

Type of personnel	Number of personnel	Specifications and Notes
Director(-s)		
Technician(-s)		
Promotion department		
Preventive conservation		
Security		
Researchers		
Other (specify):		

7. Is there a person in charge of educational activities?

YES

NO

If yes:

Full time	
Part time	
Voluntary	
Other (specify):	

► Which is his/her educational profile (training, qualifications, experience, etc.):



ICOM-CECA QUESTIONNAIRE 2009

8. Does the museum have any educational/cultural action/public programmes that include educational activities?

If *YES* please specify:

9. Which of these activities/programmes are directed to specialists/technicians or to any other type of public? *Use the following space to write the information needed.*

--

10. What is the name of these activities, the public they involve in and what type of supporting materials do you use during the realisation of the activities? *Please fill in as the example. If you need additional space use the backward part of the same page.*

Type/Name of activity	Public involved	Supporting materials
<i>example: The ancient Greeks daily life</i>	<i>Families</i>	<i>workshops, games with teachers for children, books</i>

ICOM-CECA QUESTIONNAIRE 2009

11. Do you have different educational activities for temporary and permanent collections?

 YES NO

12. What position does Education occupies in your museum's Organisation Chart (Organigram)? *Please write down or provide an organigram if it is possible.*

--

13. What percentage of the museum budget is allocated to educational activities and/or public programmes?

 %

14. Does the educational personnel participate during the museological and museographical project preparation?

 YES NO

15. Does the museum considerate public involvement in the museum's educational program?

 YES NO

If *YES* please specify its characteristics in the box below:

--

ICOM-CECA QUESTIONNAIRE 2009

16. Does your publication guidelines include separation between Teaching, Research and Divulcation purpose materials?

YES	NO
-----	----

17. What type of materials do you produce? Please specify **the number** of materials in each category. *If in the last question you answered NO, then use just one of the following columns in order to specify each one of your publications.*

	Teaching	Research	Divulcation
Workbooks			
Handbooks			
Books			
Brochures/leaflets			
Guides			
Catalogues			
Other (specify):			

ICOM-CECA QUESTIONNAIRE 2009

18. What is the museum's annual visitor figure?

	2009
--	------

19. Do you have a breakdown of this figure?

Visitors	2008	2009
National		
Overseas		
Students		
Families		
Groups		
Other (specify):		

20. What percentage of the visitor figure is catered by the education department?

	%
--	---

21. Does the museum take into consideration visitor's feedback in decision-making process for educational activities?

YES	NO
-----	----

22. Is there any way that your national Museum Association can be of help to you in your educational work? Please leave your comments.

SURVEY signed by .....

Title/Position in the museum .....

Date: ...../...../.....

Número de l'enquesta:	Data:	Hora:
Ciutat:	Lloc:	

Benvolgut visitant,

Aquesta enquesta és completament anònima i s'utilitzarà solament per propòsits acadèmics. La enquesta té 10 preguntes i és de 3 minuts aproximadament. Si us plau, prengui el seu temps, llegeixi les preguntes atentament, contesti individualment i amb sinceritat.

Si vostè té qualsevol dubte, no dubti preguntar-me. Gràcies per endavant!

1. Nacionalitat: \_\_\_\_\_
2. Edat: \_\_\_\_\_ anys
3. Sexe: 

Dona	Home
------	------
4. Quant temps es queda a la ciutat: \_\_\_\_\_ nit(-s)
5. És la primera vegada que visiti la ciutat? 

SÍ	NO
----	----
6. Valori els següents aspectes basat a la seva experiència al museu. Si sobre algun aspecte concret no pot opinar, si us plau marqui la casella "sense opinió". A la resta dels casos indiqui la seva puntuació en una escala d'1 a 7, on 1 indica "valoració molt negativa" i 7 "valoració molt positiva".

	Molt negativa	Molt positiva	Sense opinió							
a) Valoració del nivell de formació del personal	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7		
1	2	3	4	5	6	7				
b) Valoració de l'accessibilitat al museu	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7		
1	2	3	4	5	6	7				
c) Valoració de l'audioguia	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7		
1	2	3	4	5	6	7				
d) Valoració dels cartells, explicacions, etc.	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7		
1	2	3	4	5	6	7				
e) Capacitat de transmetre informacions	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7		
1	2	3	4	5	6	7				
f) Valoració de la pàgina web	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7		
1	2	3	4	5	6	7				
g) Valoració dels espais de descans i dels serveis oferts als visitants	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7		
1	2	3	4	5	6	7				
h) Valoració del recorregut, de la senyalització interna de l'edifici i de l'exposició	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7		
1	2	3	4	5	6	7				
i) Valoració general del museu basat a la seva satisfacció	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7		
1	2	3	4	5	6	7				
j) Valori la rellevància del contingut del museu/exposició per vostè com turista en relació amb la destinació visitada	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7		
1	2	3	4	5	6	7				
k) Valori la qualitat de la visita (capacitat de càrrega, facilitat per veure les peces, soroll, etc.)	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7		
1	2	3	4	5	6	7				

7. Tenia prevista la visita abans del viatge?  SÍ

NO

8. Quan la va decidir? *(No és obligatori contestar però ens ajudaria saber-ho.)*

\_\_\_\_\_

9. On ha trobat informacions pel museu o l'exposició?  
*(Pot marcar més d'una opció)*

TV

Fulletons

Revistes

Diaris

Internet

Altre

Especifiqui: \_\_\_\_\_

10. Els següents elements compleixen les seves funcions assignades?

	SÍ	NO	Sense opinió
a) Pàgina web			
b) Audioguia			
c) Cartells, explicacions, etc.			

Moltes gràcies per la seva participació!

Model d'enquesta/entrevista.pels.museus

## Model d'enquesta/entrevista projecte - Museus, turisme cultural i educació: conceptualització d'indicadors específics i noves propostes de gestió.

Número de l'enquesta:	Data:	Hora:
Ciutat:	Lloc:	
Persona entrevistada:		
Títol:		

### Informacions generals

1. El museu és membre de l'ICOM (Consell Internacional de Museus)?

<input type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
-----------------------------	-----------------------------

2. Quantes persones treballen en el museu, quines posicions ocupen i quines característiques tenen? *Especifiqui un número a cada columna. Si una persona treballa a més d'un lloc s'ha de marcar solament a un.*

	Direcció	Secretaria	Consergeria i/o Seguretat	Restauradors i/o Conservadors	Promoció i Marketing	Publicacions i/o Guies	Tècnics de Turisme	Altres (Especifiqui)	Característiques particulars d'horari, lloc, posició (només si existeixen)
<b>Temps complet</b>									
<b>Per hores</b>									
<b>Voluntaris</b>									
<b>Autònoms</b>									
<b>Programes de pràctiques</b>									
<b>Altres (Especifiqui)</b>									
<b>Total</b>									

3. Quina temàtica té el museu? Indiqui amb una creu o percentatge.

Arqueologia		Etnologia	
Art		Numismàtica	
Arts decoratives		Botànica	
Biogràfic (entitats/persones)		Zoologia	
Ciència i tècnica		Geologia - Paleontologia	
Ciències naturals		Altres (especifici):	
Història			

4. El museu és

Nacional	
Regional	
Local	
Comunitat	
Privat	
Universitat	
Altres (especifici):	

5. El museu com es finança?

Estatal - Nacional	
Municipal - Ciutat	
Autoritat local	
Privat	
Altres (especifici):	

6. El museu té una declaració escrita del seu propòsit i de les seves metes incloent les seves consolidacions a la promoció turística, protecció preventiva de les obres, organització de programes educatius, etc.?

<b>SÍ</b>	<b>NO</b>
-----------	-----------

7. El museu té un pla d'organització, promoció turística i d'educació?

Si **SÍ** per quants anys? (el més actualitzat) Des de ..... fins .....

<b>SÍ</b>	<b>NO</b>
-----------	-----------



**Apartat d'Educació**

8. El museu, de quines entitats pedagògiques i/o culturals és membre?

9. El museu té programes educatius / accions culturals / públics que incloguin activitats educatives?

SÍ	NO
----	----

*Si SÍ, especifiqui:*

10. Hi ha alguna persona responsable per a les activitats educatives?

SÍ	NO
----	----

*Si SÍ, quants i amb quina dedicació:*

Temps complet	
Per hores	
Voluntari	
Autònom	
Altres (especifiqui):	

Model d'enquesta/entrevista pels museus

► Quin és el seu perfil educatiu? (entrenament, qualificacions, experiència, etc.)

11. Quines de les activitats que organitza el museu són dirigides als tècnics, experts o públic especialitzat?

12. Quin és el nom de les activitats educatives, quin públic inclouen i quins materials de suport utilitzen?

Tipus / Nom de l'activitat	Públic (-s)	Material (-s) de suport
exemple: La vida quotidiana a la Grècia antiga	Famílies	tallers, jocs amb professors per a nens, llibres

Model d'enquesta/entrevista pels museus

13. Teniu diferents activitats educatives per a les exposicions temporals i per a les exposicions permanents?

SÍ	NO
----	----

14. Quina posició ocupa l'Educació a l'organigrama del museu? *Apunteu o, si és possible, afegiu un organigrama.*

15. Quin percentatge del pressupost està dirigit a les activitats educatives i/o programes públics?

%
---

16. El personal d'educació participa durant la preparació del projecte museològic i museogràfic?

SÍ	NO
----	----

17. El projecte de publicacions inclou separació de les publicacions en materials de Docència, Recerca i Divulgació?

SÍ	NO
----	----

18. Quin tipus de materials publica el museu? Si us plau especifiqueu el **nombre** dels materials en cada categoria. *Si a l'última pregunta heu contestat NO, doncs utilitzeu només una de les columnes per a especificar els nombres de les publicacions.*

	Docència	Recerca	Divulgació
Manuais			
Guies			
Catàlegs			
Llibres			
Opuscles/prospectes/fulletons			
Quaderns			
Altres (especifiqueu):			

Model d'enquesta/entrevista pels museus

19. Quin percentatge de la xifra dels visitants és servit pel departament d'educació?

%
---

20. El museu considera les idees o propostes que fa el públic durant el procés de presa de decisions per a les activitats educatives?

SÍ	NO
----	----

21. Hi ha alguna manera que pugui ser d'ajuda la seva Associació Nacional de Museus en el seu treball educatiu?

--

**Apartat de Turisme Cultural**

22. El museu, de quines entitats turístiques és membre?

--

23. El museu forma part d'una xarxa museal que ajudi a la circulació d'informacions?

SÍ	NO
----	----

*Si SÍ, especifiqui:*

--

24. El museu es posa en contacte amb el govern o varies entitats administratives amb l'objectiu de prendre mesures dissenyades específicament per a advocar/fomentar el turisme cultural i altres promocions a través dels mitjans de comunicació?

SÍ	NO
----	----

*Si SÍ, especifiqui:*

--

25. El museu fa servir de dades i indicadors d'altres ens? (arribades de turistes, pernoctacions, ocupació, nombre de places, nacionalitats dels turistes, usuaris d'equipaments culturals i lúdics, serveis d'atenció als turistes, productes turístics existents a la ciutat o província, motius de viatge, estada mitjana, etc.)

SÍ	NO
----	----

26. El museu controla/estudia/analitza la visita (temps, recorregut, etc.) i l'ús dels espais que fan els visitants?

SÍ	NO
----	----

*Si SÍ, especifiqui COM i CADA QUANT. A més, demanar els últims resultats per comprovar l'existència d'aquesta informació:*

--

27. En el moment de transmetre la informació, el museu gestiona el públic de manera segmentada? (joves, grans, turistes estrangers i nacionals, etc.)

SÍ	NO
----	----

Si <b>SÍ</b> , especifica <u>COM</u> :
--

28. Hi ha alguna persona responsable de la promoció turística?

SÍ	NO
----	----

Si **SÍ** quina posició ocupa a l'organigrama?

Director	
Tècnic de turisme	
Tècnic de conservació	
Autònom	
Altre (especifica):	

29. La visita al museu té relació amb algun viatge organitzat?

SÍ	NO
----	----

Si **SÍ** especifica els noms:

Tour Operadors	
Agències de viatges minoritària:	
Associació Cultural	
Universitat o altres instituts educatius	
Altre (especifica):	

Model d'enquesta/entrevista pels museus

30. El museu com es promociona?

Tipologia	Nom (-s)	Notes i comentaris
Aparició a revistes i diaris		
Guies		
Oficines de turisme		
Patrocinador o organitzador d'esdeveniments		
Altres (específic):		

31. El museu té coneixement dels ens a través dels quals pot promocionar-se? Turespaña, Club Turisme Cultural de Turisme de Catalunya, Consell Comarcal, Patronat de Turisme, Ajuntament (Oficines de Turisme o altre), etc.

SÍ	NO
----	----

*Si SÍ, especifiqui QUINS:*

32. El museu, fa servir de les noves tecnologies?

SÍ	NO
----	----

*Si SÍ, especifiqui QUINES:*

33. El museu, publica articles en revistes de turisme, llibres, conferències, etc.?

SÍ	NO
----	----

*Si SÍ, especifiqui alguns/-nes:*

Model d'enquesta/entrevista.pels\_museus

34. Quines de les següents accions i eines utilitza per promocionar-se i contactar amb el públic?

Tipologia	Nom (-s)	Notes i comentaris
E-mail Newsletter		
Programes de comunicació i de contacte social com Flickr, Facebook, Twitter, etc.		
Blog		
Altre (especifica):		

35. El museu fa alguna promoció a les destinacions de línies low-cost? (a l'aeroport, als bitllets, a través els mitjans de transport "des de" i "cap a" l'aeroport, a les revistes de les línies aèries, a les webs, etc.)

<input type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
-----------------------------	-----------------------------

Si **SÍ**, especifica:

--

36. Té canals exteriors on es promociona? (oficines de comerç exterior, proveïdors, patrocinadors, contacte a l'estranger, etc.)

<input type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
-----------------------------	-----------------------------

Si **SÍ**, especifica:

--

37. El museu es promociona i es relaciona utilitzant xarxes d'estudiants internacionals mitjançant els programes Erasmus, Leonardo, ISEP, Xanascat, etc.?

<input type="checkbox"/> SÍ	<input type="checkbox"/> NO
-----------------------------	-----------------------------

Si **SÍ**, especifica:

--



## Fitxa tècnica

Tipologia de material o servei que disposa	SÍ	NO	Avaluació de 1 a 7 on 1 és dolent i 7 excel·lent							Notes i comentaris
			1	2	3	4	5	6	7	
Fulletons			1	2	3	4	5	6	7	
Opuscles			1	2	3	4	5	6	7	
Guies			1	2	3	4	5	6	7	
Actualització de les publicacions			1	2	3	4	5	6	7	
Disposició pàgina web			1	2	3	4	5	6	7	
<b>Traduccions de la web</b>			1	2	3	4	5	6	7	
- anglès			1	2	3	4	5	6	7	
- alemany			1	2	3	4	5	6	7	
- francès			1	2	3	4	5	6	7	
- portuguès			1	2	3	4	5	6	7	
- altre (especifiqui):			1	2	3	4	5	6	7	
Existència d'audioguia			1	2	3	4	5	6	7	
<b>Idiomes per l'audioguia</b>			1	2	3	4	5	6	7	
- anglès			1	2	3	4	5	6	7	
- alemany			1	2	3	4	5	6	7	
- francès			1	2	3	4	5	6	7	
- portuguès			1	2	3	4	5	6	7	
- altre (especifiqui):			1	2	3	4	5	6	7	
Guia física (acompanyament presencial)			1	2	3	4	5	6	7	
Disposició dels serveis de guia física (immediata, mitjançant reserva). <i>Apunti notes.</i>			1	2	3	4	5	6	7	
Audiovisual			1	2	3	4	5	6	7	

Tipologia de material o servei que disposa	SÍ	NO	Avaluació de 1 a 7 on 1 és dolent i 7 excel·lent							Notes i comentaris
<b>Senyalització</b>			1	2	3	4	5	6	7	
- Cartells			1	2	3	4	5	6	7	
- Explicació per a les peces			1	2	3	4	5	6	7	
- Explicació per a les peces traduïda en altra llengua			1	2	3	4	5	6	7	
- Sales			1	2	3	4	5	6	7	
- Recorregut			1	2	3	4	5	6	7	
- Sortides d'emergència			1	2	3	4	5	6	7	
Restaurant i/o cafeteria			1	2	3	4	5	6	7	
Botiga			1	2	3	4	5	6	7	
Lavabos			1	2	3	4	5	6	7	
<i>Resource rooms*</i>			1	2	3	4	5	6	7	
Taller - estudi			1	2	3	4	5	6	7	
Teatre de conferència - Auditori			1	2	3	4	5	6	7	
Cabines de telèfons			1	2	3	4	5	6	7	
Instal·lacions adaptades als discapacitats físics			1	2	3	4	5	6	7	
Altres instal·lacions (especifiqui):			1	2	3	4	5	6	7	
Disposició de targeta amics dels museus			1	2	3	4	5	6	7	
Descomptes particulars pels amics del museu, pensionats, estudiants, etc.			1	2	3	4	5	6	7	
Diferents entrades per amics de museu o membres			1	2	3	4	5	6	7	

\* sales de classe on un programa educatiu especial es pot lliurar a estudiants amb una incapacitat

Generalitat de Catalunya  
 Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació  
**Servei de Museus i Protecció de Béns Mobles**

**Taula 2**  
**Museus Registrats. Visites 2008 (II)**  
 Per ordre de nom del municipi

Museu	Municipi	Museus Registrats. Visites 2008 (II)			
		Expo perm	Expo temp	Visites conj	TOTAL VISITES
M. del Montsià. Poblat Ibèric de la Moleta del Remei	Alcanar	0	0	0	s.i.
M. Arqueològic de Tarragona. Vila dels Munts	Altafulla	11.100	0	0	11.100
M. de Ceràmica Popular	Ametlla de Mar, l'	6.066	7.500	0	13.566
M. del Montsià	Amposta	0	0	8.250	8.250
M. Etnològic del Montseny. La Gabella	Arbúcies	0	0	17.155	17.155
M. d'Arenys de Mar. M. Marès de la Punta	Arenys de Mar	5.389	538	0	5.927
M. d'Arenys de Mar. M. Mollullada de Mineralogia	Arenys de Mar	5.389	0	0	5.389
M. del Càntir d'Argentona	Argentona	4.337	7.177	0	11.514
M. de Badalona	Badalona	5.044	39.808	0	44.852
M. de Badalona. Can Miravítes	Badalona	655	0	0	655
M. de Badalona. Casa Romana i Conducte d'Aiguës	Badalona	9.526	0	0	9.526
M. de la Noguera	Balaguer	3.072	3.215	0	6.287
M. Arqueològic Comarcal de Banyoles	Banyoles	5.000	357	0	5.357
M. Darder. Espai d'Interpretació de l'Estany	Banyoles	7.950	6.894	0	14.844
Fundació Antoni Tàpies	Barcelona	0	0	0	Tancat
Fundació Joan Miró	Barcelona	511.441	494.086	0	1.005.527
M. d'Arqueologia de Catalunya - Barcelona	Barcelona	0	0	24.968	24.968
M. d'Art Contemporani de Barcelona	Barcelona	186.557	381.912	0	568.469
M. de Ceràmica	Barcelona	44.292	21.265	0	65.557
M. de Ciències Naturals de la Ciutatella	Barcelona	82.259	47.452	0	129.711
M. de la Música	Barcelona	0	0	34.799	34.799
M. de les Arts Decoratives i M. Tèxtil	Barcelona	40.772	11.665	0	52.437
M. de l'Institut Botànic de Barcelona	Barcelona	0	64.197	0	64.197
M. del Futbol Club Barcelona	Barcelona	0	0	1.231.344	1.231.344
M. d'Història de Catalunya	Barcelona	120.692	101.306	0	221.998
M. d'Història de la Ciutat. Conjunt Pl. del Rei	Barcelona	161.865	35.700	0	197.565
M. d'Història de la Ciutat. Centre d'Interpretació del Park Güell	Barcelona	225.365	0	0	225.365
M. d'Història de la Ciutat. Casa Verdaguier	Barcelona	5.184	0	0	5.184
M. d'Història de la Ciutat. Monestir de Pedralbes	Barcelona	0	0	51.536	51.536
M. Etnològic	Barcelona	38.414	10.196	0	48.610

Generalitat de Catalunya  
 Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació  
**Servei de Museus i Protecció de Béns Mobles**

Museu	Municipi	Museus Registrats. Visites 2008 (II)			
		Expo perm	Expo temp	Visites conj	TOTAL VISITES
M. Frederic Marès	Barcelona	0	62.863	31.848	94.711
M. Geològic del Seminari de Barcelona	Barcelona	3.993	0	0	3.993
M. Marítim de Barcelona	Barcelona	239.806	36.654	0	276.460
M. Marítim de Barcelona. Pailebot Sta Eulàlia	Barcelona	31.175	0	0	31.175
M. Militar	Barcelona	0	0	90.715	90.715
M. Nacional d'Art de Catalunya	Barcelona	365.892	505.837	0	871.729
M. Picasso	Barcelona	944.963	368.123	0	1.313.086
M. Comarcal de Berga	Berga	4.822	0	0	4.822
Terracota. M. de Terrissa i de Ceràmica	Bisbal Empordà, la	0	1.960	0	1.960
M. Municipal Josep Aragay	Breda	2.133	0	0	2.133
Teatre-M. Dalí. Casa-M Salvador Dalí	Cadaqués. Portlligat	99.365	0	0	99.365
Thermalia. M. de Caldes de Montbui	Caldes de Montbui	0	0	8.223	8.223
Thermalia. M. de Caldes de Montbui. M. Delger	Caldes de Montbui	2.550	0	0	2.550
Thermalia. M. de Caldes de Montbui. Termes Romanes	Caldes de Montbui	2.037	0	0	2.037
M. Arxiu Municipal de Calella. Josep M. Codina	Calella	2.639	0	0	2.639
M. d'Història de Cambrils. M. Moli de les Tres Eres	Cambrils	0	0	2.484	2.484
M. d'Història de Cambrils. M. Agrícola	Cambrils	0	0	3.138	3.138
M. d'Història de Cambrils. Torre de l'Ermita	Cambrils	0	0	691	691
M. d'Història de Cambrils. Torre del Port	Cambrils	0	6.286	0	6.286
M. d'Història de Cambrils. Vil·la Romana de la Llosa	Cambrils	2.122	0	0	2.122
M. Moli Paperer de Capellades	Capellades	30.909	1.510	0	32.419
M. Arxiu Tomàs Balvey	Cardedeu	3.308	13.719	0	17.027
M. de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya. M. del Ciment Asland	Castellar de n'Hug	0	0	9.559	9.559
M. Municipal de la Pagesia	Castellbisbal	1.603	825	3.700	6.128
Ecomuseu-Fariner de Castelló d'Empúries	Castelló d'Empúries	0	0	9.418	9.418
M. de les Mines de Cercs	Cercs	32.713	26.924	0	59.637
M. Comarcal de Cervera. Casa M. Duran i Sanpere	Cervera	0	0	2.843	2.843
M. Comarcal de Cervera. M. del Blat i la Pagesia	Cervera	523	0	0	523
M. Arqueològic de Tarragona. Vil·la de Centcelles	Constantí	9.294	0	0	9.294
M. d'Arqueologia de Catalunya - Empúries	Escala, l'	194.283	10.523	0	204.806
M. de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya. M. de la Colònia Sedó	Esparraguera	3.433	0	0	3.433
M. de la Vida Rural	Espluga de Francolí, l'	0	0	15.339	15.339
Ecomuseu de les Valls d'Àneu	Esterrí d'Àneu	6.390	8.279	0	14.669
M. de l'Empordà	Figueres	0	4.083	6.203	10.286

Generalitat de Catalunya  
 Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació  
**Servei de Museus i Protecció de Béns Mobles**

Museu	Municipi	Museus Registrats. Visites 2008 (II)			TOTAL VISITES
		Expo perm	Expo temp	Visites conj	
M. del Joguet de Catalunya	Figueres	42.504	18.419	0	60.923
Teatre M. Dalí	Figueres	873.479	0	0	873.479
Teatre M. Dalí. Dalí Joies	Figueres	198.517	0	0	198.517
M. de la Història de Fontcoberta	Fontcoberta	0	0	0	s.i.
M. de Gavà	Gavà	0	0	24.312	24.312
M. de Gavà. Parc Arqueològic de les Mines	Gavà	30.274	0	0	30.274
M. d'Arqueologia de Catalunya - Girona	Girona	0	0	25.443	25.443
M. d'Art de Girona	Girona	0	0	111.532	111.532
M. d'Art de Girona. Farmàcia de Santa Caterina	Girona	0	0	0	Tancat
M. del Cinema. Col·lecció Tomàs Mallol	Girona	44.485	19.025	0	63.510
M. d'Història de la Ciutat	Girona	36.961	93.852	0	130.813
Tresor de la Catedral de Girona	Girona	251.316	0	0	251.316
M. de Granollers	Granollers	3.878	20.029	0	23.907
M. de Granollers. Ciències Naturals	Granollers	7.880	2.861	0	10.741
M. d'Història de l'Hospitalet	Hospitalet de Llobregat, l'	0	4.127	8.106	12.233
M. de la Pell d'Igualada i Comarcal de l'Anoia. Cal Boyer	Igualada	8.109	5.356	0	13.465
M. de la Pell d'Igualada i Comarcal de l'Anoia. Cal Granotes	Igualada	8.081	0	0	8.081
M. de la Conca Dellà	Isona	4.845	1.227	0	6.072
M. d'Art Jaume Morera	Lleida	1.175	9.446	0	10.621
M. de Lleida. Diocesà i Comarcal	Lleida	33.726	11.178	0	44.904
M. Municipal de Llívia	Llívia	0	0	0	Tancat
M. del Mar	Lloret de Mar	20.378	0	0	20.378
M. Industrial del Ter. Can Sanglas	Manlleu	14.907	8.166	0	23.073
M. Comarcal de Manresa	Manresa	6.227	1.914	1.876	10.017
L'Enrajolada. Casa M. Santacana	Martorell	2.819	2.134	0	4.953
M. Municipal Vicenç Ros	Martorell	1.163	0	0	1.163
M. Municipal Vicenç Ros. Jaciment de Santa Margarida	Martorell	275	0	0	275
M. Municipal Vicenç Ros. Pont del Diable -Espai St. Bartomeu	Martorell	1.993	0	0	1.993
M. Municipal Vicenç Ros. Memorial Vicenç Ros	Martorell	384	298	0	682
M. Municipal de Nàutica del Masnou	Masnou, el	1.052	1.330	0	2.382
M. Arxiu de Santa Maria	Mataró	0	0	6.090	6.090
M. de Mataró	Mataró	2.560	9.931	0	12.491
M. de Mataró. Clos Arqueològic de Torre Llauder	Mataró	1.769	0	0	1.769
M. de Mataró. Ca l'Arenes	Mataró	0	4.695	0	4.695

Generalitat de Catalunya  
Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació  
**Servei de Museus i Protecció de Béns Mobles**

Museu	Municipi	Museus Registrats. Visites 2008 (II)			
		Expo perm	Expo temp	Visites conj.	TOTAL VISITES
M. de Montserrat	Monistrol de Montserrat	123.039	101.741	0	224.780
M. Comarcal de la Conca de Barberà	Montblanc	13.044	5.657	0	18.701
M. Comarcal de la Conca de Barberà. M. Frederic Marès	Montblanc	1.613	0	0	1.613
M. Comarcal de la Conca de Barberà. M. Molins de la Vila	Montblanc	820	0	0	820
M. Municipal de Montmeló	Montmeló	1.576	525	0	2.101
M. dera Val d'Aran. Sant Joan d'Artes	Naut Aran	0	3.959	0	3.959
M. dera Val d'Aran. Mola de Salardú	Naut Aran	732	0	0	732
M. d'Arqueologia de Catalunya - Olèrdola	Olèrdola	0	0	19.889	19.889
M. Comarcal de la Garrotxa	Olot	5.107	16.494	0	21.601
M. Comarcal de la Garrotxa. M. dels Sants	Olot	7.871	4.700	0	12.571
M. Comarcal de la Garrotxa. M. dels Volcans	Olot	19.426	0	0	19.426
M. del Suro de Palafrugell	Palafrugell	0	0	7.963	7.963
El Cau de la Costa Brava. M. de la Pesca	Palamós	0	0	26.394	26.394
Teatre-M.Dalí. Casa-M. Castell Gala-Dalí	Pera, la. Púbol	103.193	0	0	103.193
M. de Premià de Dalt	Premià de Dalt	0	0	1.506	1.506
M. de l'Estampació de Premià de Mar	Premià de Mar	3.499	3.944	0	7.443
M. Salvador Vilaseca	Reus	0	0	5.991	5.991
M. Salvador Vilaseca. M. d'Art i Història	Reus	0	0	8.200	8.200
M. Etnogràfic de Ripoll	Ripoll	0	703	0	703
M. d'Art de Sabadell	Sabadell	0	0	22.053	22.053
M. de l'Institut de Paleontologia M. Crusafont	Sabadell	0	0	21.033	21.033
M. d'Història de Sabadell	Sabadell	0	0	30.456	30.456
M. d'Història de la Ciutat	Sant Feliu de Guíxols	0	0	14.838	14.838
M. d'Història de la Ciutat. Salvament Marítim	Sant Feliu de Guíxols	1.172	0	0	1.172
M. Torre Balldovina	Santa Coloma de Gramenet	0	0	5.713	5.713
M. Diocesa d'Urgell	Seu d'Urgell, la	15.121	2.206	0	17.327
M. Cau Ferrat	Stiges	23.364	4.097	0	27.461
M. Maricel	Stiges	17.510	2.698	0	20.208
M. Romàntic Can Llopis	Stiges	11.298	0	0	11.298
M. Diocesa i Comarcal de Solsona	Solsona	2.954	1.038	0	3.992
M. d'Art Modern de Tarragona	Tarragona	14.447	10.126	0	24.573
M. Diocesa de Tarragona	Tarragona	133.763	0	0	133.763
M. Nacional Arqueològic de Tarragona. M. Arqueològic	Tarragona	0	0	93.107	93.107
M. Nacional Arqueològic de Tarragona. M. Paleocristià	Tarragona	4.962	0	0	4.962

Generalitat de Catalunya  
 Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació  
**Servei de Museus i Protecció de Béns Mobles**

Museu	Municipi	Museus Registrats. Visites 2008 (II)			TOTAL VISITES
		Expo perm	Expo temp	Visites conj	
M. Comarcal de l'Urgell	Tàrraga	2.032	7.041	0	9.073
Centre de Documentació i M. Tèxtil de Terrassa	Terrassa	0	6.556	0	6.556
M. de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya	Terrassa	0	0	89.114	89.114
M. de Terrassa. Casa Alegre de Sagrera	Terrassa	19.435	0	0	19.435
M. de Terrassa. Castell-Carfoixa de Vallparadis	Terrassa	0	0	13.308	13.308
M. de Terrassa. Conjunt de les Esglésies de Sant Pere	Terrassa	10.478	0	0	10.478
M. de Terrassa. Torre del Palau	Terrassa	1.065	0	0	1.065
Can Quintana. M. de la Mediterrània	Torroella de Montgrí	0	0	37.256	37.256
M. Municipal de Tossa de Mar	Tossa de Mar	8.256	0	0	8.256
M. d'Arqueologia de Catalunya - Ullastret	Ullastret	35.041	0	0	35.041
M. de Valls	Valls	0	0	8.475	8.475
M. Deu	Vendrell, el	0	0	6.552	6.552
Vil·la Casals. Museu Pau Casals	Vendrell, el	14.976	1.067	0	16.043
M. Episcopal de Vic	Vic	20.254	8.481	0	28.735
M. dera Val d'Aran	Vielha	5.874	0	0	5.874
M. dera Val d'Aran. Fàbrica dera Lan	Vielha	1.671	0	0	1.671
M. dera Val d'Aran. Ecomuseu Çò de Joanchiquet	Vilamòs	5.260	0	0	5.260
Biblioteca M. Víctor Balaguer	Vilanova i la Geltrú	0	0	17.060	17.060
M. del Ferrocarril	Vilanova i la Geltrú	0	0	25.111	25.111
M. Romàntic Can Papiol	Vilanova i la Geltrú	0	0	0	Tancat
M. de la Vila	Vila-rodona	299	0	0	299
M. de la Marina de Vilassar	Vilassar de Mar	3.935	2.830	0	6.765
M. Comarcal de la Conca de Barberà. M. del Vidre	Vimodri	7.621	0	0	7.621
<b>TOTAL</b>		<b>5.703.787</b>	<b>2.678.705</b>	<b>2.183.591</b>	<b>10.566.083</b>

## Agraïments

Als professors de la Universitat de Girona que han donat classe durant els anys acadèmics 2007-2008 i 2008-2009 al Màster Interuniversitari en Direcció i Planificació de Turisme per haver-me donat molts coneixements importants per la meva vida professional. Als professors que no m'han donat classe però hi eren sempre disponibles a donar-me explicacions i ajuda durant aquests anys.

A la meva tutora, Dolors Vidal, que ha cregut en mi des del principi i que aprecio molt com a persona i com a professora.

Als professors Núria Galí, Joan Vallès i Roser Juanola per la seva col·laboració en aquest projecte i per la seva disponibilitat de donar-me els seus coneixements.

Al meu professor de llengües per aquests anys, Sergi Garcia Romero, per haver corregit bona part d'aquest treball de recerca.

A tots els meus col·legues que m'han acompanyat, ajudat, col·laborat, cregut i crescut en aquesta ruta acadèmica tant important per la nostra formació professional i pel nostre futur, i que són massa per ser esmentats aquí... ho saben qui són!

Finalment, als que aquest petit treball està dedicat, als meus pares, Gheòrghios i Athanassia, i als meus germans, Dimítrios i Konstantinos, que amb els seus sacrificis continuen suportant-me i que han cregut en mi des del meu naixement.



