



Universitat de Girona

# ELS VISITANTS INFANTILS DELS MUSEUS GIRONINS EN EL MARC D'UNA VISITA FAMILIAR I NO ORGANITZADA

Lada **SERVITJA TORMO**

**Dipòsit legal: GI. 246-2013**

<http://hdl.handle.net/10803/101526>

**ADVERTIMENT.** L'accés als continguts d'aquesta tesi doctoral i la seva utilització ha de respectar els drets de la persona autora. Pot ser utilitzada per a consulta o estudi personal, així com en activitats o materials d'investigació i docència en els termes establerts a l'art. 32 del Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual (RDL 1/1996). Per altres utilitzacions es requereix l'autorització prèvia i expressa de la persona autora. En qualsevol cas, en la utilització dels seus continguts caldrà indicar de forma clara el nom i cognoms de la persona autora i el títol de la tesi doctoral. No s'autoritza la seva reproducció o altres formes d'explotació efectuades amb finalitats de lucre ni la seva comunicació pública des d'un lloc aliè al servei TDX. Tampoc s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant als continguts de la tesi com als seus resums i índexs.

**ADVERTENCIA.** El acceso a los contenidos de esta tesis doctoral y su utilización debe respetar los derechos de la persona autora. Puede ser utilizada para consulta o estudio personal, así como en actividades o materiales de investigación y docencia en los términos establecidos en el art. 32 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (RDL 1/1996). Para otros usos se requiere la autorización previa y expresa de la persona autora. En cualquier caso, en la utilización de sus contenidos se deberá indicar de forma clara el nombre y apellidos de la persona autora y el título de la tesis doctoral. No se autoriza su reproducción u otras formas de explotación efectuadas con fines lucrativos ni su comunicación pública desde un sitio ajeno al servicio TDR. Tampoco se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al contenido de la tesis como a sus resúmenes e índices.

**WARNING.** Access to the contents of this doctoral thesis and its use must respect the rights of the author. It can be used for reference or private study, as well as research and learning activities or materials in the terms established by the 32nd article of the Spanish Consolidated Copyright Act (RDL 1/1996). Express and previous authorization of the author is required for any other uses. In any case, when using its content, full name of the author and title of the thesis must be clearly indicated. Reproduction or other forms of for profit use or public communication from outside TDX service is not allowed. Presentation of its content in a window or frame external to TDX (framing) is not authorized either. These rights affect both the content of the thesis and its abstracts and indexes.



Universitat de Girona

TESI DOCTORAL

ELS VISITANTS INFANTILS  
DELS MUSEUS GIRONINS EN EL MARC D'UNA VISITA  
FAMILIAR I NO ORGANITZADA

Lada Servitja Tormo

2012



Universitat de Girona

TESI DOCTORAL

ELS VISITANTS INFANTILS  
DELS MUSEUS GIRONINS EN EL MARC D'UNA VISITA  
FAMILIAR I NO ORGANITZADA

Lada Servitja Tormo

2012

PROGRAMA DE DOCTORAT EN CIÈNCIES HUMANES I DE LA CULTURA

Dirigida per: Josep Burch i Rius

Memòria presentada per optar al títol de doctora per la Universitat de Girona



Universitat de Girona

El Dr. Josep Burch i Rius, professor titular del departament d'Història de la Universitat de Girona,

CERTIFICO:

Que aquest treball, titulat "Els visitants infantils dels museus gironins en el marc d'una visita familiar i no organitzada", que presenta la Lada Servitja Tormo per a l'obtenció del títol de doctora, ha estat realitzat sota la meva direcció i que compleix els requeriments per poder optar a Menció Internacional.

Signatura

Girona, 28 d'agost de 2012

## **RESUM**

El present treball de recerca consisteix en estudiar i analitzar les pautes de comportament objectivables dels nens i nenes d'entre 5 i 12 anys d'edat, que visiten de forma no organitzada els museus de la ciutat de Girona. Així, mitjançant la combinació de diferents metodologies per a l'obtenció de dades (enquesta, observació directa no participant i llenguatge simbòlic a partir de resposta escrita autoadministrada i oferta), s'ha constatat de quina forma els nens i nenes interaccionen amb els materials, com es relacionen amb els diferents membres del grup, com utilitzen els materials complementaris a la visita, quin recorregut fan i com fan la visita a les sales, quins textos llegeixen, a quines Unitats d'Atenció presten més interès, quins colors els atrauen més, quins efectes en el seu comportament pot tenir la il·luminació, el soroll o la temperatura ambiental, quines son les seves preferències, i a trets generals, quines són les característiques de les famílies que visiten els museus gironins.

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación consiste en estudiar y analizar las pautas de comportamiento objetivables de los niños y niñas de entre 5 y 12 años de edad, que visitan de forma no organizada los museos de la ciudad de Girona. Así, mediante la combinación de diferentes metodologías para la obtención de datos (encuesta, observación directa no participante y lenguaje simbólico a partir de respuesta escrita autoadministrada y oferta), se ha constatado de qué forma los niños y niñas interaccionan con los materiales, cómo se relacionan con los diferentes miembros del grupo, cómo utilizan los materiales complementarios a la visita, qué recorrido hacen y como hacen la visita a las salas, qué textos leen, a qué Unidades de Atención prestan más interés, qué colores les atraen más, qué efecto puede tener la iluminación, el ruido o la temperatura ambiental en su comportamineto, cuáles son sus preferencias, y de forma más general, cuáles son las características de las familias que visitan los museos gerundenses.

## **SUMMARY**

The present research try to analyze the objectively patterns of visitor behavior focused on 5 and 12 years old kids, which visited the museums of the city of Girona in a non organized tour. We combined different methodologies for the data collection: survey, non participant direct observation and symbolic language from offered and self-administered written response. As a result, we know how children interact with museum materials, how they make relations with the different group members, how they use supplementary materials to do the visit, what itinerary they do, how they visit the rooms, what kind of texts they read, in which Units of Attention they provide more interest, what colors attract the most, what effects in their behavior can have the lighting, the noise and the temperature, what are their preferences, and in general, which are the characteristics of families who visit the museums of Girona.

## ÍNDEX

<b>1. INTRODUCCIÓ</b>	<b>9</b>
<b>2. OBJECTIUS, HIPÒTESIS I METODOLOGIA</b>	<b>17</b>
2.1. Objectius	18
2.1.1. Objectius principals	18
2.1.2. Objectius específics	18
2.2. Hipòtesis inicial	19
2.3. Metodologia	19
2.3.1. Objecte d'estudi	19
2.3.2. Àmbit museístic del treball de camp	19
2.3.3. Cronograma de la recollida de dades	20
2.3.4. Tècniques d'estudi	20
<b>3. HISTÒRIA DE LA INVESTIGACIÓ</b>	<b>37</b>
<b>4. CONTEXT FÍSIC I SOCIAL DE LA VISITA</b>	<b>67</b>
4.1. Context físic	68
4.2. Context ambiental	70
4.3. Context social	88
<b>5. MARC MUSEÍSTIC</b>	<b>94</b>
5.1. Història dels museus de la ciutat de Girona	95
5.2. Els Museus avui	106
5.2.1. El Museu d'Història de la Ciutat	106
5.2.2. El Museu d'Art de Girona	180
5.2.3. El Museu d'Història dels Jueus	236
5.2.4. El Museu d'Arqueologia de Catalunya-Girona	285
5.2.5. El Museu del Cinema	346
<b>6. DESCRIPCIÓ I ANÀLISI DE LES DADES</b>	<b>413</b>
6.1. L'Enquesta	414
6.1.1. Característiques sociodemogràfiques	414
6.1.2. Variables de la visita	418
6.1.3. Motius de la visita i observacions vàries	449
6.1.4. Síntesi de les variables	454



6.2.	L'observació	457
6.2.1.	L'observació per sales	457
6.2.2.	L'observació per Unitats d'Atenció	495
6.3.	La resposta escrita autoadministrada i oferta	545
6.3.1.	Anàlisi genèrica dels resultats	545
6.3.2.	Butlletes d'opinió en relació a les Unitats d'Atenció	552
6.3.3.	Les Unitats d'Atenció representades	554
6.3.4.	Anàlisi per museu	559
6.3.5.	El <i>feedback</i> entre el museu i visitants	575
6.3.6.	Síntesi del capítol	576
<b>7.</b>	<b>ELS VISITANTS INFANTILS DELS MUSEUS GIRONINS:</b>	
	<b>INTERPRETACIÓ DE LES DADES</b>	<b>579</b>
7.1.	Característiques de les famílies usuàries dels museus gironins	580
7.2.	El context físic de la visita	586
7.2.1.	El context ambiental	586
7.2.2.	Elements complementaris a la visita	598
7.2.3.	Interacció material dels elements expositius	600
7.3.	El context social	602
7.4.	Les preferències dels nens	607
<b>8.</b>	<b>CONCLUSIONS</b>	<b>612</b>
<b>9.</b>	<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>629</b>

## **1. INTRODUCCIÓ**

“Lack the background knowledge possessed by adults but nevertheless prove such excellent spontaneous observers that nine-to-twelve-year-old children may be considered the brightest and most inspiring of all museum guests”

**(Michelsein, Peter. “*The outdoor Museum and its educational program*”, *Seminar on preservation and restoration, Williamsburg, 1963 pp. 201-217***

Des de ben petita m’han ensenyat que “*començar la casa per la teulada*” no és bo. En molts aspectes de la meva vida personal, he procurat seguir aquest consell i assentar uns bons fonaments per de mica en mica anar construint. No obstant, en el terreny professional, podria afirmar que no he fet mai cas a aquesta recomanació, ja que des del principi, he anat construint el teulat, les finestres i la xemeneia, per finalment adonar-me que els fonaments que permetien assentar l’estructura superior eren bàsics i que calien ser detingudament assentats.

Això és el que em va passar ara fa quatre anys. Amb el títol de llicenciada a la mà i amb uns quants anys d’experiència en el sector de la divulgació en museus, especialment entre el públic infantil, vaig adonar-me de la necessitat d’assentar uns bons fonaments per enfortir i millorar la qualitat del que estava fent, és a dir, necessitava conèixer la base científica de tot allò que de forma pràctica i autodidacta, havia après i, sortosament, havia esdevingut la meva vocació.

Juntament amb la necessitat de formar-me, se’m va despertar la motivació de tornar a agafar els llibres i freqüentar altra vegada la tant enyorada biblioteca de la Facultat de Lletres de la Universitat de Girona i altres d’arreu del món.

Al llarg d’aquells anys d’experiència com a treballadora en diferents museus vaig poder observar de forma no sistematitzada que els nens i les nenes mostraven diferents pautes de comportament i que aquestes es podien explicar a partir d’una sèrie de variables de caràcter material, com pot ser la tipologia de l’exposició; de caràcter personal, com les motivacions individuals, o de caràcter social, com els tipus d’individus que els i les acompanyen. Així doncs, de forma quasi involuntària se’m va originar la inquietud de conèixer amb més profunditat, aquells aspectes relacionats amb el comportament dels nens i nenes visitants dels museus.

En aquest context de motivacions personals, l'Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural (ICRPC) va convocar una plaça d'investigador predoctoral. Aquesta convocatòria tenia com a finalitat desenvolupar la línia de recerca d'usos del patrimoni, una de les quatre a través de les quals es desplega la investigació en aquest centre, i més en concret en el camp dels usos educatius del patrimoni. Després d'un procés de selecció, la plaça em va ser finalment atorgada, la qual cosa va permetre iniciar-me en el món de la recerca amb l'objectiu d'acabar fent una tesi doctoral. D'aquesta manera es tancava el cercle i conflüïen les meves motivacions personals amb els objectius de l'ICRPC.

La primera tasca relacionada amb la tesi, va ser la de consultar tota la bibliografia relacionada amb el tema que es trobava al meu abast. Així doncs, els arxius i les biblioteques es van convertir en el focus d'atenció. Vaig consultar des de la bibliografia local a la internacional, i és que al llarg d'aquell primer any vaig realitzar una estada de recerca a la New York University. Aquells 3 mesos d'intens treball de recerca bibliogràfica a l'estranger, sobretot després de conèixer la realitat americana en el camp de la museografia, els estudis de visitants i la gestió dels seus departaments didàctics, em van fer adonar que calia acotar d'una forma o altra, la idea inicial de la meua tesi.

Com a conseqüència, i després de donar-hi moltes voltes i parlar-ne amb professionals del sector, vam decidir acotar temàticament i sobretot, geogràficament, l'objecte d'estudi. Calia conèixer el públic infantil que visitava els museus, però essent realistes, i en el marc d'una tesi doctoral, calia dissenyar un pla de treball i uns objectius que fossin assequibles. Per aquest motiu es va decidir que ens centràriem només amb les pautes de comportament observables del visitant, que el visitant seria només aquell que tingués entre 5 i 12 anys d'edat, que la visita fos lliure i no organitzada i que l'espai físic d'anàlisi es concretaria en cinc dels museus de la ciutat de Girona: el Museu d'Art de Girona, el Museu d'Història de la Ciutat, el Museu del Cinema, el Museu d'Història dels Jueus i el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona.

A partir d'aquests límits, el treball el vam estructurar condicionats per la disponibilitat dels agents externs que intervenien en el procés de recerca de dades, és a dir, en funció de la disponibilitat dels cinc museus, dels recursos disponibles propis i de les gestions administratives pertinents (drets d'imatge, permisos per fer els seguiments, etc.). De seguida varem dissenyar el cronograma de treball: en els mesos previs al març del 2010 es van elaborar els capítols de la tesi que emmarcaven teòricament l'objecte d'estudi i es va dissenyar la metodologia per a la recerca de dades als museus. A partir de l'1 de març del 2010 i fins el febrer del 2011, es va dur a terme la recollida de dades, i a partir del març del 2011, es varen

buidar i analitzar les dades per poder elaborar les conclusions del treball. D'aquesta manera, al llarg de l'any 2011 i de la meitat del 2012, i en el que seria el tercer any dedicat a la tesi, s'ha procedit a buidar i analitzar les dades obtingudes, per finalment, i en darrer terme, interpretar i elaborar les conclusions.

Durant aquests anys, els treballs de recerca bibliogràfica, treball de camp i buidatge de dades s'han anat complementant amb una recerca paral·lela de caire internacional. Per poder conèixer diferents museologies, diferents museografies i saber quin és el treball dels tècnics de difusió dels diferents museus, he visitat diferents museus d'Europa i Nord Amèrica analitzant-ne les exposicions i activitats culturals destinades al públic familiar. El conjunt de dades que s'ha obtingut ha estat imprescindible per poder elaborar les conclusions del treball. La selecció dels museus i de les ciutats ha estat aleatòria, moltes vegades marcada per la disponibilitat econòmica i d'agenda, encara que he intentat estudiar els museus considerats atractius per al públic infantil i familiar.

Un cop presentat el cronograma, procedim a explicar l'estructura del treball, recollida en diferents capítols. Primer, i entrant de ple en el treball de camp i objecte d'estudi d'aquesta tesi, hem dedicat un capítol en el que es descriu la metodologia emprada per a la recerca de dades en els cinc museus de la ciutat de Girona. Mitjançant una enquesta s'ha efectuat la recollida de les dades de les famílies<sup>1</sup> visitants dels museus gironins per conèixer les variables sociodemogràfiques i motivacionals del públic infantil que visita els museus de forma lliure i no organitzada. Per aquest motiu, la col·laboració del personal dels diferents museus de la ciutat de Girona ha estat clau, ja que aquestes enquestes les ha efectuat el personal de recepció dels diferents museus en el moment en el qual les famílies hi accedien. De cada família visitant s'han anotat una sèrie de dades que permeten conèixer quines són les seves motivacions per visitar el museu, en quins període de l'any efectuen la visita, en quines franges horàries... la qual cosa ens ha permès obtenir una visió temporal molt més àmplia i no limitada a determinades èpoques o dies de l'any, i obtenir així, dades globals i molt significatives per a l'estudi. A més, aquesta informació ens ha facilitat conèixer dades relatives al total de visitants d'aquest segment de població, hora de la visita, dia de la setmana, durada de la visita al museu, nombre d'adults acompanyants, nombre de nens, lloc de residència... Per capir el comportament del públic infantil a l'interior del museu s'ha emprat un segon mètode que ha

---

<sup>1</sup> Essent conscients que el concepte família ha variat molt al llarg dels anys (Roigé, 2006), hem considerat família a qualsevol grup compost per un mínim de dos membres, entre ells un adult i com a mínim un nen entre 5 i 12 anys d'edat que ha visitat el museu en visita lliure. Falk (1991) defineix la família com qualsevol grup multigeneracional de fins a 5-6 persones, que visita el museu com a una unitat. Aquesta definició s'ha modificat per Hein (2001) en el qual inclou als nens i té en compte el fet que les famílies no són estructures estàtiques.

permès observar de forma directa i sistematitzada el comportament del nen i nena a l'interior del museu. Prèviament a la recollida de dades s'havia dissenyat la metodologia del registre. Per exemple, es va planificar un calendari per efectuar l'observació i es va elaborar un plànol de la sala on s'efectuava per poder registrar el comportament del nen o nena. Això ha permès anotar el recorregut efectuat, el temps destinat a cada unitat o mòdul expositiu i anotar, prèviament codificades, les conductes de l'infant. En darrer lloc, s'ha emprat un nou mètode amb l'objectiu de conèixer la valoració individual dels nens i nenes visitants dels museus. Aquest és el mètode basat en el llenguatge simbòlic a partir de resposta escrita autoadministrada i oferta, consistent en proporcionar als cinc museus unes cartolines amb un dibuix d'un nen amb un globus buit, perquè en finalitzar la visita el nen o nena pugui dibuixar el que més li ha agradat del museu. Complementàriament, en dos dels cinc museus, s'ha analitzat el llibre de visites on tot tipus de públic anota les seves impressions.

Calia conèixer profundament quins eren els antecedents en estudis de públic que podien contextualitzar aquest treball. Per aquest motiu, hem realitzat un altre capítol dedicat a conèixer altres estudis de visitants que aportessin coneixement i una visió més general del tema. Així doncs, s'ha fet un repàs dels estudis de públic efectuats en diferents museus i espais culturals, tant a nivell nacional com internacional, des de principis del segle xx fins a l'actualitat. Atès el gran volum de treball existent en aquest àmbit, ens hem centrant en aquells estudis que tenen com a objectiu el comportament de l'individu i especialment l'infantil en el marc de la visita a un museu. Així doncs, hem realitzat un compendi de casos que serveixen per emmarcar de forma global i generalitzada la investigació emprada en aquesta recerca.

Un altre capítol del treball ha estat el dedicat a analitzar d'una manera teòrica quins són els factors físics i espacials que poden condicionar el comportament del nen o nena que visita un museu: temperatura, soroll, llum, color, text, dimensions dels materials, percepció de l'espai, interacció material i interacció personal. No obstant, cal assenyalar les dificultats que hem tingut en el moment d'elaborar aquest capítol. Pocs tractats de museografia i museologia, parlen teòricament sobre aquests aspectes o citen bibliografia específica sobre el tema. Per aquest motiu, la bibliografia i les fonts emprades provenen bàsicament del camp de la psicologia, del màrqueting, de la salut i del disseny, entre altres.

Elaborar aquest marc teòric del treball ha permès contextualitzar el nostre àmbit estudi. Per aquest motiu, hem dedicat un capítol a detallar de forma objectiva i totalment descriptiva l'estat actual dels cinc museus de la ciutat de Girona que han servit per poder efectuar aquest

treball, així com els seus antecedents, el moment en què van ser creats i la seva evolució. I és que conèixer l'espai on es desenvolupa la visita del nen o nena, ens ajuda a entendre, en gran part, les seves pautes de conducta. Aquest és el motiu bàsic i principal pel qual també hem realitzat la descripció de l'estat actual de les sales dels museus on realitzem l'estudi, efectuant una extensa descripció dels espais, museografia i mòdols expositius del total de les 15 sales objecte d'estudi en les quals s'ha centrat el treball.

En la mateixa línia de treball i com a conseqüència del treball de camp, la tesi compta amb un capítol on s'expressen els resultats del buidatge de les dades recollides al llarg de l'any als cinc museus. Aquestes dades han estat analitzades i exposades de forma detallada, mostrant els resultats obtinguts en tres grans blocs. Per una banda, dades referents a les característiques sociodemogràfiques de les 856 famílies que han visitat els museus durant l'any en el qual s'ha acotat el treball de camp; per una altra, les dades referents al comportament relatiu a 282 seguiments efectuats a l'interior de les 15 sales seleccionades de nens i nenes entre 5 i 12 anys i, finalment, les dades recollides en relació a les respostes autoadministrades i ofertes.

El darrer capítol de la tesi és el dedicat a les conclusions del treball, on s'interpreten els resultats i s'aporten dades concloents pel que fa al comportament dels nens i les nenes a l'interior d'un museu. Aquestes conclusions s'han estructurat segons l'anàlisi dels contextos físics i socials de la visita, però també a partir de les preferències dels nens i nenes de l'ús d'elements complementaris a la visita.

### **Agraïments**

Aquesta tesi no hagués estat possible sense un munt de gent que m'ha ajudat i m'ha recolzat en tots els sentits, tant a la feina com a casa. A tots vosaltres us vull dedicar aquest treball i, sobretot, agrair la paciència que heu tingut amb mi.

En primer lloc, aquesta tesi no hagués estat possible sense el contracte amb l'Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural, que m'ha permès dedicar-me quasi a temps complert en aquesta tasca.

Aquí he conegut a la persona que m'ha fet mantenir la motivació i il·lusió per aquest treball, però també la persona que m'ha ensenyat tot sobre el món de la recerca, un lloc totalment desconegut per mi. Gràcies Josep per les mil correccions i hores perdudes per culpa de la meva impaciència, i sobretot, pels consells donats com a director del treball i com a company. També a tots els que en aquests quatre anys hem compartit la tasca de ser l'ICRPC: en Gabriel,

la Gemma, l'Eliseu, la Maria, la Montse, en Toni, en Xavier, la Sofia, l'Enric, la Marta, la Nina, la Sabrine, l'Illiana, en Ramon, en Pere, la Nuri, la Carme....

En segon lloc, vull agrair també la paciència de les meves companyes de feina de l'empresa Zènit cultura, l'Esther i la Carmina i totes les persones que d'una manera o altra s'han vist afectades per les meves necessitats horàries i maneig quasi impossible del temps: en Manel, la Maria Consol, la Bàrbara, l'Anna, la Rosa, l'Enric, en Jordi, en Carles, l'Elena, en Jordi, l'Eli, en Marc, en David, la Susanna, l'Eva, en Jordi, en Joan, la Laura, en Jordi, en Miquel Àngel, l'Anna, en Víctor, la Marta, la Cristina, la Rosa...

També a l'equip de persones que m'han ajudat i han estat una peça clau per fer el treball de camp. Gràcies al personal d'atenció al públic del Museu del Cinema, del Museu d'Història de la Ciutat, del Museu d'Història dels jueus, del Museu d'Art de Girona i el Museu d'Arqueologia de Catalunya-Girona. També vull agrair especialment a la Xesca Jiménez, l'Aurèlia Carbonell, la Maria Esperança Correus, l'Elena Boix, l'Hermínia Bas, la Montserrat Puigdevall, en Josep Maria Llorens, el Servei d'Atenció als Museus de Girona, en Pere Freixas, en Jordi Pons, la Carme Baqué, l'Aurora Martín, en Josep Maria Trullén, l'Assumpció Hosta i la Sílvia Planas, per tota la informació facilitada i suport en aquesta tasca. També agrair el suport i assessorament tècnic de la Xon Colom, en Pep Ros, l'Imma Pous, la Gemma Carbó, en Salomó Marquès, la Fina Navarrete, en Joan Ferrer, en Narcís Soler, en Joan Blázquez, la Mònica Thomas, la Cristina Pou, l'Eloísa Pérez Santos, el Servei d'estadística de la UAB i la Unitat d'assessorament estadístic (STR) de la Universitat de Girona, la Natàlia Adell, en Llorenç Badiella i la Maria Eugènia Gras.

Una part d'aquesta tesi va ser feta durant una estada a Nova York, al Lincoln Center Institut i a la NY University, on hi vaig passar tres mesos. Thank you very much for your patience and comprehension, and to show me a new way to understand the concept of Culture and Pedagogy. Thanks to Eulàlia Bosch, Cris Scorza (NEW Museum), Sarah Feeley (LCI), Cathryn Williams (LCI), Kirsten Schroeder (MOMA), Cari Frish (MOMA), Liz Edelstein, Jameelah Malik (The Studio Museum in Harlem), Nike Silberstein, Shanta Scott (The Studio Museum in Harlem), Yoby Alvarez, Geovanny Alvarez, Angela Friedlander (National Museum of the American Indian), Mary Ann Newman (CEMS), Jenifer Denboo (CEMS) i Leah Ramírez (CEMS).

Hi ha un munt de companys i amics que no han intervingut directament en el treball de recerca, però que sí que han participat del meu dia a dia durant aquests anys, m'han escoltat i sobretot m'han aguantat les "neures", que no han estat poques. Gràcies a les nenes, a l'Elena,



l'Emma, la Natàlia, la Patrícia, la Gemma, la Tati, l'Aniol, en Pablo, l'Stephan, a tot el "culactiu", l'Anna, la Sandra, La Mònica, l'Estel, l'Anna, l'Alícia, en Pau i en David.

Per últim, gràcies a tota la família que m'envolta i que han fet que sigui com sóc, i en especial a la M<sup>a</sup> Àngels, que sense el seu suport hagués estat quasi impossible dur aquesta tasca a bon port. Finalment, dedico en especial aquest treball als dos homes de la meva vida, els quals admiro i necessito. A en Jan petit, que m'ha descobert un nou món, i a en Jordi: gràcies per ser com ets i per la immensa paciència que has tingut amb mi al llarg de tots aquests anys, animant-me i sobretot, respectant les meves decisions.

A tots vosaltres, gràcies!

## **2. OBJECTIUS, HIPÒTESIS I METODOLOGIA**

## **2.1. Objectius**

Com a conseqüència de la detecció de diversos comportaments durant l'observació no sistematitzada es va considerar rellevant iniciar un estudi que mitjançant una metodologia científica pogués respondre, si és que era possible, a algunes preguntes: què és allò que atrau al nen? Fins a quin punt el comportament del nen és un efecte induït d'elements diversos? Quins són aquests elements?, etc. Per tant, s'han definit uns objectius que marquen amb precisió quina és la finalitat que es persegueix amb l'elaboració d'aquest treball. Concretament, aquests s'han jerarquitzat a partir d'un objectiu general, que acota el tema de la recerca i la seva finalitat bàsica i de diversos objectius específics que despleguen el principal.

### **2.1.1. Objectius principals**

L'objectiu d'aquest treball és la d'analitzar les pautes de comportament dels nens i nenes en una edat compresa entre els 5 i 12 anys que visiten cinc museus de la ciutat de Girona, tant si ho fan acompanyats com si ho fan sols, en el marc del que podríem considerar una visita lliure i no organitzada.

### **2.1.2. Objectius específics**

En un segon nivell de concreció, acotant l'objectiu principal, es desplega una sèrie d'objectius específics, els quals són:

- Relacionar les pautes de comportament dels nens i les nenes que visiten algun dels cinc dels museus de la ciutat de Girona en visita lliure i no organitzada, amb el context físic i social de la visita als cinc museus gironins abans ja esmentats.
- Identificar les característiques sociodemogràfiques dels nens i les nenes que visiten cinc dels museus de la ciutat de Girona, en visita lliure i no organitzada (el Museu d'Art de Girona, el Museu d'Història de la Ciutat, el Museu del Cinema, el Museu d'Història dels Jueus i el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona).
- Conèixer l'opinió pròpia i individual dels nens sobre la seva visita al museu.

## **2.2. Hipòtesis inicial**

A partir de l'experiència personal, mitjançant una observació no sistematitzada de les visites dels nens i nenes als museus, vam poder constatar que els nens i les nenes que visitaven un museu manifestaven comportaments diferents.

Així naixia la hipòtesis inicial d'aquest treball, segons la qual els nens i les nenes quan visiten un museu, no tenen un comportament únic sinó que aquest possiblement varia segons les circumstàncies, les quals, com ja hem esmentat en d'altres capítols depenen de tres contextos diferents: el físic o ambiental, el social i el personal.

L'abordament de la hipòtesis de partida es podia fer des d'una òptica teòrica, mitjançant l'anàlisi crític de la literatura científica existent o des d'una òptica aplicada. Des de bon començament ens va semblar molt més engrescadora i enriquidora la segona opció. En contrapartida calia, però, acotar i delimitar l'àmbit d'estudi, tant pel que fa el seu context temporal i físic com l'objecte d'anàlisi.

## **2.3. Metodologia**

### **2.3.1. Objecte d'estudi**

L'anàlisi s'ha centrat exclusivament en els nens i nenes amb edats compreses entre els 5 i els 12 anys, és a dir, les edats equivalents a educació primària. D'aquesta franja d'edat, ens hem centrat només en aquells que fan la visita en el marc del que podríem considerar una visita lliure i no organitzada.

### **2.3.2. Àmbit museístic del treball de camp**

Els museus seleccionats per fer l'estudi de públic han estat cinc museus gironins: Museu del Cinema, Museu d'Art, Museu d'Història de la Ciutat, Museu d'Història dels Jueus i Museu d'Arqueologia de Catalunya-Girona. La selecció d'aquests cinc museus ha estat fonamentada sobretot per la diversitat temàtica que ofereixen al visitant, la qual cosa permet copsar realitats museístiques diferents, amb les possibles conseqüències que d'aquest fet se'n poden derivar en relació als objectius del treball. Parlem d'un museu d'història local, d'un museu de cinema, d'un museu d'art, d'un museu amb temàtica específica sobre la història de la comunitat jueva a la ciutat de Girona i d'un museu d'arqueologia.

### **2.3.3. Cronograma de la recollida de dades**

Tal i com es descriu en el capítol sobre l'estat dels museus avui, hem considerat imprescindible realitzar l'estudi de públic al llarg d'un any natural, amb l'objectiu d'obtenir una visió temporal àmplia i no limitada (i per tant no condicionada) a determinades èpoques o dies de l'any. A la vegada, aquest ventall temporal obre la possibilitat d'assolir interpretacions i variables molt diverses. Limitar la recollida de dades a un període molt concret no ho hauria fet possible. Per qüestions d'oportunitat, l'inici del treball de camp es va situar el dia 1 de març de l'any 2010 i va finalitzar el 28 de febrer de l'any 2011, afectant tant dies laborables com festius, ja fossin pertanyents a períodes de vacances ja fossin de caps de setmana, a excepció de la coneguda com a Setmana de les flors, que a Girona té lloc durant el mes de maig, perquè es va considerar que podia alterar notablement les dades del conjunt de l'any, en ser una setmana amb molta afluència de públic a la ciutat de Girona, que entra en alguns dels museus estudiats, però amb finalitats alienes al propi museu, és a dir, en aquest cas el museu només actua com a contenidor d'una activitat aliena.

### **2.3.4. Tècniques d'estudi**

Per tal de verificar la hipòtesi de partida i assolir els objectius exposats, el nostre treball s'ha basat amb el que es coneix genèricament com a "estudis de públic". En el camp de les ciències socials, aquests tipus d'estudi acostuma a ser un mètode de recerca eficaç per tal d'arribar a conclusions lògiques i verificades (Pittman i Maxwell, 1992, 753), ja que són moltes les tècniques que s'hi poden encabir i combinar en funció dels objectius i de la hipòtesi inicial que es pretenen assolir (entrevistes, focus grup, autoinformes etc.) (Ribas, 1992, 4). Segons Ruiz (2003, 31), l'ús de la triangulació i la combinació de diferents tècniques ajuda a descriure i comprendre millor els mitjans a través dels quals el subjecte s'emmarca en accions significatives, ajuda a conèixer com es crea l'estructura bàsica de l'experiència i ajuda a fer descripcions en profunditat. També, tal i com defineixen Denzin i Lincoln (2000, 106), la triangulació de dades ens permet realitzar una interpretació més sòlida i veraç, oposant-se a la limitació causada per l'aparent subjectivisme en què es poden veure immersos els estudis de ciències socials. Així doncs, tal i com veurem, per tal d'assolir els objectius i verificar la hipòtesis de partida s'han adoptat diverses tècniques d'anàlisi, que han estat emprats anteriorment en diverses ocasions en els estudis de públic. Dins el ventall d'opcions que

s'obrien i que s'integren en els estudis de públic es va optar per aquelles tres que es va creure que s'adequaven millor a les necessitats del treball:

- L'observació
- El qüestionari
- La resposta escrita autoadministrada o oferta.

#### **2.3.4.1. L'observació**

En primer lloc i com a tècnica més rellevant de les que hem emprat, hem considerat apropiat, tal com raonarem, utilitzar l'observació directa, natural, no participant i sistemàtica. És directa (Ruiz, 2003, 75) i natural (León i Montero, 2003, 80) perquè l'observació del comportament es fa en viu i no és obstructiva. El registre de les dades es fa mentre el subjecte actua, és a dir, en el mateix període que es produeixen les seves respostes o accions. L'observació directa va ser una de les primeres tècniques emprades per a l'obtenció de dades relatives a les visites de museus i exposicions (Serrell, 1997, 112). De fet, la utilització tan pregona d'aquest tipus de tècnica en el camp dels estudis de públic prové del fet que la selecció del moviment i desplaçament en l'espai expositiu sempre va molt relacionat amb altres tipus de comportament (Pérez Santos, 2008b, 53). Concretament, dins d'aquest àmbit una de les modalitats emprades per aquest treball és la denominada per Hein, (1998, 102): "*structured time and tracking observation*", que també s'anomena "*observació no-participant*" (Riba, 2007, 127). L'observació no-participant es basa en l'observació objectiva en la que l'observador no es relaciona amb el subjecte i només pren nota del seu comportament, és a dir, fa una simple traducció de la realitat sense intervenir sobre ella. Finalment, aquesta observació es sistemàtica i planificada perquè s'efectua de forma controlada, havent creat i fixat prèviament, una tipologia determinada de dades a recollir.

Per aquest estudi, hem volgut aplicar un mètode basat en la no participació directa de l'investigador amb l'individu objecte d'estudi, en la línia dels estudis de Cox, Lamb i Orbach (2000), Asensio i Pol (2003), Almazán (2007) o Alcalde i Rueda (2007), que s'esmenten en el capítol corresponent a la història de la investigació. Resumint, podem concloure que s'ha adoptat aquest mètode de recerca perquè permet assolir l'objectiu de conèixer determinats elements del comportament de l'individu com la freqüència, els temps de reacció, el ritme, la intensitat, la durada, la varietat de respostes, les condicions, la direcció (Álvarez, 1975, 126) en la visita a un museu, que difícilment són captats per altres mètodes de recerca.

#### **2.3.4.1.1. Característiques de l'observació**

D'aquesta forma, una única persona situada a l'interior de les sales dels museus, utilitzant un plànol de la sala on es registren les dades, ha observat durant el període ja esmentat els nens i nenes entre 5 i 12 anys que les visitaven. Els seguiments s'han efectuat de manera continuada a partir de la finalització del primer nen que entrava a una sala, el dia en el qual aquella sala era objecte d'observació. En cas de que entressin dos nens/es en el mateix grup, l'infant observat era aquell que traspassava primer la porta d'accés a la sala en qüestió.

A partir d'aquesta observació s'ha anotat el recorregut i el temps destinat a cada Unitat d'Atenció<sup>3</sup>, així com aspectes relacionats amb la interacció entre membres del mateix grup.

#### **2.3.4.1.2. Sales seleccionades per a l'observació**

L'observació directa, natural, no participant i sistemàtica del nostre estudi no s'ha dut a terme a totes les sales dels cinc museus. Degut a la impossibilitat operativa de registrar durant tot un any totes les sales de tots els museus, s'han seleccionat tres sales de cadascun d'ells. Les sales seleccionades segueixen un criteri únic per a cada museu: una sala de l'inici, una de la meitat i una del final del recorregut del museu. La selecció d'aquestes sales ha estat feta a partir de determinats objectius. En primer lloc, poder detectar aspectes com el de la fatiga (Gilman, 1916), i conèixer el ritme de la visita en funció de la seva situació dins el total del museu. En segon lloc, el fet també de seleccionar diverses sales s'ha fet amb l'objectiu de detectar, a partir de l'observació, la resposta del nen en funció de les variants expositives o temàtiques que s'ofereixen des de diverses sales dels museus exposats. Així doncs, s'ha analitzat el comportament de nens i nenes en 15 sales diferents, 3 per museu, de característiques completament diferents, tal i com queda reflectit al capítol 5.

#### **2.3.4.1.3. Codificació prèvia de caràcters qualitius**

Per tal de que les dades obtingudes per l'observador siguin el més fiable possible, cal categoritzar prèviament les diferents i possibles pautes de comportament de l'individu (Coombs, 1959; Peak, 1959). És a dir, cal codificar o descriure diferents comportaments amb un llenguatge codificat, classificant-los en un determinat nombre de categories (Heyns i

---

<sup>3</sup> Hem considerat com a Unitat d'Atenció (UA) un conjunt d'elements expositius (plafons, maquetes, imatges, textos, bens patrimonials...) relacionats temàticament entre ells i que constituïen un tot homogeni i coherent.

Zander, 1959, 443). L'elaboració d'aquestes categories, permet als observadors obtenir un únic quadre de referència que facilita el registre de dades i la seva quantificació posterior.

Per tal de comprovar que les categories establertes eren aptes per les necessitats de l'estudi, es va fixar una fase d'observació inicial o estudi pilot en el qual es va establir un determinat nombre de categories. En aquesta fase prèvia es va demostrar la fiabilitat de les categories codificades. En el cas d'aquest treball, les categories establertes han estat:

**a) Dades de comportament general de la persona observada a l'interior d'una sala:**

- Temps total dedicat al museu = expressat en segons
- Demana per anar al WC? = Si / no
- Mira per la finestra? = Si / no
- Està avorrit o mostra senyals d'avorriment? = Si / no
- El renyen o l'avisen? = Si / no
- S'asseu? = Si / no
- Temps que s'asseu = expressat en segons
- Pren la iniciativa de la visita? = Si / no
- Fa l'itinerari al revés? = Si / no
- Tipus de recorregut que fa a la sala

**b) Dades del comportament en relació a les Unitat d'Atenció.**

- Quantitat d'elements expositius, als quals els nens/nenes han prestat atenció.
- Mostra problemes per veure l'element? = Si / no
- Toca<sup>4</sup>? = Si / no
- Manipula<sup>5</sup>? = Si / no
- Fa fotografia? = Si / no

---

<sup>4</sup> Hem considerat « tocar » quan la persona observada estableix contacte directe amb l'objecte.

<sup>5</sup> Hem considerat "manipular" quan la persona observada estableix més que un contacte directe amb l'objecte, és a dir, l'explora o el fa funcionar a mode de descoberta.



- Repeteix l'element o Unitat d'Atenció? = Si / no
- Comparteix informació amb algun membre del grup? = Si / no
- L'observat explica quelcom a algú? = Si / no
- Adult explica a l'observat l'element expositiu = Si / no
- Nen que acompanya l'observat explica l'element expositiu = Si / no
- Nen pregunta a un membre femení adult que l'acompanya = Si / no
- Nen pregunta a un membre masculí adult que l'acompanya = Si / no
- Temps que dedica a la vitrina = expressat en segons
- En el cas de que l'observat es trobi al Museu d'Art, fa l'itinerari de les Flors<sup>6</sup>? = Si / no
- En el cas de que l'observat es trobi al Museu d'Art o al Museu dels Jueus, fa la visita amb l'audioguia<sup>7</sup>? = Si / no

#### **2.3.4.1.4. Observadors**

Per tal de que les dades codificades pels observadors, fossin el més objectives possibles, va ser imprescindible realitzar una fase d'entrenament previ i una fase de recollida de dades en paral·lel, determinant així la validesa i fiabilitat de les observacions (Anguera, 1985, 81). Posteriorment, aquesta fase va ser avaluada i es van realitzar els canvis de millora que suggeria aquesta fase prèvia.

Durant el període d'entrenament, es va aprendre a obtenir informació del comportament del nen a través de la conducta no verbal (moviment del cos, expressions facials, mirades...), la conducta espacial (distàncies personals i accessibilitat) i la conducta del llenguatge (sobretot per determinar actituds didàctiques i d'iniciatives en les explicacions) (Anguera, 1985, 114).

A través d'aquest aprenentatge previ va ser possible la recollida fiable de dades programades des d'un inici, i va fer possible que l'observador passés desapercebut durant el treball de camp, aspecte important ja que l'observació dels individus s'ha fet de forma no participant. Simulant ser turistes interessats que també visiten el museu s'han pogut fer fotografies dels individus observats i prendre anotacions de cada un dels seus moviments. D'aquesta forma s'ha

---

<sup>6</sup> L'itinerari de flors és una especificitat del Museu d'Art de Girona que pot condicionar la visita del nen, més enllà de la setmana de les flors que se celebra a Girona durant el mes de maig.

<sup>7</sup> L'audioguia és oferta únicament en el Museu d'Art de Girona i el Museu d'Història dels Jueus. L'ús d'aquest servei pot condicionar el model de visita i per això s'ha contemplat una variable específica sobre aquest tema.

aconseguit un alt grau d'objectivitat en la recollida de dades, ja que tot i compartir el mateix espai, no s'ha intervingut en les decisions dels observats, ni la presència de l'investigador els ha fet modificar les conductes.

Abans de realitzar qualsevol estudi observacional, cal determinar però el grau de fiabilitat entre observadors, és a dir, el grau d'acord (León i Montero, 2003, 61). És per això que en el cas del nostre estudi, el grau d'acord entre observadors va ser:

Pel que fa a les dades temporals expressades en segons i recollides pels dos investigadors que varen participar en l'observació prèvia, la correlació binària entre judicis de probabilitat i similitud de Perham va determinar un grau d'acord entre observadors de 0,8, que s'ubica dins la forquilla de grau d'acord que dona validesa al procediment (Evans *et al.*, 2002, 186). Pel que fa a les dades categòriques dicotòmiques de resposta si/no, l'acord entre observadors va ser d'un 0,6 de coeficient Kappa, la qual cosa se situa dins els paràmetres acceptats (Cohen, 1960).

Després de comprovar que el grau d'acord entre observadors era suficient, la resta de l'estudi s'ha dut a terme amb un únic observador per qüestions operatives i de disponibilitat de recursos. No obstant, de forma puntual, i aproximadament un cop al mes, s'han fet algunes sessions de recollida de dades de forma paral·lela, per assegurar que el grau d'acord en les observacions, es mantenia dins els mateixos paràmetres inicials.

#### **2.3.4.1.5. Consideracions ètiques vinculades a l'observació**

Degut a la vigent legislació de protecció de dades i de drets d'imatge, hem hagut de prendre les precaucions necessàries per tal de que el treball no infringís el codi ètic que se'n deriva. És per aquest motiu que es va haver de descartar l'ús de mitjans audiovisuals de seguiment, com les càmeres de vigilància dels museus per a poder enregistrar les pautes de comportament dels individus, tal i com s'havia previst inicialment.

Finalment, es va optar per avisar als visitants, que al llarg d'un any, el museu en qüestió era objecte d'un estudi observacional de públic familiar. Quan els visitants compraven l'entrada a la taquilla del museu, tenien accés a aquesta informació ja que el document es trobava penjat al taulell d'entrada del museu o taquilla. El personal d'atenció al públic estava informat de les sessions programades d'observació, així si algun visitant demanava més informació sobre l'estudi, el personal del museu els podia informar del dia exacte que es duia a terme la sessió de seguiment i les característiques i finalitats de l'estudi.

#### 2.3.4.1.6. Mètode de mostreig

Abans de començar a efectuar els seguiments es va procedir a l'elaborar un pla de mostreig, l'objectiu del qual era determinar el nombre òptim de seguiments necessaris per controlar l'error experimental (precisió) i al mateix temps establir les pautes d'inclusió de subjectes per minimitzar aquest error i controlar la validesa de l'estudi.

Per tal de determinar la mida de la mostra es comptava amb el nombre de visites a museus registrats i col·leccions de Catalunya, divulgat per la Direcció General del Patrimoni Cultural de la Generalitat de Catalunya i les dades de visites al Museu del Cinema, que a efectes dels objectius del treball era el que proporcionava les dades més recents i completes. A partir d'aquestes dades es va estimar que el nombre de visites protagonitzades per nens i nens d'entre 5 a 12 anys al llarg d'un any seria de 8.268, un 2% del conjunt total de visites que varen rebre els cinc museus gironins durant el 2008. Tenint en compte que cada nen podia ser seguit en tres sales diferents a cada museu, el nombre de seguiments potencials pel conjunt dels cinc museus era de 24.804.

A partir de les dades proporcionades per les fonts abans esmentades s'obté la mida mostral necessària segons diferents marges d'error:

	Marge d'Error (Precisió)						
	2%	2,5%	3%	4%	5%	7,5%	10%
<b>Nivell de confiança</b>	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
<b>Bilateral</b>	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
<b>Proporció esperada</b>	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%
<b>Diferència detectable</b>	4,1%	5,1% <sup>a</sup>	6,1%	8,2%	10,3%	15,5%	20,6%
<b>Mida de la mostra total</b>	2.190	1.448	1.024	587	379	170	96

Un cop obtinguda la mida de la mostra total es va procedir a seleccionar la mida de la mostra en cadascun dels museus seguint una assignació proporcional al nombre de visites estimades per cada museu en relació al total de visites dels cinc museus gironins.

<b>Mida Mostral</b>	2.190	1.448	1.024	587	379	170	96
Museu del Cinema	337	223	157	90	59	26	15
Museu d'Arqueologia de Catalunya-Girona	135	89	63	36	23	10	6
Museu d'Art	591	391	276	158	102	46	26
Museu d'Història de la Ciutat	692	458	324	186	120	54	30
Museu d'Història dels Jueus	435	287	204	117	75	34	19

Aquesta assignació permet obtenir inferència directa respecte l'opinió global dels visitants però genera diferents marges d'error quan l'anàlisi s'estratifica per museus:

<b>Precisió</b>	<b>2%</b>	<b>2,5%</b>	<b>3%</b>	<b>4%</b>	<b>5%</b>	<b>7,5%</b>	<b>10%</b>
Museu del Cinema	5,1%	6,3%	7,6%	10,2%	12,6%	19,1%	25,2
Museu d'Arqueologia de Catalunya-Girona	8,0%	10,0%	12,1%	16,1%	20,2%	30,9%	39,9%
Museu d'Art de Girona	3,8%	4,8%	5,7%	7,7%	9,6%	14,4%	19,1%
Museu d'Història de la Ciutat	3,5%	4,4%	5,3%	7,1%	8,8%	13,2%	17,8%
Museu d'Història dels Jueus	4,4%	5,6%	6,7%	8,9%	11,2	16,7	22,4%

En funció d'aquestes dades es va determinar seleccionar a cadascun dels museus un mínim de 100 individus, garantint una precisió inferior al 10%, llevat del Museu d'Arqueologia de Catalunya-Girona (el museu amb menys seguiments esperats), per al qual se seleccionaven 20 seguiments, garantint un error de precisió inferior al 22%, i per al museu d'Història de la Ciutat de Girona (el museu amb més seguiments esperats), per al qual se seleccionaren almenys 65 seguiments, garantint un error de precisió inferior al 13% obtenint una mostra semi-

proporcional. El total de la mida proposada era d'almenys 385 individus, garantint un marge d'error global inferior al 5%.

El període en el qual es va efectuar l'observació ha estat de l'1 de març de 2010 al 28 de febrer de 2011. En el marc d'aquest període d'estudi es va procedir a identificar els dies en els quals s'efectuarien els seguiments per museus, confeccionant una unitat diària de mostreig. En total, es varen identificar 288 unitats de mostreig diàries, un cop eliminats els festius o la Setmana de la flors, que tal i com hem esmentat no es va contemplar a efectes d'aquest estudi. Un cop efectuat aquest pas, es va procedir a la selecció per atzar dels dies concrets en els quals s'efectuaria el seguiments per tal d'obtenir la mida mostral necessària, que quedà distribuït de la següent manera:

	Número Unitats de mostreig diàries
Museu del Cinema	23
Museu d'Arqueologia de Catalunya-Girona	11
Museu d'Art de Girona	22
Museu d'Història de la Ciutat	19
Museu d'Història dels Jueus	22
Total	97

Atès que es va observar que el càlcul sobre el nombre de seguiments esperats no s'ajustava a la realitat, essent aquesta molt inferior, es va tornar a calcular el nombre de dies necessaris per tal d'obtenir un error de precisió similar a l'esperat en començar el treball de camp. Fruit d'aquesta actualització els dies de seguiment s'ampliaren de 97 a 117 unitats de mostreig diàries, escollits també de manera aleatòria. Aquests 117 dies per museus quedaren distribuïts de la següent manera: Museu del Cinema 34, Museu d'Art de Girona 26, Museu d'Història dels Jueus 22, Museu d'Història de la Ciutat 20, Museu d'Arqueologia de Catalunya – Girona 15, ,

Al final del període del treball de camp (el 28 de febrer de 2011) i gràcies a les enquestes efectuades en els cinc museus quan les famílies amb nens i nenes de 5 a 12 any hi accedien, es va poder constatar que el nombre d'aquests nens no era l'esperat de 8.268 sinó de 1.321 i, per tant, els seguiments possibles eren 3.963 i no els 24.804 que s'havien estimat inicialment, en comptar que cada nen o nena podia haver estat seguit en tres sales diferents de cada museu. En conseqüència, no es varen assolir les xifres de seguiments esperats (385) i aquests es quedaren en 282. Malgrat això, l'error de precisió no havia augmentat considerablement, ja que també havia disminuït la mida de la població, i passava del 4,9% en el cas de que s'haguessin complert les estimacions inicials, al 5,6%.

No obstant, atès que en determinats aspectes l'anàlisi dels seguiments s'ha estratificat per museus, és convenient precisar també el marge d'error en cadascun d'ells. Així doncs, per museus i en funció dels seguiments potencials i el nombre dels efectuats, l'error de precisió és el següent:

Museu	Seguiments potencials	Seguiments efectuats	Error de precisió
Museu del Cinema	1.938	113	8,9%
Museu d'Art	834	56	12,6%
Museu d'Arqueologia	582	39	12,9%
Museu dels Jueus	555	52	15,1%
Museu d'Història	54	22	16,2%

Finalment, l'objecte d'anàlisi en alguns moments s'ha estratificat per sales. En aquest cas els errors de precisió són molt elevats, ja que oscilen del 14,81% al 29,81%.

Museu	Sala 1 (error de precisió)	Sala 2 (error de precisió)	Sala 3 (error de precisió)
Museu del Cinema	16,3%	15,4%	14,8%
Museu d'Art	21,9%	22,6%	22,6%
Museu d'Arqueologia de Catalunya-Girona	25,8	27%	24,7%
Museu d'Història dels Jueus	18,7%	21,7%	27,7%
Museu d'Història de la Ciutat	29%	26,5%	29%

Vistos els diferents marges d'error que s'han obtingut, (segons si l'anàlisi és global dels cinc museus, efectuat museu per museu o sala per sala), cal senyalar que quan l'anàlisi s'efectua en funció del museu o de la sala aquest reflecteix fidelment el comportament dels nens i nenes realment observats però l'extrapol·lació d'aquest comportament al conjunt dels visitants infantils d'entre 5 i 12 de cadascun d'aquests museus i sales només es pot entendre com una aproximació. Malgrat constatar aquest fet, hem considerat necessari aprofundir, més enllà de donar una visió general (amb un error de precisió del 5,6%) en l'anàlisi individualitzat per museus i per sales, perquè el seu estudi podia aportar nou coneixement al comportament del públic infantil.

### 2.3.4.2. Qüestionari a l'entrada del museu

Complementant els anteriors, una altra tècnica d'estudi emprada en aquest treball ha estat la de la recollida de dades mitjançant un qüestionari. Aquesta tècnica d'estudi, molt emprada en les investigacions de les ciències socials, s'utilitza quan l'investigador vol enriquir el poder transmissor del concepte donant més força o ampliant-ne perspectives (Ruiz, 2003, 75). Aquest permet accedir de forma directa a la font d'informació, i és flexible, ja que l'entrevistador pot animar a respondre o pot repetir la pregunta en cas de que sigui necessari (León i Montero, 2003, 59).

Per tal de proporcionar informació sociodemogràfica, de diferents variables de la visita i de les motivacions del visitant familiar amb edats compreses entre els 5 i els 12 anys, es va elaborar un qüestionari que es plantejava a l'entrada del museu per part dels treballadors dels diferents museus situats als seus taulells o taquilles d'entrada<sup>8</sup>. Concretament, l'enquesta es feia a totes les famílies que entraven als museus objectes d'estudi amb nens d'entre 5 a 12 anys. Aquestes enquestes es varen efectuar des de l'1 de març de 2010 fins al 28 de febrer de 2011. De les famílies visitants es va recollir la següent informació: hora d'entrada al museu, nombre de membres de la família, quantitat d'adults o nens que acompanyaven el nen/s o nena/es de 5 a 12 anys que formaven part del grup familiar, lloc de residència habitual, idioma habitual, edat dels nens i nenes i motiu de la visita.

El disseny de les entrevistes es va fer de forma molt sintètica, es van acotar les respostes múltiples i es va entrenar als entrevistadors. Facilitar al màxim la feina de l'entrevistador va ser un dels principals objectius del disseny de les enquestes. La nostra recerca de dades no volia ser una càrrega més al personal del museu i al públic visitant. Calien dades concises i sense complexitat; fàcils d'aconseguir i que no causessin una influència negativa prèvia a la visita al museu.

---

<sup>8</sup> Durant la setmana del temps de flors que se celebra a Girona durant el mes de maig, el personal dels museus no registrava entrades durant aquestes dates, ja que a la majoria dels museus, les famílies entraven al museu per objectius diferents a la visita de l'exposició, i per tant, no ens servia a nivell de còmput per a la tesi.



El disseny del material que empraven els entrevistadors en el moment de la venda d'entrades era:

<b>Dia:</b>
<b>Hora d'entrada - Sortida:</b>
<b>Nombre d'adults:</b>
<b>Edat dels nens:</b>
<b>Idioma habitual</b>
<b>Lloc de residència i idioma:</b>
<b>Motiu de la visita:</b>
<b>Observacions:</b>

**Motiu de la visita:**

1. Turisme
2. Oci
3. Interès de l'adult
4. Interès del nen
5. Els hi han recomanat
6. Nen ha visitat amb escola
7. Altres:

Aquestes dades s'han recollit al llarg d'un any, coincidint exactament amb el període d'observació, a totes les famílies que visiten cada un dels cinc museus de forma lliure i que no hi assisteixen en el context d'una activitat organitzada. S'ha exclòs de la unitat mostral aquelles famílies que no tenien un individu amb edat compresa entre els 5 i els 12 anys (nens i nens que es troben en l'etapa de primària de l'ensenyament obligatori).

Al final del període del treball de camp s'havien enquestat a 856 famílies, en el marc de les quals havien visitat els museus de forma lliure i no organitzada 1.321 nens i nenes entre 5 i 12 anys. Cap nen d'aquest edat havia accedit sòl a cap dels museus. Tots ells ho havien fet en el context familiar. Per museus, el nombre d'enquestes obtingudes ha estat el següent :

- Museu del Cinema: 395 visites familiars i un total de 646 nens i nenes d'edats entre 5 i 12 anys.
- Museu d'Història dels Jueus: 128 visites familiars i un total de 185 nens i nenes d'edats entre 5 i 12 anys.
- Museu d'Arqueologia de Catalunya-Girona: 133 visites familiars i un total de 194 nens i nenes d'edats entre 5 i 12 anys.
- Museu d'Art de Girona: 188 visites familiars i un total de 278 nens i nenes d'edats entre 5 i 12 anys.
- Museu d'Història de la Ciutat: 12 visites familiars i un total de 18 nens i nenes d'edats entre 5 i 12 anys.

### **2.3.4.3. Resposta escrita autoadministrada o oferta**

Finalment, entesa com a complement de l'observació, la tercera tècnica emprada, s'ha basat en la interpretació de respostes escrites autoadministrades i ofertes. Hem adoptat aquesta metodologia perquè aporta un tipus diferent d'informació, de caire més qualitatiu, però de gran vàlua. De fet, segons algun investigador (Ruiz, 2003, 77) són aquestes dades les que permeten realitzar la interpretació dels subjectes que formen part d'una acció social: *"In the researcher's experience, a person – not wanting to be perceived as giving a wrong answer – will often try to tell the interviewed what the person thinks the interviewer wants to hear. But by taking their own pictures, visitors seemed to gain a sense of ownership and take control of the process"* (Anderson i Roe, 1993, 41).

Per fer possible l'anàlisi del comportament infantil en els museus i conèixer la seva opinió sobre els mateixos, s'ha proporcionat als cinc museus estudiats unes cartolines amb un dibuix d'un nen amb un globus buit, segons la fórmula emprada en altres casos, (Crosthwait i Mask, 1994, 32). Les paperetes fetes eren de paper blanc de 120 grams i de 21 x 15 cm i contenien elements simbòlics esgrafats a una sola tinta, molt senzills i fàcils d'entendre en qualsevol llengua. A la banda esquerra de la cartolina es trobava el dibuix esquemàtic d'un nen del qual en sortia un globus que ocupava la resta de la cartolina. A la part inferior del globus hi havia la frase *"dibuixa el que més t'ha agradat del museu"* en lletra calibri minúscula Negreta 16. El disseny simbòlic de presentació de la cartolina o papereta d'opinió va ser concebut amb l'objectiu d'aproximar-nos al llenguatge visual i simbòlic característic dels nens i nenes

(Bicknell i Mazda, 1993). El fet d'utilitzar imatge gràfica s'explica perquè la comprensió del què s'ha de fer esdevé internacional i apte per a nens que no saben llegir i escriure. No obstant, com a reforç d'aquest aspecte, i per assegurar que el missatge de la cartolina arribava als nens i nenes, es va transcriure la instrucció en els quatre idiomes: català, castellà, anglès i francès, seguint la proposta de Ruiz (2003, 77).



Figura 1. Butlleta d'opinió autoadministrada i oferta.

Les opinions autoadministrades i ofertes es varen recollir durant tots els dies inclosos en el període que va des de l'1 de març de 2010 al 28 de febrer de 2011.

Per qüestions organitzatives i de gestió de cada museu, la forma d'administrar aquestes paperetes d'opinió es va dur a terme de dues formes diferents: oferta o autoadministrada. A tres dels cinc museus (el Museu del Cinema, Museu d'Història dels Jueus i el Museu d'Història de la Ciutat), es va oferir al visitant infantil d'edat entre 5 i 12 anys la possibilitat d'omplir el dibuix al final de la visita. La persona que es trobava a la recepció del museu, proporcionava la papereta al nen o nena i la recollia un cop aquest/a havia finalitzat el dibuix. En el cas del Museu del Cinema, s'oferia la butlleta i un bolígraf d'un sol color. En el cas del Museu d'Història de la Ciutat i del Museu d'Història dels Jueus, es van posar a la disposició del nen o de la nena, retoladors de colors. En cap cas, el museu va disposar un espai específic per aquest fi, és a dir, es va utilitzar el mateix taulell d'atenció al visitant perquè els nens i nenes fessin el seu dibuix d'opinió.

A dos museus, en canvi, es va disposar el material en un taulell al final de la visita perquè fos autoadministrat, és a dir, el nen o nena si volia, omplia la cartolina i la dipositava en una urna destinada a aquest fi. Els museus que van utilitzar aquesta altra via van ser el museu d'Arqueologia de Catalunya-Girona i el Museu d'Art de Girona. Al Museu d'Arqueologia de Catalunya-Girona, els materials es van col·locar al damunt d'una taula de fusta a la banda dreta de la sortida del museu i al costat de la botiga. Pel que fa al museu d'Art, el material es va col·locar en un moble de fusta acompanyat d'un tamboret a la banda esquerra de la sortida del museu i també, al costat de la botiga. En cap d'aquests dos casos es va realitzar una escenografia específica per ressaltar la presència del material autogestionat. Les paperetes i les urnes es van dipositar en el museu, seguint l'estètica dels materials i sense afectar en la distribució dels espais de la sortida de l'exposició permanent. Aquesta decisió es va prendre amb la voluntat de no afectar el dia a dia del museu, ni treure importància o protagonisme als qüestionaris autoadministrats propis que alguns museus ja disposen. La disposició del material autoadministrat no comptava amb la presència de cap observador ni personal del museu que pogués insinuar o influir en la decisió. En el cas del Museu d'Arqueologia de Catalunya-Girona, l'infant va poder fer el dibuix amb retoladors de colors i l'espai destinat a la opinió del nen o nena disposava d'un petit tamboret per seure.

Complementàriament, els visitants del Museu d'Història dels Jueus i del Museu d'Arqueologia de Catalunya-Girona, tenen la possibilitat de deixar les seves impressions en un llibre de visites. L'opció d'oferir un llibre de visites per deixar-ne les impressions, va esdevenir per l'estudi, una eina senzilla, autoadministrada i que li és familiar al visitant (Adler i Adler, 1998). Aquest es trobava al final del recorregut de l'exposició permanent d'ambdós museus i hi podien deixar anotacions tot tipus de visitants. És a dir, tant hi podien deixar anotacions adults, com adolescents, com nens i nenes de diferents edats. Un cop transcorregut l'any del treball de camp, de tots els comentaris registrats, s'han seleccionat aquells escrits per nens i nenes o per algun dels membres de la família visitant. A l'hora de fer la tria, ens vàrem guiar per la tipologia de lletra i pels comentaris escrits, però sobretot, vàrem posar en relació les dates de registre d'entrada de famílies amb les anotacions fetes als llibres. D'aquesta forma, hem pogut saber quina família ha deixat constància de la seva experiència, i ho hem pogut diferenciar de les que no visitaven el museu amb un nen/a d'entre 5 i 12 anys d'edat.

Els resultats obtinguts han estat: 346 dibuixos autoadministrats i 154 dibuixos oferts. Del total de 500 dibuixos recollits: 110 han estat del Museu del Cinema, 30 dibuixos del Museu d'Història dels Jueus, 224 del Museu d'Arqueologia de Catalunya-Girona, 122 del Museu d'Art de Girona i 14 dibuixos del Museu d'Història de la Ciutat. Aquestes diferències es poden

explicar perquè en alguns llocs, com el Museu d'Art o el Museu d'Arqueologia de Catalunya-Girona disposaven d'un espai per poder fer els dibuixos. Per contra, els museus que han tingut un nombre més baix de respostes no comptaven amb un espai destinat a aquest fi.

Pel que fa els comentaris deixats en els llibres de visites, al final del treball de camp, hem recollit un total de 7 comentaris al llibre de visites del Museu dels Jueus i un total de 13 comentaris al Museu d'Arqueologia. Tot i que els resultats obtinguts son molt baixos, considerem interessant tenir-los en compte ja que ajuden, complementàriament als dibuixos fetuats, a entendre les opinions dels nens i nenes.

### **3. HISTÒRIA DE LA INVESTIGACIÓ**

En aquest capítol, el que pretenem és analitzar els anomenats estudis de públic que s'han efectuat en l'àmbit dels museus tant dins com fora de l'estat espanyol amb la finalitat de contextualitzar el que tractem en aquest treball. Per tant, només hem inclòs en aquest apartat aquells que per la seva metodologia o per l'àmbit i objecte del seu, tenien un interès especial per aquest estudi.

Tot i que la recopilació de dades estadístiques forma part de la gestió dels museus des de dates molt pregonas, l'origen dels estudis de públic, o tal i com els anomena Screven (1993): "*visitor studies*", l'hem d'anar a buscar als anys 20 del segle passat (Pérez Santos, 2000, 62) quan l'American Association of Museums (AAM) va encarregar un estudi sobre el comportament dels visitants al Pennsylvania Museum of Art i al Buffalo Museum of Science a Edward Robinson, un professor de psicologia de la Universitat de Yale (Castellanos, 2008, 154). A partir d'aquell moment, aquell tipus d'estudi es va estendre cada vegada més als Estats Units degut al canvi socioeconòmic que van patir durant aquells anys les institucions sense ànim de lucre (Pérez Santos, 2008a, 1). Segons Screven (1993, 5), els estudis de públic iniciats als Estats Units, van tenir continuïtat sobretot al Regne Unit, i de forma progressiva estudis similars es van estendre a França, Alemanya, Austràlia, Nova Zelanda, Holanda i l'Índia. No obstant, malgrat que en els anys posteriors als 20, diferents museus americans i europeus varen encarregar alguns estudis de públic, l'esclat de diferents conflictes bèl·lics a mitjans del segle xx i les conseqüents crisis econòmiques va fer que molts estudis s'aturessin i només es poguessin reprendre amb força fins molt més endavant. Resulta paradigmàtic que encara a l'any 1992 l'American Association of Museums recomanés als museus americans que fessin diferents accions per tal de potenciar la seva vessant educativa, la qual cosa comportà que molts museus tornessin a treballar amb els estudis de visitants. Amb aquesta nova proposta es volia canviar la dinàmica duta fins el moment. El que es pretenia analitzar no era la quantitat de visitants i el perfil o origen del públic, sinó que es volia conèixer aspectes més qualitius de la condició del visitant. Les demandes de la societat canviaven, i calia adaptar el museu a les noves necessitats (Pérez Santos, 2008a).

Uns dels grans reptes dels museus és i ha estat, sens dubte, el d'analitzar l'aspecte qualitatiu de l'experiència del visitant, l'efectivitat d'allò que es programa i s'exposa i la vàlua del que es transmet en relació a la missió del museu. Algunes dades són relativament fàcils de recopilar, com el nombre de visites que té un museu, però el problema i la dificultat principal rau en com

obtenir dades vinculades al grau de satisfacció o aprenentatge dels visitants. En definitiva, en indagar en l'aspecte qualitatiu de l'experiència del visitant (Alexander i Alexander, 2008, 300).

Arrel d'aquesta dificultat, molt lentament i de forma dispersa, persones vinculades d'una o altra manera al món dels museus i des de diferents òptiques i disciplines han dissenyat i aplicat diverses tècniques metodològiques amb l'objectiu comú de recollir dades relacionades amb les seves visites. Les clàssiques tècniques per conèixer les impressions del visitant, com per exemple, enquestes d'opinió a la sortida de la visita del museu, s'han vist complementades per altres, com els estudis de comportament. Hein (1998, 101), per exemple, considera que cal estudiar als visitants a partir de la seva observació. Segons l'autor, l'analista no s'ha d'acontentar en saber tan sols si els ha agradat o no i demanar que anotin les seves impressions en butlletes i formularis al final de la visita; s'ha d'anar més enllà i acostumar-se a observar els seus comportaments abans, durant i en finalitzar el recorregut per les sales del museu. Segons Hein (1998, 101), s'ha d'observar el que fan, i fins i tot, examinar qualsevol dels rastres que el comportament humà pot generar en un museu per extreure'n el màxim d'informació.

Un dels primers estudis documentats de visitants que tingué lloc per tal de conèixer l'experiència del visitant, va ser el que va realitzar l'any 1884 l'investigador anglès Higgins. El seu estudi de públic va tenir lloc al Liverpool Museum (UK). Segons Hein (1998), la tècnica emprada per Higgins és l'anomenada *traditional tracking and timing*. Aquesta tècnica consisteix en seguir el recorregut del visitant, anotar el temps que destina a cada vitrina i atribuir metàfores simbòliques per cada tipologia de moviment. L'observador es troba a l'interior de les sales del museu i el seguiment el fa *in situ*. Higgins va voler demostrar a través d'aquest estudi, que el Liverpool Museum tenia una forta vessant educativa. El seu estudi consistia en classificar prèviament el públic en tres categories: els estudiants, els ociosos i els observadors. Seguidament, va observar de forma aleatòria i *in situ* el seu comportament davant determinats objectes del museu. El resultat obtingut fou que el 2% dels visitants del museu podien ser categoritzats com a "Estudiants", el 78% com a "Observadors" i finalment els "Ociosos" que representaven el 20% dels visitants del museu (Higgins, 1884, 195).

A inicis del segle passat, un dels objectius principals i focus d'atenció de molts estudis de públic de museus, passà a ser de forma concreta i repetitiva el comportament de l'individu. Per conèixer el temps que destinava el visitant a cada espai o vitrina, al 1916, Benjamin Ives Gilman, va desenvolupar un estudi anomenat "*fatiga de museu*", que es va vincular específicament al cansament dels visitants. A partir de l'anàlisi del moviment i el temps, va fer



un estudi sobre els problemes físics associats a l'observació d'una part de l'exposició del Boston Museum of Fine Arts (EUA). Per assolir els seus objectius Gilman va realitzar una sèrie de preguntes directes i molt senzilles als visitants sobre els objectes ubicats en vitrines però instal·lats a diferents alçades. Paral·lelament, i utilitzant eines visuals per a l'observació semidirecte del visitant, va fotografiar els individus en el moment d'observar aquestes vitrines. La conclusió a la que va arribar Gilman va ser que part del cansament dels visitants prové de l'esforç que han de fer per la incorrecte col·locació de textos, vitrines i quadres i *"after a brief initial exertion he [the visitor] will resign himself to seeing practically everything imperfectly and by a passing glance"* (Gilman, 1916, 62).

La inquietud investigadora promoguda per molts museus americans va portar a analitzar la vàlua educativa de les exposicions dels museus. De forma totalment innovadora, Gibson al 1925, va centrar els seus esforços en un determinat perfil de públic no individual: l'escolar. Concretament, l'objectiu de l'estudi era el de conèixer la vàlua educativa del museu quan un grup escolar visitava el Cleveland Museum of Art (EUA). Gràcies a la col·laboració de les institucions escolars públiques de la ciutat de Cleveland, es va centrar en els nens i nenes de 5è curs de primària quan aquests visitaven amb la seva classe aquest museu. A través de diferents enquestes i l'observació directa, va posar de manifest fins a quin punt el museu d'art esmentat era educatiu (Gibson, 1925, 61).

Tot i la importància dels estudis suara citats, la parella de científics que va revolucionar el panorama d'aquest tipus d'estudis de públic en museus, i sobretot els estudis de comportament dels individus a l'interior de les sales, va ser, sens dubte, la de dos psicòlegs de la Universitat de Yale, Melton i Robinson. L'any 1928 va representar l'inici d'una sèrie d'estudis de públic basant-se només amb l'observació de l'individu i el seu comportament: el *tracking and timing naturalistic observation* (Hein, 1998, 108). La tècnica de Melton i Robinson consistia en dibuixar en un mapa de l'exposició el recorregut que feien els visitants i anotar al mateix temps les pautes de comportament observades. La gran diferència entre els estudis de Robinson i Melton amb els estudis dels seus predecessors, reposa en el fet que alhora d'anotar les diferents pautes de comportament de l'individu, aquests darrers no es basaven en predefinicions i categoritzacions fetes prèviament. Anotaven mitjançant símbols el comportament que l'individu desenvolupava a cada espai del museu observat. A més, a part de calcular el temps que el visitant destinava a cada espai de l'exposició, es fixaven també en quines eren les primeres vitrines que observaven, cap a on es dirigien en segon terme i quin era el recorregut al llarg de l'exposició. D'aquest sistema d'avaluació se n'han fet múltiples

variants, com els de Wolf i Tymitz (1978) o Bickenell i Mann (1993) i s'han creat fins i tot llenguatges específics (Robinson, 1928). Pocs anys després, al 1933-1934, un d'ells, Melton, va fer un altre estudi centrat en el procés d'aprenentatge per part del públic escolar a l'interior d'un museu. L'estudi es va dur a terme al Buffalo Museum of Science amb la col·laboració del Buffalo School Department. Aquest treball tenia per objectiu conèixer el nivell d'aprenentatge dels escolars després de fer la visita al museu. L'estudi es centrava en quines eren les formes de comportament dels alumnes a l'interior de les sales. Per dur-ho a terme proporcionava als alumnes tests amb respostes o bé de veritable o falç o bé amb múltiples opcions en els que es preguntava sobre conceptes relacionats amb l'exposició del museu. Aquests tests es realitzaven tant abans com després de la visita, fins i tot a l'escola, setmanes després de la visita. L'estudi en si no volia avaluar el que s'havia après a la visita, sinó que volia posar de rellevància quin era el coneixement previ dels alumnes i quin el posterior (Melton, 1936, 8).

El temps que destina cada visitant a cada vitrina o espai expositiu d'una sala, també va ser motiu d'estudi per Melton. L'any 1935, Melton va calcular el temps que destinaven els visitants a cada espai de l'exposició dels museus d'Art de Washington D.C. (EUA) i al 1936 féu el mateix a les galeries de Ciència i Indústria del Natural History Museum de la mateixa ciutat. També en aquests treballs va establir la relació que existeix entre el nombre de visitants que paren davant un espai expositiu durant més de 5 segons, en relació al nombre de visitants que tenen la oportunitat de parar: definint així el poder d'atracció dels espais expositius. L'objectiu bàsic d'aquests tipus d'estudis sol anar molt lligat amb conceptes arquitectònics o projectes de remodelació i reforma. És a dir, quan es fan canvis en una sala, es canvien panells o es modifiquen textos. El procediment a seguir sol ser la realització d'un estudi d'observació del visitant abans de la reforma i un després. Observant el temps que el públic s'hi sol estar i el temps que un cop efectuats els canvis el visitant hi destina, el museu pot valorar l'efectivitat de la remodelació. El problema que detectà el mateix Melton, però, és que no es poden generalitzar els resultats. Concretament, considerava que no es pot considerar objecte del mateix estudi el públic interessat del que no ho és i per tant conclouïa que les dades resultants no podien ser del tot correctes (Melton, 1935, 16).

En la línia de l'anterior estudi de Gilman, Nielsen a l'any 1942 va voler estudiar els visitants del Chicago Museum of Science and Industry (EUA) però sense estar present físicament a les sales del museu, tal i com s'havia fet anteriorment. La tècnica emprada consistia en aconseguir eines visuals per a l'anàlisi. Per aquest motiu va fer col·locar càmeres fixes a les cantonades de les sales amb la única intenció de fer fotografies cada 5, 10 i 15 segons. Un cop recollides les

fotografies, diferents experts van poder opinar sobre les seqüències i extreure'n conclusions (Nielsen, 1942, 103).

Pel que fa a l'estudi del públic infantil comença poc a poc a despertar-se de forma generalitzada l'interès per conèixer les opinions i, sobretot, els processos d'aprenentatge en el marc de l'educació No Formal dins el context escolar. Wittlin al 1949 va dur a terme un estudi on se centrava en 118 nens en edat escolar (no especifica quines edats en concret). El marc d'acció va ser dues sales d'una mostra sobre les primeres civilitzacions anomenada "*How Things began*" del University Museum of Archeology and Ethnology in Cambridge. Cada una de les dues sales transmetia coneixements de forma diferent. L'anomenada per l'autor "*Old Exhibition*", contenia 68 peces presentades sense massa coherència entre elles i la "*New Exhibition*" contenia 35 peces, 29 fotografies i dibuixos, tots ells exposats de forma que tant individualment com col·lectiva, el discurs mantenia una seqüència lògica (Wittlin, 1949, 245). Wittlin va observar als nens, els va fer preguntes tant individualment com amb grups de 5, als més grans els va donar qüestionaris per omplir i als més petits els va fer dibuixar. La conclusió de l'estudi va ser que a l'hora de dissenyar una exposició, si es volen tenir en compte els nens com a públic, cal tenir en compte alguns aspectes com: donar molta importància al context, incloure objectes familiars i moderns al costat de peces arqueològiques, dissenyar una temàtica específica i sobretot, utilitzar diferents metodologies a l'hora de presentar les peces (Wittlin, 1949, 246).

Tot i que el període anterior a la dècada dels 50, gran part de les investigacions fetes als museus van ser de caràcter estadístic, amb els exemples anteriors hem pogut veure com en alguns museus i de forma aïllada, pels estudis de públic també es treballava amb tècniques molt vinculades a l'observació. No obstant, els museus volien anar més enllà i conèixer de primera mà les respostes del públic a les seves exposicions. En aquesta línia, a partir de 1950 van destacar dues institucions americanes que efectuaren estudis de gran transcendència: el Milwaukee Public Museum i l'Smithsonian Institution de Washington. El Milwaukee Public Museum elaborà estudis de públic orientats a conèixer les característiques del públic visitant, i l'Smithsonian Institution abordà a través de les tècniques de Robinson y Melton, l'impacte de les seves exposicions adreçades al públic general (Pérez Santos, 2000, 26).

Al 1960, un grup d'especialistes en processos avaluadors dels EUA van fer un treball de recerca sobre el desenvolupament de noves exposicions: eren Shettel, Screven, Nicol i Borun. Van treballar sobretot el tema del caràcter i la reacció dels visitants quan es troben davant d'una exposició amb una forta càrrega comunicativa i pedagògica. Van estar treballant en el camp de

la pedagogia, però sobretot en com el visitant aprèn i quins mecanismes s'han d'utilitzar per fer la visita més educativa. Un cop realitzats diferents estudis a partir de l'observació del públic davant determinats textos, vitrines... categoritzats prèviament, en diferents exposicions de diferents museus de la Smithsonian Institution, les conclusions de Shettel, Screven, Nicol i Borun apuntaven a la necessitat d'augmentar l'ús de recursos tecnològics a les sales dels museus. A més, a les conclusions de l'estudi van aportar una llarga explicació del que consideraven tasques imprescindibles en el procés d'avaluació d'una nova exposició: considerar els objectius de l'exposició en temes de fàcil identificació, reconèixer les característiques del grup al qual el museu es vol dirigir perquè aprengui, analitzar la tasca educativa o el missatge que vol donar l'exposició, dissenyar els materials didàctics adequats al missatge que vol transmetre l'exposició, fer servir un grup de visitants exemple per veure si funciona el disseny de la exposició i finalment, modificar i fer en funció dels resultats (Belcher, 1991, 63).

En aquest mateix període, un treball dirigit per l'investigador Taylor de la University of California a l'Exposició Universal de Seattle posà de manifest l'ús combinat de dues tècniques d'anàlisi: una primera basada amb el seguiment del comportament dels visitants a l'interior de l'Exposició i una segona centrada amb l'entrevista un cop finalitzada la visita. Taylor va fer més de 9.000 entrevistes després d'haver resseguit el recorregut dels visitants mitjançant l'observació a l'interior de les sales del pavelló de les ciències del govern Americà a l'exposició Universal de Seattle: "*Science and display*" duta a terme el 1962. L'estudi resultant i publicat un any més tard es centrava en el nivell de retenció d'informació del visitant per una banda, i el recorregut que aquest feia al desenvolupar-se per la sala (Pérez Santos, 2000, 27).

A finals dels 60, la parella d'investigadors Shettel i Screven agafaren el relleu a Robinson i Melton en el camp dels estudis de visitants dels museus. Segons Pérez Santos (2000, 32), aquests dos investigadors revolucionaren el panorama d'estudis de públic al centrar-se en l'anàlisi metodològic i teòric de la transmissió del missatge expositiu. Aquesta nova visió científica fa que al llarg dels anys 60, però sobretot a partir dels anys 70, els estudis de visitants es dediquessin amb més força a identificar els efectes de l'aprenentatge i el comportament, més que recollir simples valoracions dels visitants (Castellanos, 2008, 155).

En el panorama europeu, un estudi de públic trencà fronteres administratives. Pels volts del 1962-1966 Pierre Bourdieu i Alain Darbel (en col·laboració amb Dominique Schnapper) van dirigir una sèrie d'estudis de visitants que es publicarien tres anys més tard amb el títol *L'amour de l'art: les musées d'art européens et leur public*. Aquesta publicació va ser feta a

partir de milers d'enquestes, entrevistes i observacions de visitants aplicades en cinc països europeus (Espanya, Grècia, Itàlia, Països Baixos i Polònia), ja que intentà trobar resposta al perquè del gaudi universal de la pràctica cultural d'assistir als museus. En el cas espanyol, els museus que hi van col·laborar van ser el museu del Prado de Madrid i els museus Picasso, del Poble Espanyol i el museu d'Art Modern de Barcelona. Aquest estudi va servir perquè molts països s'animessin a realitzar aquest tipus d'estudis en els museus, i treballessin de primera mà amb experts sociòlegs i especialistes en aquest camp. En el cas espanyol, com ja veurem més endavant, aquest estudi va ser fonamental perquè diferents museus efectuassin estudis de visitants (Bourdieu i Darbel, 1966).

A finals del 1970, la parella d'investigadors formada per Robert Wolf i Barbara Tymitz, per encàrrec de la Smithsonian Institution, va dur a terme una sèrie d'estudis basats amb la tècnica de l'observació natural per tal de determinar el perfil del visitant. En lloc de centrar-se en un aspecte en concret del comportament del visitant, es centraven en el seu comportament com a membre d'una societat, des que entrava fins que sortia del museu, és a dir, es considerava de total rellevància aquelles pautes de comportament que no estaven implícites en l'observació de peces: la interacció social amb els diferents membres del grup, comentaris o experiències personals, reaccions físiques amb relació o sense amb l'exposició... De manera similar, en un altre estudi dut a terme en una exposició del National Museum of Natural History de Washington D.C., Wolf i Tymitz (1978) concebien l'espai com un ens complet generador d'estímuls al visitant; el concepte temporal o espacial quedava supeditat doncs, a conceptes o experiències que incloïen aspectes tant socials i personals com físics. Per aquest motiu, a les seves conclusions, van desglossar el tipus de visitant de l'exposició en: el viatger, el nòmada, el de la cafeteria i el V.I.P. (Wolf i Tymitz, 1978, 12).

A continuació va aparèixer una investigació que destacà respecte les altres per la voluntat d'establir diferències entre el comportament d'una família i el comportament d'un grup d'adults a l'interior d'un museu. L'any 1975, Robert Lakota va fer un estudi al National Museum of Natural History de Washington D.C observant i analitzant sobretot el comportament de les famílies al llarg de totes les sales del museu. Una de les conclusions d'aquest estudi va ser que normalment els pares són els individus que seleccionen quina sala es visita, depenent de la familiaritat existent amb el tema que es tracta, i els nens són els que determinen el nivell d'interacció. Un cop triada la sala, les famílies solen estar-hi una estona i després canvien, amb poca diferència de temps entre el que s'estan en una i l'altra.

Relacionat amb el públic infantil i familiar, al 1978, un altre estudi dut a terme per la investigadora Judy Diamond al Lawrence Hall of Science de Berkeley i el Exploratorium de San Francisco, va posar de manifest a través de l'observació directa el grau d'influència dels nens en el moment de decidir què veure en una visita familiar. Aquest estudi també va demostrar que moltes famílies no llegeixen les explicacions abans de remenar o interactuar. Els nens, en el context de les famílies, proven d'entendre a partir de la manipulació i l'error, tot discutint en família, els errors comesos. Només llegeixen les instruccions si després de manipular i discutir no han entès allò que l'exposició vol transmetre. Diamond també va diferenciar entre la forma d'actuar dels pares i la dels fills a les sales d'un museu (Falk i Dierking, 1992, 41). En aquest mateix any, John J. Khoran, Jr., a partir de diferents estudis fets en aquesta mateixa línia, argumentà que els pares solen llegir textos i mirar gràfics. En canvi, els nens solen manipular. Els adults consideren que els nens, al no estar tan familiaritzats amb el no tocar, estan més predisposats a fer-ho en un primer moment. En canvi els adults, s'ho han de pensar dos cops (Falk i Dierking, 1992, 42).

Després dels primers contactes amb les corrents estrangeres sobre estudis de visitants, a finals dels anys 70, a Espanya es creà el primer equip d'investigació d'estudis de públic al Museo Nacional de Ciencias Naturales de Madrid. García Blanco, experta amb temes relacionats amb la didàctica i l'educació no formal al Museo Arqueológico Nacional de Madrid, fou la responsable de dirigir-ne el departament (Pérez Santos, 2000, 28).

Judy Diamond, conjuntament amb d'altres investigadors, va dur a terme al 1980 un estudi en què observaven el comportament de les famílies en museus de ciència (Diamond *et al.*, 1980). El treball de camp es va fer al Science Museum de Berkeley, California (EUA). L'aspecte innovador d'aquest estudi va ser el de no analitzar el comportament en una determinada sala sinó fer-ho en tot el museu, des de que la família entra fins que surt i anotar qualsevol pauta de comportament, fins i tot, aquelles considerades d'interacció social. El resultat va ser sorprenent: la mitjana del temps que destina una família a visitar un museu de ciència és de 2 hores però tan sols una quarta part o la meitat del temps el destinen a visitar el museu. La resta de temps el reparteixen entre la botiga, els lavabos, trobant i buscant les sales, menjant...

Uns anys després, Hilke i Balling feren un estudi basat en l'aprenentatge i comportament de les famílies que es convertí en un dels més importants que s'han fet en aquest àmbit dels estudis de públic. Aquesta parella d'investigadors, havien de descriure quin era el comportament de les famílies que visitaven un museu, però havien de diferenciar entre diferents formes

expositives i la seva relació amb la família visitant. A través de l'observació de diferents famílies al Museum of Natural History de la Smithsonian Institution de Washington D.C., van poder demostrar a les seves conclusions la diferència existent entre la interacció de la família amb els diferents tipus d'exposicions, per exemple, amb els muntatges expositius estàtics (aquells que només es basen en la lectura i l'observació d'imatges) i els més dinàmics (amb pantalles i audiovisuals, manipulables i elements interactius) (Hilke i Balling, 1985).

Posteriorment, l'investigador Falk, i seguint la línia dels estudis de Higgins (Higgins, 1884), va categoritzar o definir les pautes de comportament dels visitants, aplicant conceptes provinents del món del màrqueting o del panorama empresarial. Concretament, va dibuixar el recorregut del visitant en plànols i va anotar el temps que aquests dedicaven a diferents museus de la Smithsonian Institution de Whashington D.C. (EUA). Al final de l'estudi, Falk utilitzà la metàfora dels compradors en centres comercials per definir els perfils dels visitants resultants de l'estudi: els compradors seriosos, els d'aparadors i els impulsius (Falk, 1982a, 12).

Poc més tard, relacionat amb l'educació formal i la no formal, a l'any 1984, Novack i Gowin, marcant un precedent en el món de la pedagogia i sociologia, van elaborar un estudi amb l'objectiu de conèixer com aprenen els nens quan visiten un museu i, sobretot, quin és el coneixement dels alumnes sobre un determinat objecte de l'exposició relacionat amb el currículum escolar. Per tal de realitzar l'estudi a la Ithaca City School District de New York i la Cornell University de Ithaca, NY, es va dissenyar una metodologia, denominada per Hein (1998, 122) com a "*Visual mean*". Tot i que l'estudi era molt complex i ambiciós (el projecte en general s'anomenava "*Learning How to Learn*"), un dels objectius del projecte era el de conèixer de quina forma aprenen els nois i noies a través d'objectes exposats en museus i que estan relacionats amb les matèries obligatòries de l'escola. Per dur-ho a terme van proporcionar als nois i noies una sèrie de mapes conceptuals. Davant els objectes dels museus, els alumnes havien de ser capaços de trobar relació entre allò que veien i aquells conceptes curriculars ja explicats al centre d'ensenyament. A través del mapa conceptual, els alumnes organitzaven i jerarquitzaven els seus conceptes representant-los de forma visual. Mitjançant dibuixos fets a mode de descripcions visuals, havien de ser capaços de crear connexions conceptuals i més tard, els mateixos mestres havien d'extreure conclusions sobre el grau d'aprenentatge dels nois. Sobretot, a través d'aquest estudi es van adonar que aquests mapes ajudaven a especificar les relacions necessàries per a la comprensió de la matèria (Novack i Gowin, 1984).

A Espanya, els primers estudis de públic de museus, com els que estem tractant en aquest capítol, es fan sobretot als anys 80. En aquest període hi trobem els estudis de Blanco, Sanz i Medina al 1983 i Verde al 1983 (Pérez Santos, 2000, 38). El punt de partida de la majoria d'aquests estudis rau en els avenços fets a nivell europeu per la parella d'investigadors Alain Darbel i Pierre Bourdieu, que pels volts dels anys 60 (l'estudi anteriorment citat de Bourdieu i Darbel (1966)), els va portar a treballar a Espanya i col·laborar estretament amb personal del museu del Prado de Madrid, del museu Picasso de Barcelona, del museu del Poble Espanyol de Barcelona i del Museu d'Art Modern de Barcelona (Bourdieu i Darbel, 1966).

Continuant en el món anglosaxó, destaca entre diversos projectes el dut a terme per investigadors que treballen en el camp del comportament del visitant. Entre els més destacats hi trobem el de Lucas, McManus i Thomas (1986). Aplicant la metodologia de "*museum objects as prompts*" (Hein, 1998), varen realitzar un estudi a partir de les converses dels visitants davant determinades peces d'un museu. Varen col·locar micròfons amagats en vitrines del Museum of Natural History de Londres i varen enregistrar totes les converses. Després, a partir d'un esquema de codis, varen distribuir i analitzar les diferents converses i comentaris convertint aquest en un estudi pilot. El resultat obtingut assenyalava sobretot la gran càrrega d'interacció social i de grup que portava implícita la mera observació de les peces (Lucas, McManus i Thomas, 1986).

En un altre museu de ciències naturals americà, al *National* Museum of Natural History de la Smithsonian Institution, Hilke al 1988 va crear una metodologia basada amb l'observació del visitant amb connotacions específiques relacionades amb la causa-efecte. El que féu Hilke va ser que en lloc de fixar-se amb el temps que els visitants s'estan en un lloc, mirava quan canviava la seva actitud i quin era l'agent que causava aquest canvi. Hilke va classificar el públic segons l'agent o membre de la família que comença l'acció, va fer una descripció del fet usant un conjunt de codis predeterminats, comentà el tema de l'acció i finalment, reflexionà sobre el contingut social de l'acció (Hilke, 1988)

Basant-se amb una altra tècnica de recerca mitjançant entrevistes amb opcions senzilles de resposta (Hein, 1998, 127), al 1988 Feher i Rice varen dur a terme entrevistes a nens que visitaven una exposició sobre la llum i ombres sense trobar-se dins el recorregut d'una visita guiada. Els nens escollien les peces que més els hi cridaven l'atenció i després l'entrevistador se'ls acostava i els feia un seguit de preguntes. A través de les preguntes, el que es volia aconseguir era que els nens fossin capaços de fer una descripció del que veien i, al mateix



temps, fessin una predicció del que passaria si la peça observada fos manipulable (Feher, 1990, 37).

En la mateixa línia dels *traditional tracking and timing* (Hein, 1998, 108), i amb el mateix objectiu que els estudis de Higgins (1884) i Falk (1982a), dos investigadors europeus, els francesos Lavasseur i Veron l'any 1989 van classificar els visitants de l'exposició: "*L'espace, le corp et le sens*", al museu Pompidou de Paris. La classificació va consistir en definir el públic en: els formigues, les papallones, els peixos i els saltamartins, segons les diferents pautes de comportament que mostraven al visitar les diferents vitrines i espais de l'exposició (Lavasseur i Veron, 1989).

Com a eix central del nostre estudi i basant-nos sobretot en aquells estudis de comportament que aporten dades a la relació nen-museu, cal destacar l'aportació feta per la investigadora britànica McManus. Al 1989 i els anys següents, McManus realitzà diversos estudis sobre famílies que visiten museus i exposicions d'història natural al Regne Unit. El seu mètode de treball (fonamentalment, a partir de la triangulació de diferents metodologies) estava basat en la recerca del procés de comunicació entre els diferents membres de la família i no tant sobre les percepcions dels diferents dispositius de les exposicions. McManus treballà sobre el missatge de l'exposició a través dels diferents objectes comunicatius i feu un anàlisi específic de cadascun d'ells. McManus es centrà sobretot en la recerca dels mitjans textuals i multimèdia, però sobretot en els elements de la exposició que comuniquen idees i/o experiències al visitant. Molts dels seus treballs de camp segueixen un procediment molt complet a l'hora d'extreure'n conclusions: en primer lloc, observació del comportament del visitant i enregistrament de les seves converses; en segon lloc, tracte amb el visitant i realització de preguntes i finalment, anàlisi del llibre de visites i opinions del museu. Gràcies a les transcripcions fetes de les converses de les famílies, s'ha demostrat com les famílies utilitzen els museus per fer broma entre ells, parlar del que dinaran i compraran objectes a la botiga del museu, etc.. Les converses enregistrades són personals i íntimes, però al mateix temps, relacionades o creades a partir de la meditació dels panells de la exposició. Aquests estudis han evidenciat que, tot i que quasi totes les famílies parlen del tema de la exposició/sala on es troben, no presten atenció als textos dels panells. En el cas del públic familiar, no els hi presten atenció en la seva totalitat perquè els membres de la família prefereixen mantenir i gaudir de les relacions socials amb els companys de grup i no llegir en solitari. També en aquest estudi es va fixar com les famílies actuen segons les pautes de comportament dels altres. Si un membre del grup o d'una altra família toca un panell, els altres

sense saber massa perquè també ho fan. Com a conclusió, el que demostren la gran majoria dels seus estudis fets en públic familiar i duts a terme en aquells anys, és que el museu proporciona un espai per a la interacció social, aspecte de màxima rellevància per una família, en el moment d'escollir un museu (McManus, 1989).

Finalment, i en relació al plantejament metodològic del nostre treball, a cavall de l'any 1989 i 1990, l'investigador Klein de la University of Karlsruhe, Alemanya, va dur a terme un estudi a 40 museus alemanys. Tot i que la tècnica emprada en l'estudi consistia en fer entrevistes als visitants abans d'entrar a l'interior dels museus, destaca aquest estudi per la voluntat de ser generalitzador, és a dir, abastava museus de diferents temàtiques. El període de recollida de dades es va dividir de forma aleatòria en tres períodes diferents al llarg d'un any, i al llarg de tres anys consecutius. Els museus seleccionats eren de temàtiques diferents, tant d'art, història i tecnologia. 36 dels 40 museus eren de Nordrhein – Westfalen i els 4 restants eren de Berlin. Amb aquest estudi es volia saber quin era el perfil del visitant dels museus i establir també, quins d'aquests museus eren més freqüentats per la mateixa tipologia de públic: públic individual, públic familiar, grups organitzats... El resultat obtingut de l'estudi mostrava per exemple, que els museus de ciència i tecnologia eren els museus on els visitants no eren repetidors (o com els anomenen a l'estudi, no eren visitants freqüents, ja que havien visitat el museu menys de 4 cops a l'any). A més, una dada important d'aquest estudi va ser que la majoria de visitants d'aquest tipus de museu, no eren experts, i que per tant, assistien al museu per obtenir nous coneixements (Klein, 1990). Tres anys més tard, el mateix investigador va dur a terme un estudi destinat a analitzar i avaluar l'efectivitat del disseny expositiu en tres sales d'exposicions temporals de tres diferents museus alemanys (Klein, 1993). En aquest estudi, Klein va desenvolupar diferents models de recorregut que fa el visitant en una exposició, tal i com havien desenvolupat anteriorment Wolf i Tymitz (1978), Lavasseur i Veron (1989) o Bickenell i Mann (1993).

A finals dels anys 80 i principis dels 90, l'administració pública espanyola finança el primer projecte d'investigació destinat a l'anàlisi del públic en els museus. Muñoz, del Museo Nacional de Ciencias Naturales, amb la col·laboració de la Universitat Complutense de Madrid, va dur a terme un estudi de públic al mateix museu. Aquest projecte motivà la creació al Museo Nacional de Ciencias Naturales, del primer departament d'avaluació i estudis de visitants en un museu espanyol, dirigit per Carme Prats. Prats fou la responsable d'un estudi de públic realitzat amb metodologia científica a Espanya, basat en l'exposició "Ecologia" del Museu de Zoologia de Barcelona, presentat com a tesi doctoral *"Anàlisi de l'impacte d'una exposició*

*d'ecologia i estudi experimental del seu efecte en l'adquisició de coneixements*" (Prats, 1989b). Prats avaluà l'impacte d'una exposició itinerant a partir de les opinions, pautes de comportament i càlcul de l'efecte educatiu per àmbits i pel global de l'exposició (Prats, 1989a). La tècnica emprada fou l'observació directa del públic individual, juntament amb l'elaboració d'entrevistes i enquestes als assistents de l'exposició itinerant. Prats va establir en aquest estudi el càlcul de l'entropia per tal de mesurar la forma en què el visitant reparteix el seu temps durant la visita.

Molts dels estudis britànics apareguts als anys 90 vénen motivats per les limitacions financeres de les institucions museístiques degut a la recessió econòmica del canvi de dècada i per l'augment considerable de nous museus. Davant aquests obstacles, els estudis de visitants es van convertir en el mitjà d'avaluació més emprat per tal de millorar els discursos expositius coordinats amb menys pressupost i així justificar l'ús de fons públics per a la seva gestió (McManus i Miles, 1993, 27).

A la capital britànica i en la mateixa línia dels estudis de McManus que acabem d'esmentar, Blud, l'any 1990, amb les mateixes tècniques de Hilke (1988, 35), va fer un estudi sobre el comportament de les famílies amb nens d'entre 9 i 12 anys al Science Museum de Londres. Blud agafà com a base del seu estudi a 50 famílies que visitaven tres sales determinades del museu (una d'interactiva, una d'estàtica o tradicional i una amb elements expositius que s'activaven quan es premien una sèrie de botons) per observar el comportament entre ells. Blud va crear prèviament una pauta de símbols per categoritzar les diferents opcions de relacions entre uns i altres, és a dir, qui parla amb qui, quina és la reacció i quin el resultat (Blud, 1990b). A través d'aquest estudi d'observació del comportament dels pares i els seus fills respecte les diferents formes museogràfiques de transmetre coneixement, Blud va poder entendre i definir la funció de cadascuna de les tres exposicions. La interactiva invitava a l'experimentació (poden participar entre ells). La de botons potencïà l'observació ja que ells no podien controlar l'exposició en cap sentit, i només un membre de la família podia remenar botons i fer moure coses i la resta es limitava a observar. Finalment la tradicional o estàtica, en què es pot mirar però poc s'aprèn de com funciona ja que es estàtica (Blud, 1990b, 263)

La conclusió a la qual s'arribà amb aquest estudi fou que depenent de la metodologia emprada en el discurs expositiu d'un museu, la interacció familiar pot crear diferents contextos socials i pot tenir una gran influència amb el grau d'efectivitat que l'exposició pretén estimular (Blud, 1990b, 263). Així, Blud considerà que els dissenyadors han de tenir molt clar que han de crear el millor context social per tal que la interacció entre visitants s'estimuli. Sobretot, però, els

dissenyadors han de ser capaços de considerar primordial la interacció amb l'exposició en relació a l'aprenentatge i també el fet de potenciar la interacció dels diferents membres del grup familiar visitant (Blud, 1990b, 264).

Seguint amb els antecedents d'anàlisi qualitatiu de la visita a museus, no podem deixar de mencionar el següent estudi. L'any 1990 Csikszentmihalyi va desenvolupar una tècnica per tal d'avaluar el grau d'emoció del visitant, és a dir, el grau d'experiència estètica que aquest té en un museu. Segons Hein (1998), aquesta tècnica emprada, tot i ser a través de l'observació directa "*tracking and timing*", es basa en fer un mostreig sobre les experiències i emocions del visitant. A diferents museus de la ciutat de N.Y., Csikszentmihalyi va proporcionar als visitants un instrument electrònic que servia per enregistrar, ja fos oral o escrit, tot allò que el visitant pensava però, sobretot, sentia. D'aquesta forma i a partir del buidatge, Csikszentmihalyi va poder avaluar la qualitat de l'experiència subjectiva de la visita (Csikszentmihalyi, 1990).

En el panorama europeu, el mateix any que Csikszentmihalyi innovava en els estudis de visitants de museu, a França es creà a l'any 1991 l'Observatoire Permanent des Publics (OPP) amb l'objectiu d'elaborar estudis de públic per tots els equipaments museístics del país. D'aquest observatori en destaquen estudis com els duts a terme per Lehalle i Mironer el 1993 o Mironer el 1996 i el 2000 (Pérez Santos, 2008, 2). Anterior als anys 80 França no destacava en iniciatives d'aquest tipus però la importància que les autoritats van donar a la difusió de la cultura i a la renovació de molts museus, va propiciar que grans institucions com el Museu Pompidou i la Cité des sciences et de l'industrie creessin departaments dedicats a l'estudi i avaluació del visitant. La funció de l'Observatoire Permanent des Publics, era la de fer un dia a l'any, enquestes a visitants dels museus francesos. L'objectiu d'aquesta inciativa fou la de conèixer l'estat dels museus del país i, sobretot, poder donar un caràcter de continuïtat analítica i tenir suficient coneixement per comparar estratègies museogràfiques diferents. Els temes que es solien treballar en els qüestionaris eren: motiu de la visita, valoració sobre les diferents parts visitades, expectatives i nivell de satisfacció, voluntat de repetir i origen geogràfic del visitant (Gottesdiener, Mironer, Davallon, 1993, 15). Hem volgut destacar aquesta iniciativa perquè el projecte presentat esdevé una acció conjunta en diferents museus de diferent temàtica i amb una situació geogràfica en comú, similarment al cas que aquí tractem.

Alemanya és un dels països europeus que adoptaren tècniques d'anàlisi de públic ja elaborades i desenvolupades en països com EUA o el Regne Unit. Tot i que com hem vist abans, als anys 80 J. Klein, aportà estudis de comportament de visitants en museus,

exposicions i altres centres culturals, gran part dels estudis de visitants alemanys dels anys 90, s'iniciaren a partir d'institucions oficials com instituts universitaris, departaments d'humanitats de les universitats, associacions de museus o directament els grans museus (Pérez Santos, 2000, 35). A continuació, exposarem un exemple d'estudi de públic fet en museus alemanys als anys 90 i que va aportar noves dades en relació als efectuats fins el moment. Heinze, ajudant en el departament d'estudis sobre visitants del Institut für Museumskunde de Berlín va voler aplicar el mètode d'anàlisi quantitatiu que s'estava portant fora d'Europa, en quatre museus alemanys: dos d'administració tradicional i dos que seguien un criteri conceptual modern (els museus no són identificats pels seus autors a les publicacions corresponents). La finalitat del projecte consistia en estudiar l'evolució dels museus d'història local i la seva importància cultural en el moment actual. Amb la combinació d'estudis de caràcter quantitativ i qualitativ van dur a terme tot un seguit de qüestionaris, entrevistes al públic visitant i als treballadors del museu, preguntes semitancades i, finalment, observacions directes dels visitants dels quatre museus. Un cop recollides les dades, es van voler abordar tres camps d'acció. El primer va ser el de conèixer quines eren les limitacions político-culturals que condicionaven la feina dels museus; el segon, el de poder planificar un estudi sobre la planificació i execució d'exposicions i, en tercer lloc, el de conèixer el tipus de públic que assisteix a les exposicions especials dels museus d'història local. A nivell estatal, aquest estudi va significar un abans i un després pel que fa a l'avaluació creuada de quatre museus de museografia diferent però amb museologia semblant. També, aquest estudi va significar per Alemanya la creació d'unes pautes objectives a seguir sobre com ha de ser el treball, les tasques, les activitats i la possible eficàcia d'un museu d'història local (Heinze, 1993, 37).

Per altra banda, i paral·lelament a aquesta iniciativa, emprant com a instrument d'estudi les entrevistes personalitzades basades amb el concepte temporal (Hein, 1998), al igual que els estudis fets per Falk i Dierking, destaca el fet l'any 1991 per Stevenson al Regne Unit. L'objectiu de l'estudi es centrava bàsicament en famílies que visitaven una exposició interactiva al London Science Museum. Durant la visita a l'exposició, no es feia cap tipus d'anàlisi de comportament o d'interrelació entre els membres. L'estudi consistia en visitar les famílies a posteriori, és a dir, a casa seva sis mesos després i preguntar determinats aspectes de l'exposició visitada. Les conclusions a les que es va arribar va ser que les famílies estaven predisposades a parlar sobre la seva experiència al museu i que en el moment de les entrevistes, aquests generaven memòries i reflexions sobre la visita. Les experiències o memòries, apareixien de forma més fàcil a la ment de les famílies després de que l'investigador els hi ensenyés fotografies de peces o espais de l'exposició. Molts detalls o

aspectes que semblaven irrelevants per part dels dissenyadors i comissaris varen ser recordats per les famílies i, a més, varen esdevenir generadors de memòries entre els membres de la mateixa (Stevenson, 1991).

Als anys 90, el concepte “públic familiar” esdevingué eix central de molts dels estudis de visitants de museus. L’any 1992, Deborah Benton va aportar al panorama científic una investigació centrada amb l’observació directa del mecanisme d’interacció dels membres d’una família i la relació de cada un d’ells amb la resta de l’exposició. Els espais seleccionats pel treball de camp van ser tres museus (l’American Museum of Natural History, el Brooklyn Children’s Museum i el Metropolitan Museum of Art) i el Bronx Zoo de la ciutat de Nova York. La conclusió d’aquest estudi va determinar que la forma en què es lidera dins el nucli familiar la visita al museu, tendeix a influir en el temps que es dedica a cada una de les sales del museu. En aquelles famílies que els pares lideren el recorregut de la visita, aquests, solen estar-se menys estona a les sales amb museografia més acadèmiques o tradicional, i més temps on la museografia està pensada per la interacció amb el visitant (Falk i Dierking, 1992, 44).

Sovint molts dels estudis de visitants, apliquen tècniques que formen part d’altres tipologies d’estudis provenint de diferents camps científics. La innovació i la recerca de nous instruments d’anàlisi esdevé un repte per a molts investigadors que indaguen en la recerca del comportament de l’individu. Un exemple és l’estudi realitzat per Korn l’any 1992. Mitjançant la psicologia cognitiva, Korn va voler saber quina era l’opinió dels visitants en una galeria d’art. Volia fugir de les clàssiques enquestes de valoració i volia aportar un nou punt de vista al estudis de visitants denominats “*protocol analysis*” (Hein, 1998). Aquesta tipologia d’estudis aplica una tècnica que permet saber què pensa el visitant quan es responen dubtes a l’observar un objecte, per exemple: “pensa en veu alta...”. Més que un estudi de comportament físic, seria un estudi de comportament mental. Per aquest motiu, Korn va proporcionar una gravadora a un gran nombre de visitants perquè enregistressin les seves impressions al observar una determinada peça: *“I would like for you to spend as much time with (this painting) as you like. Here is a tape recorder. I would like for you to speak into it and say what you are thinking about when you look at this painting. You can talk about anything*

*that comes into your mind. There are not right or wrong things to say – we just want to know what our visitors think about when they look at it”.* (Korn, 1992, 182)<sup>15</sup>

Altres investigadors com Anderson i Roe (1993), també van explorar en aquesta mateixa línia. La metodologia emprada, tot i basar-se amb els mateixos conceptes, comptava amb diferents materials. Com a complement de les enquestes que feien als visitants al Museum of Science and Industry de Chicago, van proporcionar a cada un d’ells, una càmera instantània. L’objectiu era que el públic fotografiés el que els hi era més atractiu de l’exposició. Les fotografies realitzades, però, no servien únicament com a font d’anàlisi per si mateixes sinó que servien al visitant com a estimulator de la memòria i de la verbalització: *“In the researcher’s experience, a person – not wanting to be perceived as giving a wrong answer – will often try to tell the interviewed what the person thinks the interviewer wants to hear. But by taking their own pictures, visitors seemed to gain a sense of ownership and take control of the process. Even when looking at photographs taken by other visitors, subjects responded in greater detail and depth than would be expected in interview situations sans photographs.”* (Anderson i Roe, 1993, 41)

De finals dels 80 a principis dels 90 es publiquen a Espanya estudis relacionats amb la freqüència de visita i ritme del visitant als museus. Uns exemples en són els treballs de García Blanco i Sanz el 1984, el d’Arias i Sánchez el 1991 (Pérez Santos, 2000, 38) i el d’Alcalde (1993). Però a partir dels anys 90, molts equips d’investigadors, amb formació en diferents camps de les ciències humanes, desenvolupen estudis focalitzats en aspectes concrets del comportament de l’individu a l’interior d’un centre museístic. Un estudi d’aquestes característiques és el fet a partir de l’exposició temporal “Señas de identidad” el juliol del 1991 al Museo Nacional de Ciencias Naturales de Madrid. Amb una base mostral de 60 individus (29 dones i 31 homes) es va agafar com a referència el temps que els visitants dedicaren a visitar l’exposició. Per això, a partir de l’observació directa es va calcular el temps d’entrada i el de sortida del visitant. I un cop aquest finalitzava la visita, responia les preguntes d’un qüestionari específic que l’investigador havia dissenyat per a l’estudi (Prats, Pérez Santos i Muñoz, 1993).

Una tesi que continuà els estudis de visitants a Espanya, fou la tesi doctoral de García Blanco: “La exposición, un medio de comunicación” (Blanco, 1994), en què defensa la necessitat d’escoltar el públic i reclamar la voluntat de conèixer l’opinió dels diferents perfils de població per tal de millorar la comunicació expositiva. Quatre anys després, Eloísa Pérez Santos, realitza

---

<sup>15</sup> Aquesta metodologia encara avui dia es porta a terme de forma permanent al Brooklyn Museum, N.Y. Quan el visitant adquireix l’audioguia, té l’opció d’enregistrar, com si fos una gravadora, els propis pensaments i impressions a mesura que contemples la col·lecció del museu.

un anàlisi exhaustiu en “La evaluación psicológica en museos y exposiciones: fundamentación teórica y utilidad de los Estudios de Visitantes” (Pérez Santos, 1998) en què teoritza sobre el procediment en els estudis de visitants. En aquesta tesi doctoral, es va fer un recull dels estudis que s’estaven realitzant i es va teoritzar sobre com fer estudis de visitants als museus per tal d’aportar dades tant quantitatives com qualitatives dels seus visitants. A més, és també quan s’introdueix a Espanya les línies de treball d’Screven (1990), parlant de les tècniques d’avaluació, de la qualitat dels avaluadors i de quin hauria de ser el moment idoni per fer els estudis de públic: (abans, durant i després), introduint així els diferents moments de l’avaluació.

També, a l’any 1992 la Generalitat de Catalunya edità una publicació en forma de manual que havia de permetre als gestors de patrimoni tenir les eines bàsiques per fer estudis de públic i d’avaluació. L’encarregada d’elaborar-lo va ser Maria Ribas (Ribas, 1992).

A part dels estudis realitzats a partir de l’observació del comportament del visitant, diversos investigadors han apostat per un sistema avaluador final per conèixer el grau de satisfacció del visitant. Pel que fa a les avaluacions un cop finalitzada la visita o activitat, Bicknell i Mazda (1993) van dissenyar un tipus de qüestionari sorprenent. Van proporcionar al públic assistent a les representacions teatrals del London Science Museum (UK) un seguit d’enquestes avaluadores, on la originalitat de la metodologia consistí en restar importància al llenguatge textual i motivar a l’espectador a desenvolupar-se a través del llenguatge simbòlic<sup>16</sup>. Van proporcionar uns fulls amb uns dibuixos on diferents personatges tenien un globus de text buit. Es demanava al públic que omplís el text dels globus dels personatges amb el que volguessin. El resultat va ser força engrescador, ja que el públic assistent va mostrar més predisposició a deixar constància de les seves valoracions de forma simbòlica que a les clàssiques fulles de valoració basades només amb el text (Bicknell i Mazda 1993, 45).

Aquell mateix any, McManus també va dur a terme un procés d’avaluació posterior a la visita al Birmingham Museum and Art Gallery (UK). A l’igual que els seus companys Stevenson i la parella Falk i Dierking, uns mesos després de la visita al museu, McManus es va posar en contacte amb els visitants i els va demanar que escrivissin les seves memòries o records d’una determinada sala en concret. Tot i la baixa participació, la sorpresa va ser que els visitants recordaven amb força detall allò que es trobava a la sala (McManus 1993, 371).

---

16 Aquí, llenguatge simbòlic es referix a l’ús de símbols, icones o dibuixos.



Un altre treball molt interessat pels estudis de comportament de les famílies a l'interior dels museus és el realitzat per Dierking. L'any 1994 va encapçalar diferents projectes amb col·laboradors de la talla de Holland (Dierking i Holland, 1994) i Falk (Dierking i Falk, 1994). L'objectiu de molts d'aquests projectes seguia essent el comportament de les famílies i el grau d'interacció entre elles durant l'observació d'elements museístics. El museu seleccionat per a l'estudi va ser el Museum of Natural History de Washington D.C. (EUA). La metodologia però, va variar segons l'estudi. Dierking i Holland (1994) van anotar les preguntes que es feien els visitants quan aquests manipulaven un interactiu d'una exposició. Paral·lelament, anotaven i després analitzaven les converses entre el públic i l'educador. En els museus d'història natural americans, l'educador es troba sovint a les sales dels museus amb un carro educatiu ple de rèpliques d'objectes exposats i invita al visitant a interactuar, manipular i conversar al voltant de l'objecte (Dierking i Holland, 1994). En el cas de l'estudi fet amb Falk (Dierking i Falk, 1994), van observar el recorregut dels visitants d'una determinada sala, els van fer un seguit de preguntes al finalitzar la visita i després, unes setmanes més tard, van realitzar una trucada telefònica a casa seva per comentar aspectes de l'exposició que els havien agradat o altres que havien obviat. Les conclusions d'ambdós estudis es centraven sobretot amb els records, la memòria i l'aspecte social de l'aprenentatge.

Un estudi destinat a la millora de l'espai expositiu d'un museu, va ser el realitzat per Lachapelle, el qual va aplicar la combinació de diferents metodologies basades en l'observació. Al Herbert Art Gallery and Museum de Coventry (UK), a l'any 1994, Lachapelle va proporcionar als visitants una càmera de vídeo perquè gravessin tota la visita i perquè hi anotessin verbalment els seus comentaris. Un any més tard, al mateix museu, en lloc de donar les càmeres als visitants, es varen utilitzar les mateixes càmeres fixes de seguretat repartides per les sales del museu. D'aquesta forma, després d'examinar el comportament dels visitants a través de les càmeres es va poder rectificar aspectes que no funcionaven de la exposició (Lachapelle, 1994, 110).

Una tècnica d'estudi molt pedagògica i adreçada al públic infantil, és la que va emprar l'investigador francès Jack Guichard l'any 1995. Per tal d'avaluar el que aprenen els nens d'edats compreses entre 6 i 8 anys en una exposició de ciències naturals, Guichard (1995a, 243) en finalitzar la visita al museu Musée National d'Histoire Naturelle de París, proporcionava una targeta amb la silueta del cos humà. Demanava als visitants, tant adults com nens, que a dins de la silueta hi dibuixessin l'esquelet humà. La sorpresa resultant en l'observar els dibuixos entregats va ser que molts nens dibuixaven a l'interior de la silueta un

grup d'ossos, sense connexió ni relació entre si. Altres, dibuixaven una cama o un braç amb un únic ós. Només una molt petita part dels dibuixants representava l'esquelet humà amb força semblança a la realitat. Quan aquests nens rebien la lliçó d'anatomia a l'aula, quasi tots van ser capaços de dibuixar l'esquelet humà correctament. Sis mesos després de la visita a la exposició, quan a classe ja es treballava un altre tema, es va tornar a demanar que dibuixessin l'esquelet. Només aquells que havien visitat l'exposició van ser capaços de recordar detalls que la resta de companys no van poder. A mode de conclusió, l'estudi aportava gràficament les dades necessàries per considerar que les exposicions serveixen perquè els nens puguin retenir informació a llarg termini (Guichard, 1995b).

Per altra banda, un estudi basat en la tècnica de l'observació amb l'ús d'eines visuals i auditives, molt semblant al realitzat per Gilman (1916) i Lachapelle (1994) i també emprat per altres investigadors com Loomis (1996) i Morrissey (1991) és el que es va dur a terme l'any 1995 al Museum of Natural History de Nova York. Borun, Chambers i Cleghorn (1996) van fer un estudi dirigit a famílies en el que la tècnica de treball consistia en l'observació a l'interior de les sales del museu. Però l'observació d'unes 200 famílies es va desenvolupar sense la presència física d'un investigador situat a l'interior de les sales. Van utilitzar imatges dels seus moviments enregistrades per càmeres de vídeo i a través de micròfons varen registrar les seves converses. Després de la visita es va fer una enquesta de tipus demogràfic a cada família visitant. L'objectiu d'aquest estudi va ser el de conèixer el grau d'interacció verbal i no verbal entre els diferents membres de les famílies i conèixer també la relació existent entre família visitant i museu. Amb la intenció de fugir dels estudis descriptius de comportament es van voler centrar en aquests cinc objectius: què caracteritza una família tipus, per què les famílies visiten el museu, com es comporten les famílies, com aprenen les famílies als museus i com es pot mesurar el seu aprenentatge (Borun, Chambers i Cleghorn, 1996).

La tasca duta a terme durant la segona meitat dels anys 90 als museus de l'estat espanyol, ha servit perquè molts museus apliquin mètodes científics alhora d'elaborar estudis de públic propis. Per aquest motiu a finals de segle, museus com el Teatre-Museu Dalí de Figueres o el Museu d'Història de la Ciutat de Barcelona han elaborat estudis de públic per saber característiques sociodemogràfiques dels seus visitants i millorar-ne així la gestió. També en aquests anys, la majoria dels estudis duts a terme per Carme Prats, Jordi Flos, Eloísa Pérez Santos i Àngela García Blanco s'han centrat en l'anàlisi sobre el disseny de les exposicions i el recorregut que segueix el públic quan realitza la visita. Molts d'aquests estudis també analitzen

la comprensió del text, la freqüència de visites que rep una determinada sala o exposició i la contribució d'aquesta en l'aprenentatge del visitant (Castellanos, 2008, 157).

L'any 1997, la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales del Ministerio de Educación y Cultura encarregà un estudi per determinar quin tipus de visitant tenen els museus espanyols gestionats per l'estat. Podríem considerar que aquest ha estat un dels projectes més complets duts a terme a Espanya al segle xx, pel que fa a les dimensions de la mostra. Els museus seleccionats per aquests estudi varen ser: el Museo Arqueológico Nacional, el Museu Nacional de Artes Decorativas, el Museo Cerralbo i el Museo Nacional de Antropología. Després d'entrevistar a 2.326 persones al llarg d'un any, la informació recollida permetia saber quins eren els hàbits de comportament del visitant, els motius, les expectatives, les formes d'accés, les dificultats de la visita, el comportament, la satisfacció, les preferències i les valoracions del visitant (García Blanco, Pérez Santos i Andonegui, 1999).

Aquell mateix any, Alcalde (1997) publicà els resultats d'un estudi de públic al Museu Comarcal de la Garrotxa iniciat el 1988 i finalitzat el 1995. Amb aquest estudi es pretenia conèixer el grau d'implantació social del Museu Comarcal de la Garrotxa en la població del territori on es troba (Alcalde, 1997, 15). La metodologia emprada va consistir en realitzar 500 enquestes als visitants del museu i, paral·lelament, realitzar 200 enquestes a domicilis escollits de forma aleatòria de la zona d'Olot. D'aquesta forma es va poder determinar les línies d'actuació per poder apropar el museu local al públic de la mateixa comunitat i sobretot, tenir un coneixement més objectiu de la percepció del museu que té, tant el públic real com el públic potencial.

Un altre estudi de visitants, però un dels més complets i ambiciosos fets mai al nostre país, ha estat el realitzat al Museu Marítim de Barcelona per Asensio, Gomis i Pol l'any 1999. L'objectiu principal de l'encàrrec va ser, sobretot, el de poder conèixer el que agrada i el que no al públic visitant i les expectatives que tenen respecte un museu que havia de sotmetre's a un llarg període d'obres. D'aquesta forma, els resultats de l'estudi es van poder aplicar al disseny d'un espai que servís d'alternativa temporal a l'espai permanent en obres, alhora que totes aquestes aportacions s'havien de poder aplicar a les futures sales permanents (Asensio, Poli Gomis, 2001a, 9). L'estudi consistí en la combinació de diferents metodologies, tant quantitatives com qualitatives mitjançant sis tipus diferents de tècniques de recollida de dades. S'observà el comportament de forma directa a les sales, es feren entrevistes prèvies i posteriors a la visita, es proporcionaren qüestionaris autoadministrats, es feren omplir qüestionaris a visitants potencials, es feren un determinat nombre d'entrevistes en

profunditat, reunions de grups de discussió i, finalment, el personal del museu omplí també uns qüestionaris. Els resultats obtinguts en aquest estudi serviren de molt a l'hora de prendre decisions en el moment de fer el nou disseny museogràfic de les sales. No obstant, en el camp dels estudis de públic, l'ús de la metodologia combinada i la diversitat tipològica de formes d'obtenir informació qualitativa sobre el museu va crear un precedent en el panorama espanyol.

Des de l'any 1995 i fins el 1998, sota la direcció de la Universidad Autónoma de Madrid i la Universidad Pontificia Comillas, es va elaborar el projecte "Público y Museos" on hi van participar també museus com: el Museo de Artes y Tradiciones Populares, el Museo Nacional de Escultura de Valladolid, el Museo Nacional de Arte Romano de Mérida, el Museo de Lugo, el Museo del Prado y el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia. L'objectiu de l'estudi consistí en estudiar i analitzar el comportament, la comprensió i les actituds del públic real i potencial dels museus. El treball d'investigació realitzat, consistia en l'encreuament de diverses tipologies d'avaluació: una prèvia, una formativa, una remedial i finalment una de sumativa (Bitgood, Serrell i Thompson, 1994). En una primera fase de l'estudi, es calculà a través de l'observació directa el temps que destina cada visitant a elaborar un determinat recorregut dins una sala. Una altra fase del projecte de caràcter experimental, consistí en avaluar els problemes de comprensió del missatge expositiu a través de diferents qüestionaris i tests proposats a visitants de diferents nivells socials. Una última fase denominada pels mateixos investigadors com a qualitativa, consistia en aconseguir saber quin és el tipus de públic potencial dels museus a través dels denominats "*focus groups*" o grups focals: petit grup de visitants que a través d'un interlocutor, parlen i dialoguen sobre el tema objecte d'estudi (Asensio i Pol, 1998).

A cavall entre el segle xx i xxi es publica un estudi britànic dirigit al públic familiar dels centres d'art. L'encàrrec fou de la institució Britànica Tate i el dugueren a terme Cox, Lamb i Orbach (2000). L'estudi elaborat entre els anys 1997 i 2000 és una avaluació qualitativa dels recursos educatius adreçats a públic familiar en tres centres Tate de Liverpool i Londres. La metodologia de treball consistí en realitzar 90 entrevistes, diverses observacions del comportament del visitant a l'interior de les sales d'art i diferents reunions amb voluntaris distribuïts en petits grups. Els objectius inicials a assolir amb aquest estudi foren dos. Per una banda, entendre com les activitats dels museus afecten a l'experiència de la visita de les famílies i el procés d'aprenentatge que aquestes experimenten davant les obres d'art. Per l'altra, entendre com les famílies funcionen com a unitat social a l'interior de les galeries d'art. Després de l'estudi,

Cox, Lamb i Orbach han pogut afirmar que les famílies prefereixen aprendre conceptes nous i participar d'activitats educatives que no tinguin massa a veure amb el que treballen a l'escola, tot i que per sobre de tot, valoren el poder participar del procés d'aprenentatge dels seus fills i aprendre al mateix temps que ells (Cox, Lamb i Orbach, 2000).

A Espanya, davant la baixa afluència de públic que havia registrat les darreres exposicions de la Obra Social de la Fundació "La Caixa" a Barcelona, aquesta entitat privada encarregà a Antoni Laporte un estudi de públic del Centre Cultural per conèixer el perfil sociodemogràfic de la seva audiència, i poder així, disposar de les seves opinions (Laporte, 2001, 236). El treball de camp de l'estudi durà aproximadament 3 anys, i consistí en utilitzar les dades estadístiques que es recollien als punts d'entrada del centre i creuar-les amb els resultats de l'observació del comportament del públic a l'entrada del centre i a l'interior de les sales d'exposició. A més, es realitzaren entrevistes de caràcter qualitatiu a un nombre reduït de visitants, deixant que aquestes parlessin lliurement sobre les motivacions que han influït en la decisió de visitar l'exposició, les expectatives... Finalment, Laporte i el seu equip realitzaren 2.482 entrevistes seguint un qüestionari estructurat. De l'informe final de l'estudi se'n poden extreure algunes dades com l'obtenció del cicle de vida de les exposicions temporals. D'aquesta forma es dissenyà un cronograma per distribuir eficaçment les campanyes de difusió de les exposicions i conèixer en quin moment, calia recordar als visitants potencials l'existència limitada d'una exposició. També es conegué el grau d'ús dels indicadors i senyalització, els textos de sala, els fulletons, els catàlegs, les audioguies, les visites guiades... i modificar recursos en funció de l'ús i la tipologia de públic del Centre Cultural (Laporte, 2001).

Mikel Asensio i Elena Pol, l'any 2003 publicaren a les actes del *II Congrés Internacional sobre Musealització de Jaciments Arqueològics*, un article en el que recollien els estudis de públic fets al Museu d'Història de la Ciutat de Barcelona durant els anys 2000 i 2001. En aquests estudis, es definia quin era el perfil del públic del museu, l'impacte, les opinions i les expectatives dels visitants del museu. Els mecanismes emprats foren els 1.429 qüestionaris autoadministrats, les 109 entrevistes finals, les 8 reunions de *focus group* amb un total de 75 persones, 51 entrevistes sobre expectatives, 65 entrevistes a públic potencial i, finalment, 164 observacions directes de visitants a les sales (Asensio i Pol, 2003, 316).

Al Canadà, a l'igual que als EUA i Anglaterra, l'interès per conèixer el tipus de visitant i el seu comportament esdevé també focus de molts dels estudis de visitants. Tot i que els primers estudis de públic fets al Canadà per P.S. Abbey i D.F. Cameron al Royal Ontario Museum daten entre els anys 1959 i 1961, l'aportació canadenca en els trenta anys successius a partir

d'aquests estudis, no s'ha considerat massa destacada (Williams i Rubenstein, 1993, 23). El que sí cal mencionar, és l'esforç per part de la comunitat museística de potenciar i millorar els estudis de públic. Per aquest motiu, a les universitats de Toronto, Montreal i Victoria s'ha inclòs aquesta disciplina com a assignatura obligatòria de la carrera de museologia. També s'han potenciat associacions d'investigació i s'han creat laboratoris internacionals per estudis de visitants (Williams i Rubenstein, 1993, 23). Un exemple d'aquesta dinàmica *in crescendo* és l'estudi que presentem a continuació. Aquest és el projecte iniciat l'any 2002, per D. Anderson de la University of British Columbia de Canadà i per K.B. Lucas i I.S. Ginns, del centre per matemàtics i educadors en ciència de la Queensland University of Technology d'Australia. L'estudi basat en tècniques d'anàlisi de tipus interpretatiu pren com a objectiu el conèixer si els alumnes aprenen o no en un museu de ciències, i analitzar quin és el procés d'aprenentatge de l'alumne en contextos no formals, és a dir, fora de l'escola. Per aquest motiu es seleccionaren 28 alumnes d'edats compreses entre 11 i 12 anys que van respondre tot un seguit d'enquestes i van omplir mapes conceptuals abans de la visita a diversos museus de ciències de Canadà i, en concret, als espais destinats a l'electricitat i el magnetisme. Després de la visita i després de la seva participació en activitats efectuades a classe però relacionades amb la seva visita al museu, se'ls va demanar que responguessin una enquesta. Del mateix grup d'alumnes inicial, es van anar descartant alguns dels individus per poder fer sessions amb grups més reduïts: primer amb 12 alumnes i finalment amb 3. El resultat de l'estudi apuntava que el marc teòric del constructivisme evidència la capacitat del nen de crear un fil conductor entre els coneixements previs de l'alumne, les experiències que aquest viu a les visites, les activitats posteriors i altres experiències paral·leles que poden construir una font de coneixement per a l'educació de l'infant (Anderson, Lucas i Ginns, 2003).

Aquest mateix any, la investigadora Kirsten M. Ellenbogen del King's College de London, du a terme una investigació que vol examinar aspectes de la vida quotidiana de les famílies que van sovint al museu o centres culturals de Londres. Els objectius principals de l'estudi es centren bàsicament en: conèixer com dissenyen les agendes les famílies, fer més visible el procés d'aprenentatge als museus i, finalment, teoritzar quin és el rol dels museus en la vida de les famílies (Ellenbogen, 2002). La metodologia de treball consistia en localitzar a quatre famílies que fossin visitants freqüents dels museus, és a dir, que al llarg d'un any, haguessin visitat més de 6 museus de diferents tipologies. De les quatre famílies, només dues acceptaren participar en el projecte, ja que aquest consistia en el seguiment per part de l'equip d'investigadors de les seves activitats de temps lliure i de les visites a l'interior dels museus durant 6 mesos. A més, s'enregistraren les converses dels membres de la família durant aquests 6 mesos, tant

abans de visitar un museu com durant i després. La incògnita principal que volia desenvolupar aquest estudi era, bàsicament, la de conèixer quins recursos juguen un rol determinant i quan la família escull una activitat on poder aprendre. Després dels sis mesos de seguiment del comportament de les famílies i de l'anàlisi de les converses generades entre ells, els investigadors han arribat a varies conclusions. Entre elles, que moltes famílies no assisteixen als museus per la competència d'oferta educativa que s'exerceix dins d'àmbits diversos, no només el museístic, i pel que implica el desplaçament. Per contra, assistir a aquest tipus d'activitats ajuda a crear identitat a les famílies. En canvi, però, les famílies solen utilitzar el museu i la seva oferta educativa d'una forma diferent a les intencions del museu: les famílies veuen el museu com un espai més d'educació i no com l'únic espai on es pot aprendre un tema en concret. Aquest estudi, a més, considera que les famílies veuen el museu com un espai adaptat a les necessitats curriculars de les escoles i a les necessitats educatives bàsiques dels diferents nivells escolars però que, per contra, el museu no aconsegueix ser atractiu pel que fa a l'educació lligada a l'oci (Ellenbogen, 2002, 101).

Un altre estudi de l'any 2003 per l'Institute for Learning Innovation, Annapolis (EUA), posa de manifest la interrelació entre l'escola, la família i el museu. Els responsables de l'estudi foren Luke, Bronnenkant i Dierking. En aquest estudi s'elaborà un programa que vinculà el Franklin Institute Science Museum, tres escoles de primària de Philadelphia i els pares dels alumnes de les escoles que van visitar el Franklin Institute Science Museum. Aquest programa consistia en conèixer fins a quin punt s'assolia la missió educativa del museu, però sobretot, de quina forma la visita al museu servia per crear nous vincles a nivell familiar.

La metodologia de treball consistí en una sèrie d'entrevistes als pares i diversos seguiments als nens per observar el seu comportament al museu i a l'aula (en el moment del curs escolar que es treballaven els conceptes relacionats amb el museu). Al cap d'un any del programa, els investigadors realitzaren una altra sèrie d'entrevistes als pares per conèixer si la visita al museu havia afectat en la seva identitat com a família. El resultat de l'estudi mostrà a la comunitat científica que els pares asseguren que participar en aquest programa els havia canviat la metodologia en el procés d'aprenentatge del nen en el marc familiar i que han après a sortir de casa i substituir la clàssica metodologia d'aprenentatge (com els "dictats"), per altres de més participatives i atractives que els museus poden oferir (Ellenbogen, Luke i Dierking, 2007, 24).

D'acord amb el tema del treball que ens ocupa, el treball elaborat per l'americana Ellen Rosenthal a Indiana és clau pel que fa als estudis de públic familiar en relació amb l'etapa

educativa de primària. A partir de l'any 2002 i al llarg de tres anys, el museu de recreació històrica sobre la guerra civil Conner Prairie, Fishers, Indiana (EUA), es va dur a terme un estudi per millorar l'oferta pel públic familiar i un pla d'actuació i millora, després d'adonar-se que la majoria de visitants, no repetien la visita. El Conner Prairie rebia una mitjana de 50.000 visites d'escolars a l'any (quasi la totalitat eren alumnes de primària), però la majoria d'ells, no repetien la visita amb els seus pares (Rosenthal, 2010, 12). Per millorar-ne el servei, Ellen Rosenthal, presidenta de Conner Prairie, va elaborar un estudi de visitants dirigit exclusivament al públic familiar. L'objectiu de l'estudi era conèixer quins eren els motius pels quals els nens i nenes no visitaven amb els pares per segona vegada el museu. Rosenthal va crear una llista de les famílies visitants, va fer entrevistes abans de la visita per conèixer les expectatives, les experiències relacionades amb la visita, el nivell educatiu dels membres del grup i les històries familiars que es poguessin relacionar amb el museu. També va enregistrar amb àudio les converses dels membres dels grups en diferents espais del museu i posteriorment es van transcriure. Després de les d'observacions i anàlisis, Rosenthal va arribar a un seguit de conclusions amb les que va dissenyar un pla d'actuació i millora. Un dels aspectes negatius que van detectar a partir de l'estudi, fou el referent a la complexitat del discurs. La metodologia didàctica duta a terme fins el moment per part del personal del museu consistia en adreçar-se als pares en primer lloc i als nens en segon terme. Aquest procés de comunicació creava un desinterès prematur dels nens cap a la informació facilitada. Dins el pla d'actuació i millora, es va ensenyar al personal didàctic del museu, la manera necessària per engrescar des d'un inici als nens, fet que propiciava a que els adults també hi participessin.

A partir de l'observació i anàlisi de les pautes de conducta de les famílies, van reduir el nombre de vigilants de sala (incomoda al públic i frena la interactivitat) i els objectes més delicats els van posar en un segon terme, tot col·locant en primer terme rèpliques perquè el visitant pogués tocar tot allò que veu. A més, el personal del museu, a part de ser format en aspectes relacionats amb la història de la guerra civil, també va ser format en aspectes psicològics relacionats amb el nen. D'aquesta forma es pretenia entendre possibles pautes de comportament del nen en el context familiar durant el desenvolupament de la visita. A partir dels resultats obtinguts, també van redissenyar activitats paral·leles i complementàries a la visita familiar, fonamentant sobretot la interrelació entre pares i fills, és a dir, creant activitats perquè tota la família pogués realitzar-les activament.



Després de l'aplicació del pla d'actuació i millora a Conner Prairie, a partir de l'estudi sobre el públic familiar, el públic que repeteix la visita al museu ha augmentat d'un 30% a un 50% i la majoria ha allargat el temps de visita al museu (Rosenthal, 2010).

Un dels estudis més recents que han significat un altre pas endavant en els estudis de visitants de l'estat espanyol, és el realitzat a terres gironines l'any 2004, per Alcalde i Rueda. L'espai seleccionat fou el Museu d'Art de Girona i el mètode de treball emprat fou el mètode inductiu. A través de l'observació del moviment del visitant a l'interior de les sales, els investigadors han pogut tipificar el perfil de visitant del museu i així acomplir l'objectiu inicial del treball: analitzar el valor social a llarg termini del museu i detectar el no-públic visitant (Alcalde i Rueda, 2007, 522).

L'any 2006, l'investigador australià J. Packer de la School of Tourism and Leisure Management, University of Queensland, aporta un nou estudi de públic als museus i centres culturals. Amb l'objectiu inicial de conèixer l'opinió sobre el procés d'aprenentatge que es viu en els denominats espais culturals d'educació no formal, s'elaborarà un seguit de qüestionaris adreçats al públic familiar i individual no organitzat. En una primera fase de l'estudi, es repartiren qüestionaris a l'entrada dels museus, zoos i centres de ciència, en el que es demanava que el visitant omplís la part del qüestionari que feia referència a la "pre-visita" on exposés quins eren els seus objectius de la visita i què esperava aprendre. Un cop els visitants respongueren la primera part del qüestionari, portaven el qüestionari a sobre durant tota la visita i, al final, responien la segona part: la "post-visit", en què es demanava l'opinió sobre l'ambient d'aprenentatge i sobre l'experiència d'aprenentatge a l'interior del museu. Un cop finalitzat, calia retornar el qüestionari en el lloc destinat a aquest fi: 499 persones van participar en aquesta primera fase de l'estudi (Packer, 2006, 333). La segona fase consistí en 52 entrevistes de 10 minuts, repartides al llarg de 12 mesos.

Amb les dades recollides, Packer conclou l'estudi amb diferents reflexions al voltant de l'aprenentatge als museus: el públic visitant no vol aprendre i entretenir-se, sinó que vol gaudir d'una experiència en la que l'educació és entreteniment, descobrir és excitant i aprendre és una aventura (Packer, 2006, 334). Els visitants busquen en el museu, aprendre de forma divertida, a través de la combinació de descobriment, exploració, estimulació mental i excitació. El 40% dels enquestats en aquest estudi, consideren que el gaudi és la característica que millor defineix l'aprenentatge de forma lliure i autoconduïda, afirmant d'aquesta forma que en un museu, més que aprendre, es viu una experiència.

L'estudi també ha demostrat que la majoria de visitants, tot i no assistir al museu amb la intenció clara d'aprendre, inconscientment, han buscat una experiència que incorpori aprenentatge, valorant així el procés d'aprenentatge per sobre del producte après. Finalment, Packer considera que una de les contribucions que poden fer els museus a la societat és permetre als seus visitants, tornar a descobrir l'alegria d'aprendre (Packer, 2006, 340).

L'any 2006 també deixa pas a un altre interessant estudi de visitants. En vistes a la gran afluència de públic que va rebre el primer any d'obertura del MUSAC, Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León, el Departament d'Acció Cultural (DEAC) del museu va iniciar un estudi per conèixer els motius de l'alta afluència de públic. L'estudi es basa amb la combinació de metodologies quantitatives amb qualitatives. Es realitzaren observacions directes a tres sales d'exposicions del museu (un total de 285 persones), i s'aconseguien 741 qüestionaris autoadministrats omplerts. El buidat de les dades ha permès conèixer la realitat del museu i aportar tota una sèrie d'informació de vital rellevància pel bon funcionament del mateix: perfil del visitant, característiques del públic, opinió del visitant respecte la institució, l'ús dels serveis del museu, l'impacte de les exposicions, però també conèixer quin és el comportament del visitant, i quin l'interès del públic per les peces exposades com a element avaluador de les exposicions temporals (Flores, 2006).

Un dels estudis de públic més recents és el fet a partir d'un projecte iniciat l'any 2003, per L. Almazán. Aquesta investigadora culmina la tesi doctoral a la Universitat de Granada titulada "*Dimensión educativa de los centros de arte: investigación en usuarios del Centro José Guerrero de Granada*" l'any 2007. L'objectiu principal de l'estudi fou analitzar el perfil de visitants del Centre, per oferir un pla d'ajust i millora que tingués en compte les conductes del públic tant abans com després de visitar les exposicions, així com conèixer el grau d'aprenentatge i satisfacció del públic al finalitzar el recorregut (Almazán, 2007). Mitjançant la combinació d'estudis quantitius i qualitius, Almazán elabora en primer lloc un qüestionari específic on el públic pot avaluar l'oferta educativa del centre.

Per aquest estudi es tingué en compte el coneixement i domini previ del visitant sobre art (estem parlant d'un centre d'art contemporani), el coneixement de les conductes del públic abans i després de la visita i la percepció del visitant sobre l'aprofitament del temps. Almazán emprà altres elements considerats indispensables per a l'estudi. Aquests són: la informació sobre la història del centre, les entrevistes als responsables i treballadors, el coneixement de la planificació de totes les activitats culturals del centre, les anotacions fetes en el llibre de

visites, l'observació directa del públic visitant de les exposicions i els qüestionaris de preguntes obertes (Almazán, 2008).

Finalment, ens resta presentar un estudi que es dugué a terme a diferents museus de la Dirección General de Bellas Artes del Ministerio de Cultura. Així, des del Laboratorio Permanente de Público de Museos (LPPM), es va començar a gestar un estudi de públic que servís com a eina de gestió dels museus de l'estat i permetés planificar i programar tenint en compte els interessos i les necessitats dels seus visitants. L'estudi es va iniciar el març del 2008 i va finalitzar l'abril del 2009. Els museus seleccionats foren: Museo del Greco, Museo Casa de Cervantes, Museo Arqueológico Nacional, Museo Cerralbo, Museo de Altamira, Museo de América, Museo del Traje. CIPE, Museo Nacional de Antropología, Museo Nacional de Arte Romano, Museo Nacional de Artes Decorativas, Museo Nacional de cerámica y Artes Suntuarias González Martí, Museo Nacional del Romanticismo, Museo Nacional de Arqueología Subacuática i Museo Nacional Colegio de San Gregorio, antiguo Museo Nacional de Escultura (Laboratorio permanente de público de museos, 2010, 9).

L'objectiu de l'estudi consistia en conèixer les principals característiques dels visitants, els seus hàbits de visita, les expectatives, les motivacions, les necessitats i els coneixements previs abans de la visita, per establir un perfil de visitant genèric.

Es dissenyaren dues tipologies d'enquestes i s'entrevistaren a 8.321 visitants com a públic individual menor de 12 anys i 278 grups escolars. Les conclusions a les que s'ha arribat amb l'estudi són vàries i de diferents característiques. Per exemple: els visitants dels museus són poc representatius de la societat espanyola. En relació a aquest treball, apareix una conclusió molt interessant pel que fa a públic infantil. Els menors de 12 anys que visiten el museu, suposen el 15% dels visitants totals, però només el 10,5% d'aquests ho fan com a públic individual amb la família (Laboratorio permanente de público de museos, 2010, 41). Aquesta conclusió determina la poca aflluència de públic familiar als museus estatals, amb un percentatge de tan sols el 8,8%.

A més, amb la voluntat de millorar el paper dels museus en la societat, aquest estudi també posa de manifest la poca aflluència de públic fidelitzat, el poc ús dels serveis del museu (exceptuant els fulletons) i de la poca participació del visitants en les activitats programades (Laboratorio permanente de público de museos, 2010, 46)<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> <http://www.mcu.es/museos/MC/Laboratorio/Informes.html> . (Data de consulta 8-06-2010)

#### **4. CONTEXT FÍSIC I SOCIAL DE LA VISITA**

#### **4. CONTEXT FÍSIC I SOCIAL DE LA VISITA**

El comportament dels nens i de les nenes durant la seva estada en un museu ve condicionat per diferents factors de caire material i personal. Segons Falk i Dierking (2000, 148), en la visita a un museu o exposició hi ha diversos factors que intervenen de manera interactiva i influencien al visitant. Aquests factors, però, es troben repartits en el que anomenen tres grans contextos. En primer lloc, Falk i Dierking citen el context personal, on consideren que hi intervenen factors específics del propi individu com les motivacions, els interessos, les expectatives o els coneixements previs a la visita. Pel que fa al segon context, el social, s'hi inclouen diversos factors vinculats amb la relació entre els individus d'un mateix grup, la interacció amb els elements expositius, els records que s'evocuen, les experiències comentades i les diferents activitats que sorgeixen en el marc de la visita. Finalment, en el context físic, els factors que hi intervenen són el disseny, l'organització, l'orientació i tot allò que afecta a l'espai en general. Pérez Santos (2000) ha ampliat les premisses iniciades per Falk i Dierking (1992; 2000), en proposar un quart context o grup, motivat per la interacció entre el visitant, el context i els aspectes psicosocials: les variables de la interacció entre el visitant, el museu i les persones que l'acompanyen a la visita.

En la mateixa línia, Griffin (2004, 136) considera que el context físic i el context sociocultural són essencials per tal d'establir les pautes de comportament del visitant i també per conèixer l'experiència interactiva del mateix amb el museu.

##### **4.1. Context físic**

Del conjunt de factors que aquests autors esmenten, en aquest apartat ens centrarem en aquells que des de la seva condició material i espacial poden condicionar el desenvolupament de la visita.

Quan un individu es troba en un ambient, efectua dues funcions bàsiques: explora i assimila o comprèn. Totes dues funcions determinen la forma com interactua el subjecte en el seu medi (Corraliza, 1998, 79). Aquesta exploració i assimilació no es manifesta exclusivament en funció de les característiques de les persones sinó que també és resultat de la influència que els espais projecten en els individus. Per exemple, aspectes tan bàsics com la calor o el fred poden crear un estrès ambiental que pot condicionar les pautes de comportament dels individus, creant situacions que fins i tot podem considerar com a aversives (Rodríguez, 1991, 124).

No parlem, però, únicament de factors vinculats a l'arquitectura dels espais sinó també dels relacionats amb els actes comunicatius generats per l'agent emissor i que tenen la seva corresponent translació espacial. Així, per exemple, un excés de càrrega informativa pot explicar una disminució en l'atenció del visitant d'un museu. Tal i com diu Rodríguez (1991, 124) "és quan l'individu es fa sord i cec". En aquest sentit, un altre aspecte a considerar, per exemple, és l'anomenada monotonia ambiental o falta de varietat en la estimulació, ja que aquesta és una de les causants de l'avorriment (Rodríguez, 1991, 124).

De fet, són cinc els atributs connotatius que s'han definit com a factors d'impacte de l'ambient sobre el subjecte: en primer lloc se situa l'atractiu estètic; en segon lloc l'organització física; en tercer lloc les dimensions de l'espai; en quart lloc la temperatura i, finalment, la il·luminació (Kasmar 1970,73). En el camp de les conseqüències d'aquests factors d'impacte ambiental, Russell i Pratt (1980, 313) consideren que hi ha vuit pautes de comportament: l'activació, l'excitació, el grat, la relaxació, la no-activació, l'avorriment, el desgrat i l'angoixa.

En posterioritat a aquests treballs, Mercado (1988, 266) va establir una sèrie de jerarquies per determinar les relacions que existeixen entre les necessitats de l'individu i l'ambient en el qual es desenvolupen. En un primer nivell situà les necessitats fisiològiques (amb les intensitats regulades de llum, so, aire, calor, humitat, olor, espai, moviment, color i formes). En un segon nivell de la jerarquia col·locà la seguretat, amb el compliment de les expectatives generades en la orientació, la privacitat, el posicionament i l'agrupament de persones. En el tercer nivell tenen cabuda els aspectes socials (nombre de persones dins una sala, proximitat de l'objecte exposat amb el públic, visibilitat de la gent, interacció verbal i no verbal, orientació social i selecció de rutes). En el nivell quatre ha situat el que afecta directament al disseny per facilitar el coneixement de l'ambient, la llibertat, el moviment, la competència, l'avaluació estètica i el control. Finalment, en un darrer nivell trobem l'autorealització amb la identificació amb l'ambient. A partir d'aquí, el mateix autor va desglossar en un segon pas les característiques i les necessitats ergonòmiques per a la definició dels espais en funció dels objectius establerts: necessitats morfo-ambientals (espais i dimensions, capacitats operatives, nivells d'il·luminació), necessitats físico-ambientals (composició atmosfèrica, temperatura ambient, condicionament acústic) i en darrer lloc les necessitats psico-ambientals (percepció de l'espai, efectes psicològics del color i anàlisi de l'entorn) (Mercado, 1988, 47).

A partir d'aquestes teories i degut a l'impacte que poden tenir en el comportament dels nens i les nenes en la seva visita a un museu passem a analitzar com poden influir aquestes condicions en la conducta dels individus.

## 4.2. Context ambiental

Segons López (1998, 77), “L’ambient atmosfèric influeix en el nostre estat físic, intel·lectual i emocional, per tant, en la nostra conducta”. El benestar atmosfèric no només depèn de la temperatura, que seria la manifestació ambiental més palpable d’un lloc sinó també la humitat o el moviment de l’aire que hi ha en un espai determinat, sobre el conjunt dels quals interactuarien aspectes més individuals com l’abillament personal.

En relació a la temperatura, els estudis que presentem a continuació són de caire general, no específicament elaborats per a museus. Encara que, al nostre entendre, s’hi poden aplicar perfectament. Aquests estudis demostren que la temperatura mitjana de confort en l’escala termomètrica es troba entorn els 20° C (Rodríguez, 1991, 118). Totes aquelles temperatures que difereixen entre 3° i 5° en ambdós sentits, produeixen petits efectes de disminució del rendiment (Mercado, 1988, 81). Lògicament, aquestes condicions teòriques varien en funció de l’edat, el sexe o l’estació de l’any. Per exemple, Mercado (1988, 82) afirma que una persona de 60 anys necessita per assolir la temperatura de confort un grau més que una persona de 20 a l’igual que un individu del sexe femení que també en necessita un més que un individu del sexe masculí. Per altra banda, els nens amb edat inferior als 11 anys tenen un metabolisme més alt que els adults, per tant, la sensació de calor o fred, variarà en comparació a la d’aquests.

En relació a les estacions, les necessitats tèrmiques de confortabilitat varien segons el període de l’any, i també segons la diferència de graus entre l’exterior i l’interior de les sales<sup>18</sup>. Així, a la primavera, en una estança que es troba a 24°, l’individu té la sensació de calor, en canvi, si es troba a 19° la sensació és càlida i uns graus per sota, la sensació ambiental és confortable. Pel que fa a l’estiu, amb 27° l’individu té calor, amb 23° la sensació és de calidesa i en canvi, 20° en l’ambient és una sensació confortable. A la tardor, 26° donen la sensació de calor, 22° d’ambient càlid i 18° la sensació és de confort . També s’ha constatat que depenent de les zones i la duresa dels hiverns, amb 22° hi ha la sensació de calor, amb 20° l’ambient és tebi i amb 18° és confortable. (Mercado, 1988, 81).

---

<sup>18</sup> Segons Ramírez Neila (2009, 212), cal diferenciar les temperatures segons els llocs. Per exemple, a l’hivern, a l’interior d’una vivenda, on es porta roba més lleugera, cal estar entre 20° i 21°; en un museu, en canvi, on es ve del carrer i es porta més roba d’abric, cal estar a 18° perquè sinó a 20° fa massa calor. Tot i això, és interessant assenyalar que a l’interior dels museus, la temperatura i la humitat han de donar sensació de benestar al visitant, però la temperatura, i sobretot la humitat s’han de controlar per a la correcta conservació dels materials exposats.

Pel que fa l'humiditat, segons Griffiths i MacIntyre (1972), generalment, a temperatures agradables es prefereix un nivell moderat d'humiditat, com seria un 50% d'humiditat relativa, mentre que a temperatures més altes de 28°C, es prefereixen nivells més baixos d'humiditat. Concretament, Mercado (1988, 68) considera que la temperatura màxima per assolir una bona ambientació pels individus en actitud sedentària es troba en els 22° en ambient sec i els 20° en ambient humit. Més enllà d'aquests límits de benestar, aproximadament 5° per sobre o per sota, apareixen símptomes de fatiga i disminueix el rendiment. En aquest sentit, Mercado (1988, 68) considera que si a l'aire hi ha una humitat del 60% i la temperatura se situa en 25°C, l'individu comença a suar, mentre que si la humitat a l'aire no és superior del 50%, la suor no apareix fins als 28°C de temperatura. Lògicament, aquestes condicions ambientals tenen una clara influència en el comportament dels individus en un espai. Així per exemple, quan un individu executa una acció, ja sigui física o intel·lectual, en atmosfera humida i calenta, realitza la tasca de forma cansada i, finalment, el seu rendiment és molt baix (Mercado, 1988, 68). A l'interior d'un museu, Ramírez Neila (2009, 213) assenyala que pel confort de les persones a l'hivern, amb una temperatura en sala de 20°, la humitat relativa mínima hauria de ser del 35% i la humitat relativa màxima del 65%. A l'estiu, en canvi, si a dins la sala s'està a 22°, la humitat màxima relativa hauria de ser del 65%, a 23° també al 65%, a 25° al 60% i a 26° al 55%.

Finalment, en relació a la ventilació, en el cas concret dels museus i les sales d'exposició, Mercado (1988, 77), afirma que el percentatge mínim per persona en l'aire de ventilació ha de ser 3,5dm<sup>3</sup>/S i el màxim de 7dm<sup>3</sup>/S.

#### **4.2.1. Context acústic**

En molts museus, i en concret en determinats espais, escoltar pot esdevenir clau per a l'assimilació de continguts ja que quan les persones reben impressions simultànies, tant visuals com auditives, el 70% de la informació l'assimilem a través dels ulls i el 30% a través de les orelles (Hamilton, 1970, 193). La música, per exemple, és un factor d'agradabilitat que proporciona al visitant d'un espai la sensació que el temps passa més ràpid (Siegel, 1973, 209). Per contra, diferents estudis de laboratori i de camp, assenyalen que ambients elevats de soroll, afecten negativament a la conducta social (López, 1998, 97).

Alguns exemples els trobem en el món escolar. Maxwell i Evans (2000) van dur a terme un estudi amb 90 nens i nenes entre 4 i 5 anys d'edat, centrat en les habilitats d'atenció d'infants



que es trobaven en escoles exposades al soroll. Després d'estudiar als individus, en espais exposats al soroll i en espais aïllats gràcies a panells absorbents del so, el resultat va posar de manifest la variabilitat de l'estat d'ànim del nens i nenes i l'afectació conseqüent en la seva capacitat d'atenció. Quan els nens treballaven en aules sense soroll, les qualificacions acadèmiques eren més altes, desenvolupaven amb més facilitat el llenguatge i eren menys susceptibles en les seves relacions socials (Maxwell i Evans, 2000, 96). Un altre estudi dut a terme per Stanfeld (2005) va permetre constatar que l'augment del soroll en el cas de 2.800 escolars espanyols, britànics i holandesos objecte d'estudi, feia minvar el seu rendiment acadèmic. Quan s'augmentava el soroll en tan sols 5 decibels, el seu rendiment escolar es retardava en 1 i 2 mesos. En espais en els quals el soroll augmentava en 30 decibels, el seu rendiment escolar s'enredera en 1 any (Stanfeld, 2005, 147).

Per tal de que en un espai d'aprenentatge la interacció entre dos individus sigui efectiva, la veu de l'emissor, en una sala de dimensions mitjanes, ha de tenir entre 50 i 70 decibels (Gassull, 2005, 34 i 60; Salazar, 2009, 101). És per això que tant en museus com en espais pedagògics, el soroll o la música que sobrepassa els 75 decibels, no resulta apropiada per a l'aprenentatge. A més, estar en sales amb alts nivells de soroll, fa augmentar el cansament de l'individu i propicia la carència de motivació per part dels adults per comunicar-se amb els nens (Evans i Lepore, 1997, 272). Per tant, tal i com apunta Ramírez Neila (2009, 214), el límit de soroll recomanable en un museu és de 45 decibels.

Un aspecte important a considerar a més a més del soroll, és el del seu contrari: el silenci, ja que en les sales d'exposicions i museus, acostuma ser-hi més present. Torralba (1996, 55) en aquest sentit afirma *"ni el niño ni el joven están acostumbrados a vivir la experiencia silente"*, considerant com a imprescindible per al procés educatiu de l'individu, el que ell anomena "silenci-pedagògic", és a dir, el procés pel qual el nen calla per escoltar a l'altre i així donar pas a la paraula amb sentit. No obstant, pels nens i nenes, *"el silencio es para ellos, algo nuevo, extraño y problemático que hay que emmascarar de inmediato"* (Torralba, 1996, 55).

#### **4.2.2. Context lumínic**

Tal i com defineix López (1998, 82), "la visió és una experiència subjectiva que depèn de la llum". En conseqüència, s'estableixen uns paràmetres bàsics que cal seguir en el cas de la il·luminació de les sales del museus i dels materials que hi ha exposats per aconseguir una bona apreciació per part del públic, entenent però que la prioritat de la il·luminació està en

funció de la conservació dels objectes. La recomanació bàsica, que varia en funció del lloc concret a il·luminar, pel que fa a il·luminació general i a les tasques concretes que s'hi duen a terme, és entre 150 i 500 lux per m<sup>2</sup> (Mercado, 1988, 221).

Tenint en compte la distància relativa respecte l'objecte, en l'acte d'observar objectes o lletres, l'ull humà necessita enfocar per identificar. Evidentment, per poder tenir en compte aquest fet, la il·luminació de l'espai és clau. Segons el mateix autor, la distància òptima de visió, entre les que s'hauria de situar totes les instruccions, cartel·les, indicadors i textos explicatius per a la seva còmoda lectura hauria de ser de 56 cm. L'autor també puntualitza que la distància mínima entre l'objecte i l'individu no hauria de ser inferior als 33 cm, i la màxima en què s'hauria de col·locar una informació visual no hauria de ser superior als 73,5 cm (Mercado, 1988, 224).

Per altra banda, i en relació a la intensitat de la llum que hi ha a l'interior d'un museu, Latoya Fernández-Luna (2009, 153) considera que entre 600 i 950 lux és el recomanable en els espais generals de recepció, trànsit i descans; 150 lux en els llocs on hi han ordinadors i televisors. On hi ha elements expositius lluminosos, cal estar entre 25 i 50 lux, 30 lux a l'interior de la sala de projecció d'un document audiovisual i 100 lux en espais on es troben manipulables o maquetes. A l'interior d'espais expositius en general, pot oscil·lar entre els 75 i els 200 lux, en canvi, a les escales i a les rampes, la llum recomanada és de 150 lux. Aquests paràmetres, però, sovint vénen condicionats per factors relacionats amb aspectes de conservació. En aquesta línia, Puente García i Rodríguez (2009, 167) assenyala que en temes de conservació, 50 lux seria l'indicat per objectes de gran sensibilitat (com aquarel·les, teixits, papirs, cuir tenyit, manuscrits, mapes...), 200 lux pels objectes de moderada sensibilitat (com pintures a l'oli, laques, fusta i marfil decorades) i 300 lux pels materials inorgànics o denominats insensibles a la llum visible.

Completant aquestes dades, López (1998, 84), considera que quan es parla de llum, també s'ha de parlar de color. Quan es descriuen els colors, normalment es fa referència a atributs relacionats amb la sensació cromàtica, com el to (longitud d'ona de la llum), la lluminositat (intensitat) i la saturació (puresa del color), els quals es consideren paràmetres subjectius de les dimensions físiques de l'estímul. Tot i que diferents estudis sobre el color han constatat quins colors prefereix la població, les preferències sobre els colors es troben modulades pels factors relacionats amb la il·luminació. Per exemple, una il·luminació artificial i de baixa intensitat fa que el públic prefereixi els colors calents, en canvi, una il·luminació forta fa decantar a la població pels colors freds.

### 4.2.3. Context cromàtic

Tot i que en l'apartat de la llum hem introduït el tema dels colors, aquests, per les seves grans qualitats i per la gran informació que poden aportar al nostre treball, es mereixen un apartat específic on poder desenvolupar la seva problemàtica més en detall. Tenint en compte que la població diana d'aquest estudi són els nens i nenes d'edats compreses entre els 5 i els 12 anys, hem de considerar els colors com un dels elements més influents en el seu comportament. Els colors i la seva relació amb el nen esdevenen un element indispensable a considerar, degut a la gran influència que executa sobre l'estat físic, intel·lectual i emocional de la seva conducta (Driscoll, 1968; Cano, 1984; Pol i Morales, 1991; López, 1998). No obstant, la gran majoria d'estudis efectuats en aquest camp es troben dins el marc de l'educació formal, és a dir, en centres d'ensenyament escolar. Tot i això, trobem exemples d'estudis elaborats per departaments de psicologia en centres escolars o mèdics, que posen en relació els colors amb determinats aspectes de conducta del nen, i estudis realitzats a l'interior de museus o exposicions, en què s'estudia el comportament del visitant general en relació amb els colors de les sales.

Valgui com a prova l'estudi efectuat l'any 1973 per Ertel, director del Gesellschaft für Rationelle Psychologie de Munich. Aquest va realitzar un estudi que va mesurar el coeficient d'intel·ligència de 473 nens a través d'un test. Quan els nens elaboraven el test en habitacions pintades de blau cel, groc, groc verdós o carbassa els seus coeficients intel·lectuals pujaven 12 punts. No obstant, quan el test es feia en habitacions pintades amb marró, negre i colors apagats en general, els seus coeficients intel·lectuals baixaven 14 punts (Ertel, 1973, 7).

De fet, els colors ambientals poden actuar en dos nivells: el psicofísic i el psicosemiòtic. A més de l'efecte psicofísic que produeixen com a radiació de l'energia, poden actuar també com a elements que porten a implicacions de caire psicològic, com per exemple, sobre la valoració i avaluació de l'entorn (Cano, 1984, 165).

En aquest sentit, Srivastava i Peel (1968), van fer un estudi per tal de conèixer com influeix el color d'una sala d'un museu sobre el comportament del visitant. L'estudi consistia en estudiar el comportament dels visitants que assistien a una exposició, la meitat dels quals es va trobar les parets pintades de color crema clar, i l'altre meitat, les parets pintades de color marró fosc. Un sensor especial situat sota la catifa de la sala on s'efectuava l'exposició va enregistrar el nombre de passes que efectuaven els visitants en aquella zona i el temps d'estada a l'exposició. El resultat de l'estudi va mostrar que les persones que van estar a la sala amb les

parets pintades de color marró fosc van donar més passes, van trepitjar gairebé el doble de catifa i van tardar menys temps a sortir que les persones de la sala pintada de color crema. Així doncs, es va poder demostrar que hi havia una substancial diferència de resposta de moviment de les persones en funció del color.

Pel que fa al comportament dels nens, un estudi fet en l'àmbit escolar l'any 1973 posà de manifest que els colors de les parets de les habitacions dels nens poden afectar les seves relacions socials. Ertel va dur a terme un estudi en el que observava dos grups formats per 9 nens i nenes ubicats en diferents espais amb parets de colors diferents. Després de 18 mesos d'observacions, els investigadors van arribar a la conclusió que colors com el taronja, el verd, el groc i el blau, feien augmentar les relacions socials entre els diferents membres del grup. A l'habitació pintada de color taronja, per exemple, les reaccions socials positives (com els somriures) s'incrementaven en un 53% i les reaccions socials negatives (com estar més irritable) disminuïen un 12% (Ertel, 1973,7).

En general es pot considerar que els tons de color més fosc, produeixen la il·lusió d'apropar les parets al sostre. En canvi, els tons més clars, produeixen la impressió de major espai i ventilació (Íñiguez i Vivas, 1998). Ara bé, el mateix color té un efecte completament diferent si es combina amb d'altres. Per exemple, si un color es combina amb el negre, el seu significat positiu es converteix en negatiu. També cal tenir en compte la llei de la perspectiva cromàtica: és a dir, el color vermell és el que dóna la sensació d'estar més a prop i el blau d'estar més lluny. Entremig queda el color verd (Heller 2004, 54).

Per altra banda, Rico (2003, 161) assenyala la importància dels colors en funció de la il·luminació que se li aplica: els colors primaris vermell, blau i groc són aquells que un cop barrejats i il·luminats, resten tonalitat o força, en canvi, el verd, el taronja i el violeta, sumen el seu cromatiu si se'ls combina. El mateix autor també apunta les particularitats dels colors un cop es combinen els uns amb els altres. Destaca que perquè l'ull de l'espectador descansi després d'observar molta estona un color, cal utilitzar immediatament el seu complementari, així com per fer propera una informació a l'espectador, cal emprar colors càlids, a diferència de l'ús de colors freds que fan la informació llunyana i amb menys pes i volum.

Quan es tracta de relacionar lletres amb colors, existeix una sèrie de normes que permeten facilitar-ne la lectura i la comprensió del missatge. El text negre sobre fons groc és el que millor es llegeix de lluny però perquè es pugui llegir bé s'han d'utilitzar lletres grans, textos breus i senyals conegudes. En canvi, el text negre sobre fons blanc és el que millor es llegeix de prop, i

les lletres són fàcilment llegibles encara que siguin petites. Els textos en blanc sobre negre, és a dir, en negatiu, semblen menys importants perquè es llegeixen pitjor. Malgrat que moltes persones creuen que els textos vermells criden més l'atenció, en realitat, són menys llegits perquè es llegeixen malament. A més, els textos en vermell donen la impressió de que el seu contingut és poc seriós. Els textos amb blanc sobre vermell, és a dir, en negatiu, sovint no es poden llegir. Per això, és important tenir en compte que quan el contrast de claredat i fosc entre les lletres i el fons és menor, més il·legible serà el text (Heller 2004, 55). Pel que fa a l'ús de molts colors, Heller (2004, figures sense paginar) afirma que el text multicolor és il·legible i el missatge que es vol transmetre dona la sensació que és superficial.

D'acord amb el pensament de Wexner (1954), els colors s'associen a un estat d'ànim. Per tant, els colors que es troben a prop del vermell o dels colors càlids, es consideren excitants. En canvi els freds, tranquil·litzadors. Segons Neufert (2006), els colors càlids i els colors clars, quan actuen des de dalt, són excitants de l'esperit, des dels costats, a collidors i íntims, i des de baix, lleugers i ingràvids. Els colors càlids foscos (un vermell fosc per exemple), en canvi, produeixen des de dalt una sensació de dignitat, des dels costats un aspecte de limitació i des de baix, seguretat i resistència. Un estudi efectuat en locals d'oficines va provar que el color groc en les parets estimula l'activitat i eficàcia personal en el treball. Per altra banda, el verd, fa que disminueixi l'activitat però que augmenti la capacitat resolutiva. El violeta produeix apatia i depressió en el personal, el taronja incrementa en gran forma l'activitat, però genera queixes pel calor que genera i el vermell produeix discussions i enfrontaments amb el personal (Mercado, 1988, 303),

Seguint amb l'estudi de Heller (2004, 49), els colors més apreciats en la població de cultura occidental en general són: Blau: 45%, Verd: 15%, Vermell: 12%, Negre: 10%, Groc: 6%, Violeta: 3%, Taronja: 3%, Blanc: 2%, Rosa: 2%, Marró: 1% i Or: 1%. En el sentit contrari, els menys apreciats són: Marró: 20%, Rosa: 17%, Gris: 14%, Violeta: 10%, Taronja : 8%, Groc: 7%, Negre: 7%, Verd: 7%, Vermell: 4%, Or: 3%, Plata: 2%, Blanc: 1% i el Blau amb tant sols un 1%.

Per sobre aquestes afirmacions genèriques cal establir matisos en funció del sexe. Així doncs, les dones occidentals prefereixen les tonalitats clares i els contrastes acusats. Els homes occidentals, en canvi, prefereixen els tons més freds i reposats i els contrastes suaus. Pel que fa a les diferències en funció de l'edat es pot considerar que, en general, els colors càlids (vermell, rosa, groc i taronja) són més importants en els primers anys de vida (Mercado 1988, 302).

El color blau es considera que és el més apreciat i també és el color més vinculat als símbols i sentiments amb els quals s'associa. Es considera el color de totes les bones qualitats, de tots els bons sentiments que no estan dominats per la passió i que es basen amb la comprensió recíproca. No hi ha cap sentiment negatiu dominat pel color blau. No obstant, en espais interiors es considera fred (Heller, 2004, 23).

Neufert (2006) considera que els colors freds i clars com el color blau, des de dalt resulten lluminosos i produeixen distensió, des de les zones laterals produeixen la sensació d'acombament i des de baix són llisos i d'efecte lliscant.

El color vermell és el primer color que els nadons acabats de néixer poden veure. Malgrat això, és un color que agrada més als grans que als joves. No obstant, segons Heller (2004, 66), la sobresaturació del vermell que en fa la publicitat comercial provoca un rebuig cada vegada més generalitzat per part de la població. En el cas dels nens, el color vermell s'associa amb l'enuig, l'agressió i l'excitació (Sharpe, 1974, 45). En un estudi elaborat amb 60 nens de 5 i 6 anys (30 nenes i 30 nens), en què es preguntava sobre el color preferit entre 9 colors a seleccionar i la seva càrrega emocional, el 69% dels nens i nenes van proporcionar respostes emocionals positives quan se'ls associava amb colors brillants com el vermell, el rosa i el blau. Aquestes respostes i reaccions positives es podrien descriure com felicitat i excitació, entre altres (Boyatzis i Vargheses, 1994, 77).

De tots els colors lluminosos, el preferit per les persones a mesura que es van fent grans és el color groc, ja que és el color més clar de tots els colors vius. Al contrari del color vermell, el groc és el color menys estable, és a dir, el groc depèn, més que cap altre color, de les combinacions.

En quant a llegibilitat, tal com hem esmentat abans, l'escriptura negra sobre fons groc és la que millor es llegeix des de lluny. El groc és un color més cridaner que el vermell i, pel seu efecte òptim vist des de lluny i irritant vist a prop, el groc ha estat adoptat internacionalment com el color de les senyals d'advertència. Per aquest motiu, alguns senyals de tràfic ho són (Heller, 2004, 90).

Un estudi dut a terme per Lawler i Lawler (1965) posa de manifest l'associació de colors amb els estats d'ànim. En el cas concret del color groc, aquests l'associen amb l'alegria. Quan s'expliquen històries alegres, el color que seleccionen per il·lustrar aquest tipus d'històries és el color groc. En canvi, per il·lustrar històries tristes, el color marró és el seleccionat (Lawler i Lawler, 1965, 31). En la mateixa línia, un estudi realitzat per Címbalo, Beck i Sendziak (1978)

manifesta la correlació entre imatges fotogràfiques i colors. El resultat va ser que en escenes representatives de felicitat, els colors associats pels nens i nenes eren el taronja, el groc, el blau i el verd.

Fins els 25 anys d'edat, el 12% dels homes i dones cita el color verd com el seu favorit. Una xifra que augmenta fins el 20% entre les persones majors de 50 anys. Aquesta progressió és justificada, segons Heller (2004, 105), pel fet que, amb l'edat, els colors apagats van perdent preferència i van guanyant aquells colors que s'associen amb la joventut .

Amb el canvi de llum de natural a artificial, el color verd és el que canvia més, i a nivell simbòlic, també és un color molt variable: en sí, el verd no és ni bo ni dolent, varia, en funció del color que se li associa. En general es considera que el verd és el color més tranquil·litzant, és el color que alleuja i que acull. Amb la seva associació amb el blau és un color relaxant (Heller, 2004, 105). En el cas dels nens, el color verd és associat com el color de la tranquil·litat, el de la retirada per descansar (Sharpe, 1974, 45).

El color negre inverteix qualsevol significat positiu de qualsevol color viu. Segons Neufert (2006), el color negre que es troba en parts superiors és amenaçador; des dels costats provoca sensacions de fredor i tristesa i des de baix és pesat i monòton.

El blanc, en canvi, és un color que s'associa a sentiments i qualitats que mai s'associen a d'altres colors. El blanc es considera que és el color de la veu baixa i el color dels caràcters tranquils i passius, i juntament amb el color blau i el daurat són els colors de la veritat, la humilitat i el bé. Simbòlicament, el negre i el vermell, són associats com els colors del poder i de la força (Heller, 2004, 156).

En el cas dels nens, els colors foscos com el negre, el gris fosc i el marró s'associen amb el color de la depressió, l'ansietat i el malestar (Sharpe, 1974, 45). En aquesta mateixa línia, en l'estudi abans esmentat amb 60 nens de 5 i 6 anys (30 nenes i 30 nens) en què es preguntava sobre el color preferit entre 9 colors a seleccionar, el 69% dels nens i nenes van coincidir en què el color marró, el negre i el gris transmetien emocions negatives (Boyatzis i Varghese, 1994, 77).

#### **4.2.4. Context escrit**

Segons Screeven (1992), existeixen tres factors clau perquè els textos d'una exposició tinguin cert impacte en el visitant: el contingut (text, missatge...), el tipus de presentació (mida,

tipografia, color....) i l'emplaçament i context (donant importància a la bona visibilitat, i la justa adequació a la resta de recursos). Posteriorment, Bitgood (2000, 31) va descriure quins són els principals factors que influeixen en l'atenció del visitant pel que fa a la detecció d'etiquetes:

1) L'aïllament: si un objecte i la seva cartel·la es troben aïllades d'altres objectes, és molt probable que aconseguixi tota l'atenció dels visitants.

2) La mida: segons la mida de la lletra i la mida del fons de l'etiqueta es pot augmentar el poder per captar l'atenció.

3) El contrast amb el fons: una etiqueta que es fon amb el fons pot ser ignorada perquè no té poder per captar l'atenció.

4) La multisensorialitat: es pot afegir so, olor o tacte de forma complementària per atraure a un major nivell d'atenció.

5) La il·luminació: contrast entre l'etiqueta i els seus voltants, considerant el nivell global d'il·luminació.

6) La línia d'ubicació a la vista: una etiqueta que es troba a la línia visual de l'espectador és més fàcil de detectar. També cal tenir en compte que l'atenció del visitant en general se centra en l'objecte. Si l'etiqueta no és a prop de l'objecte que descriu és poc probable que es tingui en compte .

En definitiva, Bitgood (2002, 478) sintetitza els factors que participen en la motivació dels visitants en el moment de centrar la seva atenció en les etiquetes en reduir al mínim l'esforç per llegir, augmentar l'excitació cognitiva-emocional i minimitzar els factors de distracció.

Davant la passivitat lectora del visitant cap als textos ubicats en plafons dels museus, Asensio i Pol (2002, 126) destaquen diversos problemes que no contribueixen a la lectura i comprensió dels textos: textos llargs, plans, elaborats amb un sol paràgraf, inadecuadament senyalitzats (negreta, majúscules...) <sup>19</sup>, amb una densitat conceptual molt alta i l'ús d'un vocabulari molt tècnic. A més, els textos de les exposicions solen estar dissenyats més en clau del disseny que

---

<sup>19</sup> En aquesta mateixa línia, Ruth (2000, 23) remarca l'impacte favorable en el ressaltat de les paraules d'un text. En el cas concret dels nens i les nenes d'edats compreses entre els 6 i els 7 anys, aquests aprenen a llegir bàsicament paraules molt simples. Per això el ressaltat permet a aquest segment dels visitants d'entendre els textos.



de la funcionalitat comunicativa, la qual cosa pot contribuir a explicar les diverses pautes de conducta que es poden donar en la visita a un museu (Sorsby i Horne, 1980, 158).

Miles (1988, 81) considera que quan s'expliquen les coses i no només s'informa, es donen exemples i contraexemples; s'ensenya al visitant què és el que ha de mirar o amb què s'ha de fixar; es fragmenta la informació perquè el visitant no s'avorreixi; es creen preguntes perquè els visitants provin de buscar les respostes i que quan no s'utilitzen textos acadèmics sinó narracions actives i si s'escriu només la informació rellevant s'aconsegueix l'atenció del visitant. En aquest sentit, Bitgood (2002) i Screven (1992) consideren que la reducció de la complexitat semàntica, és a dir, el nombre i el nivell de les preposicions, les estructures causals, el llenguatge abstracte i la densitat del concepte, contribueix a la lectura i comprensió dels textos.

Una mètode molt estès en el disseny de textos en exposicions és el desenvolupat per la professora de lectura per adults, Margareta Ekarv. L'aplicació d'aquest mètode en dues exposicions diferents va permetre que l'any 1996 guanyés el "Museums and Galleries Commission Award for Communicating Conservation". La base del mètode emprat consisteix en fer servir panells petits i allargats on hi figura poca lletra en forma d'idees, i, a més a més, utilitza un llenguatge senzill per explicar idees complicades; fa servir paraules col·loquials del vocabulari parlat; només representa una idea important per línia i acaba la frase amb el final natural de l'espai de la línia; no fa servir línies de més de 45 lletres i divideix el text en paràgrafs curts de 4 o 5 línies com a màxim; utilitza la forma activa del verb i posa el subjecte al principi de la frase; evita frases subordinades, construccions complicades, adverbis innecessaris o paraules per fer bonic al final de la frase; ajusta les paraules i la puntuació per reflectir un ritme en la lectura; coordina el text escrit amb les imatges o altres elements del disseny i fixa el text amb exclamacions finals per crear més efecte a l'espectador o invitar-lo a mirar algun aspecte de la peça (Gilmore, i Sabine, 1999,207).

#### **4.2.5. Context espacial**

Les dimensions dels artefactes, dels plafons, dels manipulables... o fins i tot de les cadires per seure poden afectar al comportament de l'individu a l'interior d'un museu. Hamilton (1970, 193) exposa que la banda visual de l'individu, aquella que podem observar a mesura que caminem per la sala, es troba aproximadament a un metre del terra i a una distància d'un metre entre nosaltres i allò que observem. No obstant, Neal (1976, 193) afirma que el visitant

adult només assimila l'àrea que es troba a mig metre per sota del seu ull i a uns 60-70 cm de distància respecte si mateix. Específicament centrat en el públic infantil, Ruth (2000, 51) concreta que els plafons de les exposicions situats a una alçada de 122 cm constitueixen un bon punt de lectura per als nens i nenes amb edats compreses entre els 6 i 7 anys. Pel que fa als artefactes interactius, les dimensions òptimes són: 91 cm d'alt i 51 cm de baix (per a nens i nenes d'edats entre 2 i 5 anys) i de 102 cm d'alt i 46 cm de baix (per edats compreses entre els 5 i els 12 anys).

Segons els autors Winkel, Olsen, Wheeler i Cohen (Winkel *et al.*, 1975, 146) perquè una exposició sigui ben acollida pel públic i l'espai esdevingui narrador de conceptes, cal que es compleixin alguns preceptes. Per exemple: han d'existir àrees de llum i àrees de foscor o àrees amb llum animada i d'altres amb llum estàtica; s'han d'emprar des de colors neutres (definit per la seva naturalesa cromàtica com a color que no posseeix cap to o matís) a purs saturats (definit com a color pur i intens); contrastar textures, utilitzar diferents escales i dimensions; contrastar espais oberts amb altres de més íntims; combinar les formes corbes i les rectes; intensificar objectes presentant-los aïllats i d'altres més junts; disposar peces de forma simètrica i asimètrica, crear moviments actius i passius, estàtics i dinàmics, contrastar la temperatura...En definitiva, trencar la monotonia expositiva per atreure l'atenció del públic en general i dels nens i nenes en particular.

En la mateixa línia de treball sobre la percepció de l'espai per part del visitant, hi ha les aportacions de Rico (2003). Aquest considera que mitjançant la simplicitat i el contrast es pot portar la vista del visitant a un centre d'interès concret. També considera que basant-se amb la simetria i l'asimetria es pot transmetre la sensació d'estabilitat en una composició, així com la relació de verticalitat, horitzontalitat, diagonalitat i corba, amb les seves representacions perceptives i emocionals (una línia corba es percep com quelcom tancat en si mateix. La línia cap amunt significa elevació i espiritualitat; cap avall, destrucció. Una línia horitzontal cap a la dreta, esdevé futur, progressió... i una horitzontal cap a l'esquerra, origen (Rico, 2007, 250)). Les formes totals i contundents són més perceptives que les obertes, i l'ordre fa disminuir la sorpresa i la novetat, (Rico, 2007, 250). Per facilitar la visita i no fomentar la fatiga de l'espectador, Rico (2007, 248) recomana l'ús de formes rectes, estretes i anguloses davant les corbes i rodones, a l'igual que preferiblement, aconsella l'ús de formes tancades abans que les formes obertes.

Segons el mateix autor, la mirada no llisca, sinó que salta d'un objecte a l'altra, i en un conjunt de formes, sempre ressalta aquella forma que es troba al centre. Un objecte alt, és més

important que un de baix i un objecte amb formes regulars, destacarà i cridarà més l'atenció que un amb formes irregulars (Rico, 2007, 247). En qüestió de seqüències i objectes exposats en una sala, perceptiblement, té més importància l'objecte situat a la part superior, després el situat a la part central i finalment el situat a la cantonada superior esquerra (per aquest mateix ordre). En quant al recorregut que realitza el nostre ull i la seva particular forma d'orientar-se, l'autor afirma que principalment l'ull es guiarà per la lluminositat i en segon lloc pel color. I és que pel nostre ull, tot i que tendeix a unir els elements més pròxims, prefereix poques dades. No obstant, davant una estructura molt rica i complexa, si aquesta es mostra ordenada, li és més fàcil de veure que una de senzilla i desordenada: al visitant, li desconcerta més el desordre que la complexitat (Rico, 2007, 248-253).

En els dissenys amb punts d'opció múltiple, on els visitants han de prendre decisions, no es donen recorreguts fluids (Bitgood, 2006). En aquests casos, els visitants no presten atenció a tots els elements expositius perquè la gran majoria de vegades s'obliden d'una determinada part. Finalment, l'autor determina que els visitants, quant menys temps i esforç utilitzen per trobar el camí dins l'exposició, més valoren satisfactòriament la seva experiència al museu.

Un altre dels aspectes interessants a destacar és la tendència generalitzada del visitant de girar a la dreta (Melton, 1935). En un estudi realitzat en diverses galeries d'art, Melton observà que aproximadament del 70 al 80% dels visitants, girà a la dreta a l'entrar a les galeries. En un estudi de Deans, Martin, Neon, Nuese, i O'Reilly (Deans *et al.*, 1987) fet al Zoològic Reid Park, també es va constatar el mateix fenomen, ja que el 78% dels visitants van girar a la dreta. *"Visitors will fulfil their own agendas, for example, turning right or leaving from the first available exit, rather than doing what the developers intended"* (Melton, 1972, 401). Aquest fet s'explica per l'anomenada *economia de moviment* (o la reducció del cost en termes de temps i esforç), perquè aquest gir és motivat per l'objectiu d'aconseguir el menor nombre de passos possibles (Bitgood, 2006, 472).

Posteriorment, Bitgood i Ducs van observar el comportament de la gent i la selecció de direccions en diferents punts d'inflexió en dos petits centres comercials. D'acord amb la hipòtesi inicial, els visitants gairebé sempre van triar la direcció que suposava elaborar el menor nombre de passos. La majoria va girar a la dreta des del costat dret del camí (en un centre comercial el 52% i en l'altre el 58%). Un cop seleccionat el costat dret, el 34% i el 27% dels individus dels respectius centres comercials, van seguir el recorregut des del costat dret i el 88% i el 85% acabaven el seu passeig sense abandonar en cap moment el costat dret. La motivació principal per girar a la dreta, consisteix en arribar fins un objecte que esdevé punt

de referència, i a més, es troba en un espai on el nombre de passos a realitzar són els mínims. Així doncs, el visitant indubtablement girarà a la dreta. Bitgood i Ducs suggereixen que, a falta d'altres possibles motivacions, les persones que es troben al carril de la dreta del camí, seguiran girant a la dreta si es tracta de fer el menor nombre de passos (Bitgood, 2006, 468).

A més, en la inèrcia del visitant hi ha una tendència a seguir caminant en línia recta (en general, cap a un destí) i seleccionant un únic sentit de visió, a no ser que algun altre factor capti la seva atenció i aquest es converteixi en preferent (Bitgood, 2006, 468).

Weis i Boutourline (1963) van ser els primers a observar que els visitants d'una exposició, poques vegades creuen d'un costat a un altre, llevat que detectin la presència d'elements expositius de rellevant interès als costats oposats. Si no hi ha res visible per atraure als visitants per un determinat camí i si la ruta es percep de llarga distància o temps, els visitants acostumen a ser reticents a visitar-la. Klein (1993, 788) també va trobar que els visitants es mostren reticents a fer marxa enrere en una exposició.

Rico (2007, 238) apunta en aquesta mateixa línia: "El museu proposa però el visitant disposa". És a dir, si el visitant disposa d'un recorregut clar, el segueix, si dubte entre una direcció i una altra, escull la que li sembla més atractiva. A més, segons Rico, el visitant tendeix a no utilitzar plànols i mapes, a no ser que siguin necessaris; i és que un visitant es manté en un mateix recorregut mentre no se li doni la oportunitat d'escapar. Per aquest motiu l'autor recomana que les exposicions temporals es dissenyin segons recorreguts fixos, on el visitant no pugui escollir recorregut. En canvi, pel que fa a les exposicions permanents, recomana que el recorregut sigui fix però amb la possibilitat de que en determinats punts el visitant tingui llibertat d'elecció.

D'acord amb el recorregut seleccionat per part dels visitants, el temps destinat a ells també és rellevant per explicar determinats comportaments. A més, el temps que el visitant dedica a una tasca en concret és l'indicatiu més fiable per predir l'eficàcia educativa (Shettel, 1992, 278).

A l'inici del recorregut d'una visita, és a dir, a la primera mitja hora del recorregut, es registren els nombres més alts d'atenció a les unitats o mòdols expositius, en canvi, a mesura que avança, les parades disminueixen i el temps destinat és menor progressivament (Lakota, 1976).

Dels diferents estudis que s'han dut a terme sobre el temps destinat a visitar una exposició, en destaquem el de Miles i Tout (1992), en el que afirmen que els visitants d'un museu, poques

vegades inverteixen més de dues hores per visitar-lo. Serrell (1997), en canvi, mitjançant diferents estudis realitzats en 108 exposicions, ha proposat l'eficàcia expositiva mitjançant l'índex de velocitat de recorregut de visita a les sales: la *llei del 51%*. Aquesta consisteix en la mitjana de minuciositat en què es visita una exposició en funció del percentatge de visitants que s'aturen en més de la meitat de les unitats expositives. Per tant, si el percentatge supera el 50%, l'exposició es pot considerar un èxit.

El mateix autor, a l'any 1998, va fer un estudi en 110 exposicions de diferents museus (de mides, temes i ubicacions geogràfiques diferents) per conèixer el temps aproximat que destinaven els seus visitants. Pel 80% de les exposicions, el temps mitjà destinat pels visitants no va ser mai superior als 20 minuts, tot i les seves diferents dimensions o tipus d'exposició. La mitjana de temps destinat als elements expositius va ser de 8 minuts i la mitjana de parades fou del 34%, amb molt pocs visitants que pareixin en més del 50% dels elements expositius. Com a conclusions de l'estudi, Serrell suggereix que no es pot plantejar a priori, per a una sola exposició extraordinària, una capacitat d'atenció superior als 20 minuts (Serrell, 1998).

En el cas del temps dedicat a les unitats expositives (independentment de la tipologia que siguin), Falk (1982b, 274) considera que la mitjana és de 30 segons. Pérez Santos (2000, 181) en canvi, considera, després de diferents estudis realitzats en el Museo Nacional de Ciencias Naturales de Madrid, que la mitjana de temps que el visitant destina als plafons amb text és de 2,7 segons, i el que destina als elements de tres dimensions és de 44,7 segons.

Per altra banda, en un estudi realitzat per Falk, Koran, Dierking i Dreblow (Falk *et al.*, 1985, 255) es posa de manifest que en els grans museus i a les exposicions de gran format, els visitants dediquen menys temps a observar cada unitat expositiva, que en museus o exposicions més petites.

Un altre dels aspectes bàsics que ajuda a explicar el comportament dels visitants del museu té a veure amb l'orientació. Segons Winkel, Olsen, Wheeler, Cohen, (Winkel *et al.*, 1975, 84): *"the availability of a comprehensive orientation system is absolutely essential if the museum is to ensure that visitors comprehend and appreciate its goals and purposes. The absence of an integrated approach may very well lead to inefficient strategies for viewing the exhibit halls with a resultant increase in frustration, boredom and fatigue"*.

En general es considera que una bona forma d'orientar pot generar una millor atenció del públic en relació als elements exposats. Entre aquestes formes, podem esmentar la geogràfica (on és cada cosa, la ubicació en un mapa, com anar-hi, i la senyalització interna de la mateixa

exposició), la intel·lectual (tríptics, publicacions, panells introductoris, el catàleg...), la conceptual (àrees d'orientació, plafons, pacs educatius...) i la psicològica (material de promoció de la exposició, fulls de sala, edició de material educatiu...) (Aumont, 1992, 101).

Diversos estudis realitzats en el camp de la orientació a l'interior del museu posen de manifest que aproximadament la meitat dels visitants dels museus, abans de realitzar la visita, s'informen del centre amb amics o coneguts (Bitgood, 1988, 168). No obstant, els visitants arriben al museu amb el temps per destinar-hi ja planificat prèviament. En un estudi realitzat per Pérez Santos l'any 1994, el 40% dels visitants del Museo Nacional de Ciencias Naturales de Madrid es va informar del museu abans de realitzar la visita i el 31% dels visitants totals van sol·licitar informació referent als continguts, l'orientació, localització i informació general del museu als vigilants de sala (Pérez Santos, 1998). A l'any 1988 Falk va realitzar un estudi amb grups escolars en un zoo. L'objectiu d'aquest estudi era el de posar de manifest la importància de l'orientació per a la millora de l'aprenentatge. En aquest estudi va poder observar com proporcionar una orientació prèvia abans d'iniciar la visita (saber què es veurà, on estan els serveis del zoo, on es localitzen els espais més destacats...) influeix més que no pas la preparació conceptual i educativa del propi centre (Falk, 1988, 64).

L'efectivitat dels plànols de mà també ha estat estudiada per part de diversos investigadors. Talbot, Kaplan, Kuo i Kaplan (Talbot *et al.*, 1993, 758) mitjançant entrevistes a més de 700 persones, posen de manifest que els plànols de mà, perquè siguin efectius, han de ser el més senzills possible i proporcionar només la informació imprescindible per a una correcta orientació. Bitgood (1992, 16), complementa en aquest sentit, que a més de ser senzills, han d'incloure referències espacials que es puguin identificar fàcilment amb l'entorn. Per altra banda, un estudi dut a terme l'any 1981 al Sonora Desert Museum d'Arizona per Shettel-Neuber i O'Reilly manifesta que el 65% dels visitants van utilitzar els plànols de mà per orientar-se dins el museu (Shettel-Neuber i O'Reilly, 1981).

L'espai o instal·lació on s'ubiquen els elements expositius esdevé també de important rellevància. Per exemple, Ruys (1970) va establir que no tenir finestres en un espai tancat comporta insatisfacció per part del visitant malgrat que la seva absència no redueix el seu rendiment (Pritchard, 1964). Focalitzat en el públic infantil, Gilmartín (1998, 225) considera que en l'etapa escolar de primària (edats compreses entre els 5-6 i 11-12 anys), si es manipulen variables en l'ambient, es poden observar canvis en el desenvolupament social, cognitiu i afectiu dels nens i nenes, i que no existeix diferència en el rendiment escolar d'alumnes en classes amb i sense finestres. Al seu torn Linholm (1995,27) considera que les

aules decorades de forma atractiva i animada influeixen en la participació dels nens, en la seva actitud cap al medi escolar i en el rendiment acadèmic.

Segons San Juan (1998, 246) hi ha una sèrie de factors que fan que els nens es trobin còmodes en un espai: la distribució i disposició dels elements a l'espai ha de ser el més semblant possible a una llar i cal tenir una clara identificació de l'ús de l'espai. Cada part de l'edifici ha d'estar ben diferenciada visualment i tenir espais que afavoreixin la interacció social, ha d'utilitzar de determinats colors per a cada espai (colors freds per àrees amb menor activitat i calents a les àrees de més activitat) i variar l'ús de materials diversos per produir diferents experiències visuals i tàctils, utilitzar la llum per ajudar a definir els diferents espais (tenint en compte que la llum càlida i de color groc afavoreix els ambients tranquils i de conversació) i tenir present la creació d'espais per a activitats col·lectives. Quan San Juan es refereix específicament als museus i a la interacció amb el públic infantil, afirma tàcitament que la exploració a través de les diferents sales de l'exposició mitiga la fatiga (San Juan, 1998, 247). En aquesta mateixa línia, Rico (2007, 241) exposa que per mitigar la fatiga, el recorregut de l'exposició ha de tenir en compte el descans físic, el descans visual i el descans psicològic del visitant, molt lligat amb la consideració per part del mateix autor, dels 3 eixos de compatibilitat, que s'haurien de poder considerar en tot museu: el de circular i poder descansar, el de llegir per informar-se i el de la recreació visual (Rico, 2008, 178).

Per evitar la fatiga de caràcter psicològic, o tal i com la defineix Rico (2003,155) "jet-lag expositiu", cal tenir en compte la distribució espacial, tal i com les ensenyances d'orient han recreat i posat a la pràctica al llarg de tants segles: poca obra en molt d'espai, on a l'obra s'arriba a poc a poc, amb una certa preparació, veient-se i amagant-se successivament; l'entorn immediat de l'obra ha de ser silenciós i neutre, la il·luminació és molt estudiada i cuidada, amb ombres que componen juntament amb la peça una escenografia delicada.... però també cal que el visitant pugui descansar visualment. La fatiga psicològica també es pot generar per la falta de finestres i miradors, vidrieres i terrasses, tant interiors com exteriors. Per aquest motiu, tal i com apuntava Pritchard (1964) i Rico (2003), cal tenir-ho en consideració. Així es recomana combinar l'ús de sales petites per exposar, amb grans patis i jardins per poder descansar (Rico, 2003, 156).

També, tal i com apunten San Juan (1998) i Rico (2007) s'ha de diferenciar les exposicions adreçades al públic infantil de les altres: per una banda, cal potenciar la imaginació i el joc; per l'altra, cal adaptar la complexitat de les condicions tècniques i, finalment, dedicar especial importància a la seguretat. Per aquest motiu calen "temes" concrets i puntuals, moltes

vegades relacionats amb la docència però també atractius per al públic infantil. Calen espais per a la “didàctica”, és a dir, calen pupitres per dibuixar i espais per a tallers experimentals. També cal considerar el “temps” que s’hi destina, ajustant la durada a la capacitat d’atenció del nen o nena; fer un recorregut curt, tenir en compte espais per a moviments i seients adaptats a les seves necessitats. Però per sobre de tot, s’ha d’emprar el “llenguatge” del joc, l’espectacularitat, la sorpresa, el misteri, la fantasia..., en definitiva, cal utilitzar un llenguatge infantil per a proporcionar la informació adequada i considerar la percepció visual específica de la seva edat (l’altura de les obres, la música...), tot pensant amb la seguretat (oferir menys aforament i proporcionar més visibilitat d’allò que s’exposa) (Rico, 2007, 117).

No obstant, el mateix Rico (2007, 118) també apunta que hi ha d’haver coherència entre l’argument de la exposició, la selecció d’obres, l’ordenació i la distribució expositiva. Per tal de que una exposició sigui didàctica cal posar textos introductoris o explicatius que siguin concisos i expressats en claredat, cal incorporar elements informatius que ajudin a contextualitzar l’obra (fotografies, maquetes, gràfics, mapes...), a més de posar a l’abast del nen o nena visitant, material complementari tant divers com guies, fitxes didàctiques... i sobretot fugir de la monotonia expositiva, destacant obres per sobre les altres.

Parsons i Loomis (1973) consideren que els objectes situats al llarg de la ruta més curta i situats entre l’entrada i la sortida d’una exposició són els que reben la major atenció. Un exemple d’element expositiu eficaç el proporcionà Belcher (1994) quan considera que l’ús creatiu de la maqueta com a mitjà didàctic té un potencial enorme ja que presenta i interpreta idees d’una forma que no seria possible de cap altra manera (tenint en compte que l’estudi es va efectuar l’any 1994 abans de propagació de les recreacions informàtiques). De la mateixa forma també s’afirma que el joc està en les bases de l’aprenentatge no formal i les estratègies interactives estan a la base dels nous museus (Belcher, 1994). Bitgood (2002) considera que l’atracció per a un objecte que es troba més destacat, com per exemple l’ús d’una gran pantalla de projecció, influirà en el *flux de trànsit* del visitant mitjançant la creació d’una tendència acompanyada d’un desplaçament. Tot i que els visitants tendeixen a seguir per un camí lineal, una porta oberta enmig del recorregut o un determinat objecte situat de forma destacada pot oferir al visitant un moment d’atracció (o distracció) que li proporcioni un canvi direccional de recorregut. De fet, Melton ja a l’any 1935 va informar que hi havia una forta tendència en el recorregut d’una exposició de fotografies a moure’s al llarg de la paret de la dreta i de sortir per la primera porta oberta. Quan es va tancar la porta els visitants van haver



de sortir per la mateixa porta que van entrar i, com a conseqüència, van realitzar el recorregut complet de l'exposició i van posar més atenció als objectes (Melton, 1935).

Parlarem d'interrelació material, quan ens referim a la relació que s'estableix entre un objecte o element expositiu, amb el nen o nena que l'identifica. Així, "El pla d'interactivitat més important seria aquell que aconseguís la interacció entre el missatge expositiu i els esquemes mentals dels visitants" (Asensio i Pol, 2002, 101). En aquesta mateixa línia, Miras (1993, 72) considera que els coneixements previs no només permeten fer un primer contacte amb el nou contingut de l'exposició, sinó que són el fonament de la construcció de nous significats. Així doncs, la interacció que existeix entre el nen i els materials de la exposició, no només depèn del com es presenta sinó de les particularitats de cada individu i el seu propi *background*.

Quan Piaget parla d'interacció material, estableix uns paràmetres procedimentals concrets: el nen relaciona, combina i interpreta la realitat a partir de les experiències adquirides amb la interacció material, organitza la seva pròpia conducta en sistemes estructurats i coherents i, finalment, inicia el pensament hipotètic-deductiu (Piaget, 2001). No cal promoure l'elaboració de treballs manuals amb l'únic objectiu de motivar o aprendre activament. Podem interactuar amb els materials per aconseguir que l'alumne faci un descobriment personal sobre allò que ha d'aprendre mitjançant la reflexió, la manipulació verbal i/o l'abstracció (Piaget, 1980).

No obstant, els infants se senten més lliures quan fan ús d'un material que els exigeix pocs coneixements. Això es dona quan es posa a l'abast de l'infant uns mitjans d'expressió més adaptats (Driscoll, 1968, 28), ja que quan els nens i les nenes se senten estimulats o desafiat intel·lectualment, no s'avorreixen (Furth i Wachs, 1978, 81).

#### **4.3. Context social**

Des del moment en què el museu esdevé un lloc de diàleg (Schauble, Leinhardt i Martin, 1997, 5), on el visitant interactua dins d'un determinat context, sovint en grup, cal tenir molt en compte les relacions socials i la interacció entre les diferents persones en el moment de visitar-lo (Asensio i Pol, 2002, 107; Blud, 1990a, 264). Com a conseqüència de les diverses relacions socials que s'hi desenvolupen, segons Sangrador (1991, 147), "el disseny dels mitjans físics afecta les nostres conductes, i una de les més afectades, és la interacció social" i, segons Mercado (1988, 45), "La nostra interacció amb el medi és sempre part de la nostra interacció amb els altres".

Malauradament, el nombre d'estudis publicats sobre el context social del museu, les relacions interpersonals amb els visitants i la interacció entre les diferents persones no són tant nombrosos com els estudis realitzats sobre el context físic o ambiental del museu. Sterry i Beaumont (2006, 223) assenyalen que la diferència és encara més abismal quan es compara el nombre d'estudis de públic fets en museus de ciències amb els realitzats en museus d'art. A més, en el cas que hi hagin estudis sobre el context social, on l'element principal és el nen i el seu nucli familiar, el que s'avalua bàsicament és el grau d'aprenentatge de la visita (Sterry i Beaumont, 2006, 223). Per aquest motiu, ens és molt difícil parlar només de relacions socials en aquest àmbit i és per això que també farem referència al binomi educació-entreteniment, tant lligat al procés d'aprenentatge. Falk (2009, 51) en el seu treball sobre museus i aprenentatge cita un estudi de Theano Moussouri en el qual s'afirma que l'educació i l'entreteniment han d'anar estretament relacionats. En els diferents estudis que va realitzar, va poder observar com tots els visitants compartien el desig d'aprendre amb el de divertir-se (uns donaven més importància al fet de divertir-se i altres al d'aprendre), tot i que sovint, la forma de com s'aprenia anava condicionada a les motivacions prèvies a la visita (Falk, 2009, 51). No obstant, centrant-nos amb els estudis de visitants familiars, els estudis efectuats fins l'actualitat constaten que les famílies que visiten els museus d'art ho fan, no només per raons socials i d'entreteniment (Hood, 1993), sinó també per aprendre (McManus, 1994). En aquest context, compartir experiències, involucrar tots els membres de la família i divertir-se junts té un efecte positiu en les visites familiars (Hood, 1993), fomentant una millor relació entre pares i fills (Cox, Lamb i Orbach, 2000; Lewis i Lindsay, 2000).

Si tenim en consideració la definició de Molly Hood també citat per Falk (2009, 48) que fa als anys 1980 sobre els diferents tipus de públic que participen d'activitats d'un museu, és interessant observar com la seva categorització ve marcada pel paper del visitant en relació al grau d'aprenentatge: aquells que busquen estar amb gent (interacció social), els que volen fer quelcom útil, els que volen sentir-se a gust, els que volen intercanviar noves experiències, els que volen tenir l'oportunitat d'aprendre i els que volen participar activament.

En aquest sentit, Talboys (2005, 57) afirma que el que és important de les visites familiars és que no van a aprendre res en especial, és a dir, que estan oberts a tot, i ho fan de forma voluntària e informal. Tanmateix, les famílies visiten els museus perquè la visita la troben educativa i el museu és un espai on la família pot estar junta i on tots els membres poden aprendre conjuntament.

Quan Falk i Dierking preguntaven sobre les expectatives de la visita al públic familiar, aquests solien respondre que esperaven trobar coses per fer, i que cada membre de la família pogués gaudir, que poguessin trobar un ambient atractiu i segur, tenir l'oportunitat de fer coses diferents a les de només mirar<sup>21</sup>, i finalment, volien estar personalment involucrats amb l'exposició (Falk i Dierking, 1992, 26). Els mateixos autors, després de varis estudis, arribaren a la conclusió que l'experiència de les famílies que visiten un museu esdevé un acte social i que la interacció social juga un rol molt important en l'experiència. I és que la interacció social inclou les qüestions i les discussions que generen l'observació de panells, les converses entre els diferents membres dels grups i allò que toquen o manipulen en relació a allò exposat (Falk i Dierking, 1992, 45). Per aquest motiu, Falk i els seus investigadors determinen que la família tipus que visita un museu destina entre el 15 o el 20% de la durada de la visita a interactuar amb la família i entre el 2 i el 5%, atenent a individus que es troben fora del seu grup social (Falk i Dierking, 1992, 45).

Dels mateixos autors, hi ha altres estudis on s'ha avaluat el comportament de les famílies a partir de les transcripcions de les converses. En aquests estudis s'ha demostrat que les famílies utilitzen els museus per fer broma entre ells, parlar d'apats i comparar objectes relacionats amb les seves experiències personals (Falk i Dierking, 1992, 47). En aquesta mateixa línia trobem els estudis de McManus (1989, 178) en els quals afirmava que les converses que mantenen els diferents membres de les famílies visitants de museus són personals i íntimes, però al mateix temps, relacionades o creades a partir de la meditació dels panells de l'exposició. A més, quasi totes les famílies parlen en un moment o altre del tema de l'exposició o sala on es troben. En canvi, pel que fa als textos dels panells, no acostumen a prestar-hi total atenció perquè els membres de la família, prefereixen mantenir i gaudir de les relacions socials amb els companys del grup. Per altra banda, McManus també afirma que les famílies actuen segons les pautes de comportament d'altres, és a dir, si un membre del grup o d'una altra família toca un panell, els altres sense saber massa perquè, també ho fan (McManus (1989, 179). Falk i Dierking (1992, 44) esmenten que Deborah Benton, en un treball sobre quatre museus novaiorquesos, considerava que l'estil de lideratge de les famílies tendeix a influir en el temps dedicat a visitar una exposició. En aquelles famílies que els pares lideren el recorregut, les famílies acostumen a estar-se menys estona a les sales més acadèmiques i més

---

<sup>21</sup> Richter aporta que el que espera un nen d'una visita al museu és: poder tocar, que qui fa les explicacions no parli massa, que li deixin observar l'estona que vulgui allò que ell troba interessant (no el que els adults diuen que és més interessant), no haver-se d'estar quiet massa estona o no poder parlar amb els altres sobre allò que està veient, no veure allò que s'ha de veure perquè hi ha massa gent o està massa alt i no hi arriba (Richter, 1993, 12).

temps, en el lloc on l'exposició està pensada perquè els visitants interactuïn (Falk i Dierking, 1992, 44).

Els mateixos Falk i Dierking (1992, 60) consideraven que la interacció social també sol venir condicionada per la durada de la visita al museu. Per aquest motiu, dividien la visita familiar en una primera fase d'orientació de 3-10 minuts de durada, una segona on els membres de la família miren atentament (15-40 minuts), una tercera fase de 20-45 m on algun membre del grup comença a estar cansat (en aquesta fase ja no hi ha tanta atenció amb els panells i objectes, i s'agilitza i simplifica el que es vol aprendre o visitar) i una darrera de 3-10 m que és quan comencen a marxar (moment en què arriba la *fatiga de museu* i els temes de conversa de les famílies passen a ser: els WC, el dinar, o la botiga de records i miren els rellotges per determinar en què destinen el temps que els queda tot seguint els cartells de sortida).

Partint de la base que els grups familiars solen ser multigeneracionals, cal tenir en consideració la relació existent entre pares i fills o entre nens mateixos. La diferència de comportament entre un adult i un nen va ser fixat pels estudis realitzats per Robert Lakota (cited by Falk i Dierking, 1992, 42). Lakota l'any 1975 va fer un estudi al National Museum of Natural History de Washington, D.C. i va poder observar com els pares acostumen a seleccionar la sala a mirar, depenent de la familiaritat existent amb el tema que s'hi tracta. En canvi, els nens, es guien pel nivell d'interacció que pot oferir una sala. Un altra estudi de la Judy Diamond realitzat al Lawrence Hall of Science in Berkeley i a l'Exploratorium a San Francisco, va demostrar que la majoria de les famílies remenen i toquen interactius sense haver llegit prèviament les explicacions. Els membres de les famílies proven d'entendre a partir de la manipulació i errar tot discutint-ho en família. Només llegeixen les instruccions en el cas que després de manipular i discutir no hagin entès el missatge (Diamond *et al*, 1980, 16). No obstant, La interacció amb altres nens és tant o més important que la interacció amb els mòdols expositius<sup>22</sup>: ja sigui compartint una activitat, cooperant, mirant altres nens com fan una activitat o ensenyant a altres nens com es fa una activitat o a través de jocs imaginaris (Allen, 2002, 299).

Un aspecte rellevant a tenir en compte en el marc del context social és el temps que dediquen els membres de les famílies a parlar entre ells o estar en silenci davant un mòdul expositiu.

---

<sup>22</sup> Un dels espais on es porta a terme la interacció entre nens és en el marc de les visites escolars. Segons els resultats obtinguts en els estudis de Talboys fets en el món anglosaxó, el 25% dels nens que visiten el museu amb l'escola torna amb la família (Talboys, 2005, 15).

Segons un estudi efectuat per Allen (2002, 280), en el 83% dels mòdols expositius d'un museu hi ha conversa i en el 17% restant els membres estan en silenci. Els grups de visitants que no tenen membres infantils fan més parades callats que els que en tenen i, tan sols, en el 3% de les parades les converses entre els membres no tenen res a veure amb l'exposició o amb el procés d'aprenentatge (Allen, 2002, 282). Blud (1990b, 262) afirma que a les sales interactives és on les famílies intercanvien més opinions: es fomenta el debat, s'argumenten les explicacions i es discuteix mentre es mostra i s'explica (potenciant el binomi debat / argument). En canvi, a les sales on no hi ha interactius, la informació que proporcionen els diferents membres de les famílies és informació didàctica, aspectes relacionats amb la conducta i la disciplina i es conversa sobre temes que poc tenen a veure amb l'exposició.

En la mateixa línia, la majoria de pares guien els seus fills, els assenyalen una part de l'evidència i els donen instruccions directes de com han de mirar. Crowley, Callanan, Jipson, Galco, Topping i Shared (Crowley *et al.*, 2001) assenyalen que el 57% de les interaccions entre pares/mares i fills/es, els primers indiquen als fills/es com han de mirar o manipular (Crowley *et al.*, 2001, 717). En el 37% dels casos, els pares o mares s'adrecen als seus fills amb la finalitat de que aquests descobreixin per si mateixos (sense que el fill els ho hagi demanat), tot i que en el 31% dels casos, les explicacions també tenen lloc sense la manipulació de l'interactiu o manipulable. En el 29% dels casos, les explicacions dels pares o mares van seguides de preguntes dels nens (Crowley *et al.*, 2001, 717).

Quan es tracta de diferències entre un sexe i un altre, Brown (1995, 69) afirma que en exposicions interactives de ciència, els pares interactuen més amb els nens i les mares amb les nenes. No obstant, Filtrault i Ritchie consideren que en els museus els nens atribueixen una major influència per part dels pares que de les mares (Sterry i Beaumont, 2006, 233). En aquesta mateixa línia de la recerca, quan Blud (1990b, 262) fa referència a les sales interactives, considera que existeix una tendència segons la qual tant el pare com la mare se centren primer amb la nena que amb el nen, malgrat que tants els nens com les nenes presten més atenció a la sala que a les explicacions dels pares. Segons l'autora, a les sales que no són interactives, la mare es comunica més amb els nens que amb les nenes i el pare no interactua tant. A més, en aquelles sales no interactives, que estan formades bàsicament per objectes i cartells estàtics, els pares divideixen la seva atenció per igual al nen que a la nena, i solen ser els fills i les filles els que demanen o sol·liciten informació als seus pares (Blud, 1990b, 262).

De forma més analítica, Pol i Morales (1991, 287) estableixen quina és l'edat i quines són les necessitats de l'individu en el moment que consideren la interacció amb els demés com a base

fonamental pel seu desenvolupament intel·lectual i com a membre d'una societat. Així doncs, consideren que els nens i les nenes de 4 a 7 anys perfeccionen les seves activitats motrius i poden arribar a fer activitats de major complexitat. Però no és fins els 7 anys que predomina més la dimensió social de l'activitat, convertint la interacció amb els altres individus gairebé en protagonista. Cal doncs, tenir en compte aquests dos elements: l'activitat organitzada però també l'activitat lliure per motivar les relacions socials.

Concretament, amb els nens a partir dels 8 anys cal considerar la seva forma de desenvolupar-se com a individu dins una societat. A partir dels 8 anys, el nen o nena crea una imatge pròpia i forma la seva pròpia identitat. És el moment en el qual anirà gestionant cada vegada més el seu propi espai. El nen ja no necessita tant a l'adult i busca més privacitat. No obstant, les seves conductes es tornen més "grupals", ja que la cooperació porta implícita la llibertat d'acció en col·laboració amb els demés (Pol i Morales, 1991, 289).

Dunbar i Klahr (1989, 142) van trobar que, a diferència dels adults, els nens generen més comparacions entre elements i sovint arriben a conclusions incorrectes abans de realitzar una recerca exhaustiva. A través de diferents estudis, els mateixos autors arribaren a la conclusió que els processos de raonament científic dels nens són millors quan els pares i els nens participen conjuntament. No obstant, Crowley i Siegler (1999, 312) apunten que les explicacions dels adults poden facilitar la resolució de problemes i la construcció de teories pròpies. A més, quan els adults proporcionen explicacions als nens, aquests construeixen més vincles familiars i faciliten l'aprenentatge del nen (Crowley i Siegler, 1999, 312).

En definitiva, el museu és un espai d'interacció, de relacions i vincles socials entre els individus d'un mateix grup i altres (Hooper-Greenhill *et al.*, 2006, 18).

## 5. MARC MUSEÍSTIC

## 5.1. Història dels museus de la ciutat de Girona

La creació del primer museu gironí, a mitjans del segle XIX, no es fet aïllat i descontextualitzat sinó que tingué lloc en un marc de sorgiment i creació d'iniciatives culturals molt diverses (Quer 2002, 519). Una d'aquestes iniciatives va tenir lloc a l'any 1836, quan es té constància que a la ciutat de Girona es podia començar a gaudir d'una programació de representacions teatrals o al 1859 quan ja es podia assistir a les primeres tertúlies culturals que molts cops prenién com a escenaris els cafès de la ciutat. A més, el Casino, els balls o els primers certàmens deixaven entreveure l'inici del fort moviment cultural que es produí a la ciutat de Girona a mitjans i finals de segle XIX (Fulcarà, 1976, 3).

En aquest context, un dels esdeveniments culturals amb més transcendència va tenir lloc a l'any 1844, quan el Govern central va crear a cada província l'anomenada *Comisión de Monumentos Histórico y Artísticos*, formada per cinc membres. L'objectiu de la *Comisión* era bàsicament el de recuperar i promoure la conservació del patrimoni històric i artístic que es va veure afectat durant i després de les desamortitzacions del 1835 i 1836 (Llorens, 2006, 23; Buscató, 2011, 86-90).

Segons el decret que la regulava, la *Comisión* havia de desenvolupar la seva actuació entorn tres àmbits: constitució de biblioteques i arxius; protecció del patrimoni moble a través de la constitució d'un museu provincial i promoció d'excavacions arqueològiques i conservació d'edificis emblemàtics. Persones importants i destacades de la ciutat van ser els responsables de les tres seccions establertes: la de biblioteques i arxius, la d'escultura i pintura i, finalment, la d'arqueologia i arquitectura (Buscató, 2011, 252-256)

Com hem esmentat, cada província tenia una *Comisión* que podia operar de forma autònoma a la seva demarcació, però que estava inicialment supeditada a una *Comisión Central*, amb seu a Madrid (Llorens, 2006, 26), per bé que després aquesta *comisión* central va ser suprimida l'any 1857 i les *comisiones provinciales* varen passar a dependre de la Real Academia de San Fernando (Maier Allende, 2003, 41). La tasca de la *Comisión* de Girona, per qüestions derivades de la migradesa de la seva capacitat executiva, es va centrar especialment en alguns projectes: la conservació del monestir de Ripoll, la creació d'una biblioteca i d'un museu provincial i les excavacions arqueològiques d'Empúries (Buscató, 2011, 256-270)

Malgrat tot, aquesta *Comisión* i els seus responsables van impulsar la conservació del patrimoni i, com ja hem vist anteriorment, van establir un primer marc d'actuació que va servir de base per a les generacions venidores. No obstant, la creació del Museu Provincial a la Ciutat



de Girona no va ser immediata i van haver de passar uns anys per tal d'esdevenir una realitat. Segons Llorens (2006, 17-18) en l'etapa fundacional, en no disposar de seu oficial pel Museu, les peces que la *Comisión* anava rebent de les excavacions d'Empúries, de les donacions i compres, es van dipositar de forma temporal a l'edifici conegut actualment com a Institut Vell, l'antic convent dels caputxins ubicat al carrer de la Força i en aquell moment seu de l'Institut de Segon Ensenyament de Girona.

No va ser fins al 1855, quan l'arquitecte provincial Martí Sureda proposà instal·lar l'esmentat museu en el claustre del monestir de Sant Pere de Galligants, tot i que una inundació del riu Galligants al 19 de setembre de 1843, que va deixar al seu pas 120 morts, havia destruït bona part dels murs del claustre i de l'església de Sant Pere de Galligants (Llorens, 1995, sense paginar). Per aquest motiu, la *Comisión* va haver de destinar gran part del seu pressupost a la reforma i adequació de l'espai (Buscató, 2011, 347).

Malgrat tot, la necessitat de trobar un lloc on conservar els objectes que la *Comisión* havia anat aplegat amb el temps va propiciar que, per iniciativa de la *Comisión* i de tot un grup d'intel·lectuals gironins, l'any 1860, el Museu Provincial de Girona s'emplacés definitivament al claustre de Sant Pere de Galligants, tot i la convivència de la col·lecció amb les llargues reformes de l'edifici que varen durar fins al 1877 (Llorens, 2006, 24).

Efectivament, després de 10 anys d'espera, al 1870 es va inaugurar oficialment el Museu Provincial de Antigüedades i de Bellas Artes de Girona a Sant Pere de Galligants (Quer, 2002, 521). Concretament el dia de Sant Narcís, el 29 d'octubre de 1870 el Museu Provincial va obrir les portes al públic de 9 a 12h del matí. Enric Claudi Girbal fou el conservador en cap designat per la *Comisión de Monumentos*. Als primers mesos, no s'exposaven massa peces, només s'obria unes hores a la setmana però l'afluència de visitants i el més important, la voluntat de fer-hi donacions, varen ser claus perquè els responsables invertissin esforços i temps en fer créixer el museu (Quer, 2002, 521). Tal i com diu Pla Cargol (1956, 5) moltes de les aportacions d'objectes d'arqueologia i de Belles Arts provenien de les donacions de famílies de la ciutat i de les peces trobades a les excavacions d'Empúries impulsades per la mateixa *Comisión* (Llorens, 1995, sense paginar; Nolla, 2007, 435). D'aquesta forma, després de la seva obertura al públic, Enric Claudi Girbal va poder redactar el primer catàleg general del museu (Buscató, 2011, 420). També en aquells anys, de les donacions dels particulars se'n varen fer exposicions d'art de forma temporal. Una part de les peces exposades obra d'artistes es venia al públic i les altres passaven a formar part del fons del museu. Un bon exemple és l'exposició feta el 1879 on a través d'un catàleg, fet a mode de llistat, el visitant podia anar visitant les peces i conèixer, a

part de l'autor de l'obra, el preu de venda al públic (*Catálogo de la Exposición artística de 1879 celebrado por la asociación para el fomento de las Bellas Artes de Gerona*, 1879). Molt sovint, les peces exposades ja no tornaven als seus propietaris i passaven a formar part del fons del museu. Persones rellevants de la ciutat de Girona i intel·lectuals de l'època varen visitar el museu i en van deixar constància al llibre de visites a partir del 17 d'octubre de 1882: Víctor Balaguer, Emil Hübner, Rudolf Beer, el bisbe de Vic Josep Morgades, el canonge Jaume Collell, Pere Bosch Gimpera, Hugo Obermaier... (Llorens, 1995, sense paginar).

Com que les donacions de peces per part de particulars anava en augment<sup>23</sup>, les excavacions arqueològiques anaven prosperant (el 9 de març de 1908 començaren les excavacions a Empúries per part de Puig i Cadafalch i Manuel Cazorro), i l'afluència de visitants al Museu Provincial anava *in crescendo*, el 25 d'abril de 1933 es va nomenar el primer director del Museu Provincial d'Antiguitats: Lluís Busquets i Mollera.

Paral·lelament, al primer terç del segle xx<sup>24</sup>, la ciutat presencià el naixement d'un embrió de museu a l'edifici del Seminari que no arribà a fundar-se com a tal en aquell moment i que en el futur constituí una part de les col·leccions del Museu Diocesà de Girona. La col·lecció que s'hi aplegava quedava oberta al públic a finals dels anys vint. Concretament es va obrir l'1 d'octubre del 1927, sota la denominació de Museo y Biblioteca del Seminario<sup>25</sup>.

Per altra banda, Joaquim de Carles i Ferrer, hereu d'una de les famílies benestants de Girona, va fer donació testamentària al bisbat de la seva casa a la plaça del Vi. Posteriorment, per tal de que les peces religioses a conservar del seminari, poguessin disposar d'un espai per classificar-les, ordenar-les i centralitzar-les juntament amb les peces de la sala del Tron, el museu del Seminari<sup>26</sup> es va ubicar a la Casa Carles. La documentació més antiga que es té d'aquest fet, és que es començà la tasca de documentació de les peces a partir del 1935. Des del seu inici fins a l'esclat de la Guerra Civil les tasques se centraren sobretot en el trasllat de les peces del Seminari de Girona a l'edifici Carles, però no va ser fins després de la guerra que es va poder continuar amb les tasques de catalogació pròpies d'un museu (Font, 1952, 63).

---

<sup>23</sup> En aquells mateixos anys, en un local del mateix museu, gràcies a la bona col·laboració que existia amb el Centro Artístico de Olot i l'Asociación para el Fomento de las Bellas Artes de Girona, s'organitzaven exposicions artístiques que anaven descobrint el patrimoni de la Província (Llorens, 1995, sense paginar).

<sup>24</sup> "La colección Pedro Valls". Diario de Gerona, 15 /10/ 1927, p. 1 i 2.

<sup>25</sup> "Noticias". Diario de Gerona, 05/10/1927, p. 1

<sup>26</sup> Informació facilitada pel Dr. Narcís Soler.

Durant la Guerra Civil, l'activitat cultural quedà severament bloquejada i l'esclat de la Guerra posà en perill moltes de les peces exposades als museus catalans, i entre elles, el de Sant Pere de Galligants. Per tal de protegir les peces del museu davant possibles bombardejos, es va decidir embalar-les i distribuir-les en diferents espais de la ciutat; com a forma preventiva al 1938 es van traslladar peces al Palau Episcopal<sup>28</sup> i a la Catedral de Girona (Pla Cargol, 1956, 6).

Poc després d'acabada la guerra, el 5 de maig de 1939 es reconstituí la Comisión de Monumentos (Llorens, 2006, 31). Malgrat aquesta reconstitució la *Comisión de Monumentos* no va poder exercir cap gestió sobre el Museo Provincial de Antiquedades y Bellas Artes, ja que quinze dies abans de la presa de possessió de la ciutat de Girona per part de l'exèrcit franquista (18 de gener del 1939), aquest va a passar a dependre del *Cuerpo Facultativo de Archiveros, Bibliotecarios y Arqueólogos*. No obstant això, les col·leccions d'art modern es mantingueren sota la competències de la Comisión de Monumentos i organitzades com a Museo de Bellas Artes des del mes de maig de 1939 (Llorens, 2011, 38). Aquell mateix any, el 4 d'agost de 1939, el museu d'arqueologia va reobrir les seves portes ocupant no només el claustre i el sobreclaustre sinó també l'església de Sant Pere de Galligants (Domènech i Gil, en premsa)

La tasca principal en aquells anys, i en concret al 1942, va ser principalment la de difusió del patrimoni del museu. En aquest sentit, es van organitzar uns cicles de conferències que s'anirien repetint anualment i es van començar a muntar exposicions temporals a l'interior del mateix edifici (Llorens, 1995, sense paginar).

Per altra banda, l'any 1942 també va ser clau per les col·leccions eclesiàstiques. Al mes de febrer d'aquell any fou inaugurat el Museu Diocesà que només obria a hores convingudes. Pocs després, l'any 1945, s'acabà la catalogació definitiva de les seves peces i a partir de 1952, el Museu Diocesà de Girona s'obria al públic de forma regular a la Casa Carles (Soler, 1988, 13).

La disposició de les sales i de les vitrines estava pensada perquè facilités l'estudi i documentació dels investigadors i sobretot, perquè els alumnes del seminari poguessin visitar-lo com a complement de les classes teòriques. Les sales estaven distribuïdes de la següent forma: sala romànica amb escultura i pintura, arts suntuàries, sala gòtica, sala d'escultura i pintura del segle XVI, sala del segle XVI i XVII, sala del pintor Matas, sala de pintura moderna i finalment, la sala destinada a la col·lecció d'Empúries (Font, 1952, 64-84). L'èxit d'aquest

---

<sup>28</sup> Segons Narcís Soler, el trasllat de les peces al Palau Episcopal es va fer amb la intenció de fer un gran museu, el "Museu del Poble".

museu es va veure reflectit amb el volum de peces que exposava. Al 1956, el Museu Diocesà ja comptava amb més de 3.000 objectes la majoria dels quals provenien de les diverses parròquies de la diòcesi, de donacions, de la col·lecció Font i de compres efectuades pel bisbat (Pla Cargol, 1956, 49).

Una nova iniciativa privada impulsada als anys 1951 i 1952 va propiciar l'augment del nombre de museus a la ciutat. Aquella vegada el bisbe Cartañá i el capítol de la Catedral de Girona van decidir agrupar les joies artístiques que es guardaven a la Catedral i fer-ne un museu. Els responsables de l'organització i distribució de les peces al llarg de les 3 sales capitulars van ser els canonges Font i Marquès. A la primera Sala hi col·locaren els retaules, a la segona sala les custòdies, les joies, les creus... i finalment a la tercera sala, l'imponent Tapís de la Creació i la resta de retaules que no cabien a la primera. L'iniciativa que començà l'any 1952, tan sols necessità un any per obrir les sales al públic (Pla Cargol, 1956, 60). El Museu-Tresor de la Catedral de Girona, comptava, i compta, amb un gran quantitat de peces provinents de donacions de bisbes, reis, abats, canonges..., d'adquisicions de relíquies i objectes de valor, però també restes de retaules, peces d'orfebreria, d'art sacre i objectes de culte acumulats pel Capítol de la Catedral de Girona al llarg de més de 1000 anys<sup>29</sup>.

Relativament pocs anys després, el 1960, l'Ajuntament de la ciutat creava el Museu d'Història de la Ciutat . El seu emplaçament inicial va ser en una casa noble del carrer de la Força, la casa Burgués o Sambola. Allà es realitzaven exposicions de caràcter temporal relacionades amb temes històrics locals. El 1963 fou l'any de la inauguració oficial del museu i es celebrà amb una exposició temporal dedicada a la guerra del francès. La majoria del material exposat a les sales permanents provenia del Museu Diocesà i del Museu Provincial de Sant Pere de Galligants que les cedien en dipòsit (Soler, 1984, 3).

Aquest museu no pretenia ser massa ambiciós ja que esperaven l'aprovació i construcció d'un projecte municipal global. Concretament, l'Ajuntament de Girona volia formar un gran museu on reunir les diferents peces i temàtiques dels museus de la ciutat, que s'havia de construir de nova planta a la zona on avui dia hi ha la Facultat de Lletres de la Universitat de Girona. El projecte va quedar sobre el paper en no rebre els 400 milions de pessetes que l'Estat s'havia compromès a aportar (Soler, 1984, 3).

Dos anys abans de la mort del general Franco, en el lloc que fins aleshores havia estat el gimnàs Balmes, el 27 d'octubre de 1973 i coincidint amb les fires de Girona, la "*Caja de*

---

<sup>29</sup> [www.catedraldegirona.org](http://www.catedraldegirona.org) (Data de consulta 23 -5-09)

*Ahorros Provincial de la Diputación de Gerona*” inaugurà la Fontana d’Or al carrer ciutadans com a espai cultural i d’exposicions (Gil, 1973, 21). La voluntat inicial va ser la de reunir a la planta noble i superior, una mostra escollida de peces del museu de Sant Pere de Galligants que s’haurien d’anar renovant periòdicament. Els baixos i els soterranis havien de servir per ubicar-hi exposicions d’art actual procedents de la província. D’aquesta forma volien que aquest esdevingués el Museu de Girona. El que es féu en realitat, fou destinar els espais per fer exposicions temporals amb vincles locals i destinar les sales per a fer concerts i conferències (Tarrés, 1973, 28). El mateix any de la inauguració, es féu un concert de música amb el conjunt barceloní “Ars Musicae” amb el mestre Civil (Civil, 1973, 36) i es dugué a terme la primera exposició temporal amb pessebres, textos i fotografies: “Nadal i Reis a la Fontana d’Or”. Tal i com diu Olivier (1973, 45) aquell any també es dugué a terme la primera mostra provincial d’art amb artistes gironins.

Així doncs, pocs anys abans de l’arribada de la democràcia parlamentària a Espanya, Girona comptava amb tres museus: el Museu Arqueològic Provincial, el Museu Diocesà i el Museu d’Història de la Ciutat, i un centre per a exposicions que tot i les voluntats, no va arribar mai a ser museu: la Fontana d’Or.

Segons Soler (1988, 14) el Museu Arqueològic Provincial i de Belles Arts , reunia una gran quantitat de peces en un edifici que patia greus limitacions espacials. L’any 1973, degut a les obres de restauració de l’església i el sobreclaustre de l’edifici de Sant Pere de Galligants, es va aconsellar traslladar part de les col·leccions a la Fontana d’Or (espai on es volia fer el “Museu de Girona”<sup>30</sup>), però també es van dipositar peces als magatzems del Centre d’Investigacions Arqueològiques creat per la Diputació de Girona i ubicat a la Casa de la Cultura de Girona. Per la seva banda, totes les peces del Museu Diocesà instal·lades a la Casa Carles van ser traslladades al Palau Episcopal. Aquesta proposta però, va sorgir arrel d’un projecte de museu d’Art Religios de Girona que no va veure la llum i que havia d’agrupar totes les peces del Museu Diocesà i les del Tresor de la Catedral, aprofitant les reformades sales Capitulars de la Catedral. El mateix any 1974, el bisbe de Girona Jaume Camprodon, proposà que el Palau Episcopal, situat al costat de la Catedral, es dediqués a la ciutat de Girona i es destinés el seu ús a fins culturals. Per problemes econòmics el projecte de Museu d’Art Religios de Girona es va haver d’endarrerir i les peces del Museu Diocesà de la Casa Carles es van col·locar al Palau Episcopal des d’on progressivament s’havien d’incorporar al Museu d’Art Religios de Girona.

---

<sup>30</sup> Informació facilitada per Narcís Soler

Segons Llorens (2006, 39) el 13 de febrer de 1975, és la data de la darrera reunió que va dur a terme la *Comisión Provincial de Monumentos* de Girona, l'extinció de la qual, però, no va ser decretada en cap moment. Per aquest motiu, l'any 1976, quan es signà el conveni per tal de convertir el Palau Episcopal en un museu de Belles Arts, els que ho signaren foren el Bisbat i la Diputació de Girona, de la qual depenia des dels anys 50 i 60 el Museu Arqueològic Provincial i de Belles Arts.

Amb aquest nou conveni, el destí de les peces del Museu Diocesà canvià completament. Fallit el projecte de Museu d'Art Religios de Girona per problemes econòmics, el nou museu d'Art ubicat al Palau Episcopal havia de reunir peces provinents del fons del Museu Diocesà i del Museu Arqueològic Provincial. L'any 1979 es van traspasar les peces del fons artístic medieval i modern de Sant Pere de Galligants a la nova ubicació, el Museu d'Art de Girona. Així doncs, es repartí el fons del Museu Arqueològic Provincial i de Belles Arts en dos espais i dues temàtiques ben diferenciades: a l'edifici de Sant Pere de Galligants les col·leccions d'arqueologia i al Palau Episcopal les col·leccions d'art (Soler, 1984, 2).

Les obres d'adaptació del palau episcopal en Museu d'Art de Girona van començar un any més tard i el museu s'inaugurà el 7 d'abril de 1979. Així doncs, a inicis de la dècada dels anys 80 del segle passat es gaudia de dos museus ben diferenciats a la ciutat. El museu de Sant Pere de Galligants, amb peces de la prehistòria i l'edat antiga per un costat, i per l'altre, les peces i obres medievals, modernes i contemporànies al Museu d'Art de Girona. Dos noves seus (gestionades ambdues per la Diputació), amb dos nous directors pel que havia estat un únic i antic Museu Provincial, que havia de contenir peces des de la prehistòria fins a l'època contemporània (Domènech i Gil, en premsa).

L'any 1984 el Museu d'Art de Girona inaugurava la tercera fase de reforma del museu, la qual ja disposava de 20 sales permanents i dues sales per exposicions temporals (Soler, 1984, 10).

Paral·lelament al procés de construcció del Museu d'Art de Girona, es traspassà la gestió de la Farmàcia de l'antic Hospital de Santa Caterina del segle XVII, propietat de la Diputació, a aquest museu. La col·lecció de la Farmàcia compta amb 400 pots de ceràmica que tenen entre 200 i 300 anys d'antiguitat, 300 llibres, material de cirurgia dels segles passats i diferents jocs de balança (Reixach, 1982, 6).

L'any 1974 també va ser clau per un altre museu, el d'Història de la Ciutat de Girona. L'ajuntament rebia de l'Estat, el convent dels caputxins o Institut Vell, situat al capdamunt del carrer de la Força. D'aquesta forma, reformant l'immoble, la ciutat ja disposava d'una nova seu

per al Museu d'Història de la Ciutat. Aquest reformat i reubicat museu (de la casa Sambola del carrer de la Força a l'Institut Vell del mateix carrer) obrí les portes als ciutadans per les fires de Sant Narcís del 1981, mostrant la primera fase del nou museu (Soler, 1988, 14). Així doncs, 14 anys després de la seva fundació, el museu inaugurava tres sales relatives a la història de Girona del segle XIX i primer quart del XX. No va ser, però, fins al 2005 que s'estrenaren les últimes sales de l'exposició permanent, en aquest cas les relatives a mitjans i finals del segle XX: guerra civil, franquisme i transició democràtica (Bofill, 2000, 136).

L'any 1992, l'Ajuntament de Girona, la Diputació de Girona i la Generalitat de Catalunya es varen posar d'acord per constituir un organisme autònom encarregat de conservar i difondre el patrimoni jueu de la ciutat. Aquest organisme batejat com a Patronat Call de Girona, havia de ser el responsable de la recuperació física i cultural de l'herència jueva a Girona, de la rehabilitació urbanística, de la dinamització i de la promoció del call de Girona.

La seu del Patronat fou ubicada al Centre Bonastruc ça Porta, al carrer de la Força. Aquest centre acollia i acoll el Museu d'Història de la Ciutat dels Jueus, l'Institut d'Estudis Nahmànides i les dependències administratives de la Red de Juderías de España, de la qual Girona n'és membre.

En aquest mateix any, el 20 de juliol de 1992, en l'aplicació del decret 160/1992 de la llei de museus 17/1990 del 2 de setembre, es traspassaren els museus i serveis museístics de la Diputació de Girona a l'administració de la Generalitat. Per aquest motiu, tant el Museu Arqueològic de Sant Pere de Galligants com la part de la Diputació del Museu d'Art de Girona, passaren a dependre de la Generalitat. D'aquesta manera, el Museu Arqueològic de Sant Pere de Galligants passà a ser la seu de Girona de l'actual Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, i el Museu d'Art de Girona, passà a ser gestionat per la Generalitat (Llorens, 2006, 36).

Finalment, l'any 1998, concretament, al 8 d'abril, s'inaugura a l'antic edifici de les aigües del carrer perill de Girona, el Museu del Cinema. Des de meitat dels anys seixanta, Tomàs Mallol cineasta amateur, s'havia dedicat a recopilar diferents aparells de cinema amateur i cinema infantil i sobretot, ginyes i aparells del pre-cinema, el que podríem anomenar com la prehistòria del cinema.

El mes de gener de l'any 1994, l'Ajuntament de Girona va adquirir el seu fons per convertir-lo en la base del futur Museu del Cinema. Partint d'aquest material pre-cinematogràfic es creà aquest museu amb més de 30.000 objectes de cinema, llibres, documents amb imatges fixes,

revistes, pel·lícules... que repassa la història de la imatge i dels seus espectacles des de les primeres civilitzacions fins al segle XIX (Brugué, 2000, 126).

La Col·lecció Tomàs Mallol, considerada una de les col·leccions més importants d'Europa en pre-cinema, s'emmarca en el període comprès entre mitjan segle XVII i 1970 i permet al museu explicar com es feien els espectacles amb imatges abans del cinema i quina va ser la conseqüent evolució tècnica fins arribar a l'invent del cinematògraf el 1895<sup>31</sup>.

Així doncs, a l'any 1999, segons el registre de museus de Catalunya, a la ciutat de Girona hi havia 5 museus totalment constituïts: el Museu d'Arqueologia d'Arqueologia de Catalunya-Girona, el Museu d'Art de Girona, el Museu d'Història de la Ciutat, el Tresor de la Catedral i la Farmàcia de Santa Caterina. Pel que fa a col·leccions, la ciutat de Girona comptava tan sols amb una, la col·lecció Tomàs Mallol - Museu del Cinema que definitivament assolí la categoria de museu el 15 de novembre de 2002<sup>32</sup> (Vilar, 2000, 112).

El tombant de segle va ser moment pel Museu d'Història dels Jueus. Després de molts anys de rehabilitacions, la primera fase del museu va veure la llum el juliol de l'any 2000, amb sales que contenen, entre altres, la col·lecció de làpides funeràries amb inscripcions hebrees procedents del cementiri jueu de Girona a Montjuïc i que pertanyien al fons del Museu de Sant Pere de Galligants. La segona fase va tenir lloc l'octubre del 2003, amb la inauguració dels espais dedicats a la vida quotidiana dels jueus: els calls i els seus edificis més emblemàtics, les celebracions, la pràctica religiosa.... La tercera fase fou inaugurada al 2007, amb l'obertura dels nous espais dedicats a la cultura jueva catalana i a les difícils relacions entre les comunitat jueva i cristiana. A dia d'avui el museu compta amb onze sales que conformen un recorregut que relata aspectes de la vida quotidiana, la cultura i la història de les comunitats jueves a Catalunya i a Girona en època medieval (El Call de Girona, 2004).

L'any 2004 es va tancar la farmàcia de l'antic Hospital de Santa Caterina per restaurar-la i construir a l'espai continu les dependències de la Generalitat a Girona. Les peces del museu es van portar provisionalment al Servei d'Atenció als Museus (SAM) de Pedret durant el període d'obres, per poder-les reubicar un cop finalitzada la restauració de la farmàcia i la rehabilitació de la rebotiga del segle XIX<sup>33</sup>, la qual cosa es va produir en el primer semestre de l'any 2010.

---

<sup>31</sup> [www.museudelcinema.org](http://www.museudelcinema.org) (Data de consulta 6-4-09)

<sup>32</sup> Resolució CLT/3406/2002, de 15 de novembre, per la qual s'inscriu un museu al Registre de Museus de Catalunya, DOGC, núm. 3772 de 29 de novembre de 2002, p. 21174

<sup>33</sup> [www.museuart.com](http://www.museuart.com) (Data de consulta 5-5-09)



A l'any 2012, segons el Registre de Museus de Catalunya, a la ciutat de Girona hi ha 5 museus i una col·lecció: el Museu d'Art de Girona i la Farmàcia de l'antic Hospital de Santa Caterina, el Museu d'Història de la Ciutat, el Museu del Cinema, el Tresor de la Catedral i el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona de Catalunya, i finalment, el Museu d'Història dels Jueus com a col·lecció.

Dins el panorama dels museus de Girona, el segle XXI també esdevé important per la creació d'una iniciativa conjunta entre els museus de la ciutat. L'any 2002, a partir d'una proposta de col·laboració dels museus de la ciutat, neix el col·lectiu GironaMuseus, una marca per difondre conjuntament el patrimoni museístic de la ciutat. L'objectiu principal del col·lectiu, és el d'incrementar el nombre d'usuaris i visitants dels museus de Girona i al mateix temps, dotar a la ciutat d'un nou servei per facilitar l'adquisició dels tiquets d'entrada conjunta al Museu d'Art de Girona, al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, al Museu d'Història de la Ciutat, al Museu del Cinema i al Museu d'Història dels Jueus.

La primera iniciativa duta a terme pel col·lectiu GironaMuseus, es mantingué activa entre els anys 2002 i 2004. Aquesta es convertí en un tiquet conjunt que donava accés als museus de la ciutat, i que representava una reducció aproximada del 50% del preu real de la suma de totes les entrades als museus amb una data de caducitat de 6 mesos d'ús real.

Com a campanya de promoció, GironaMuseus celebrava una visita especialitzada a cada centre amb el comentari aprofundit d'una peça de la col·lecció de cadascun dels museus i es creava un tríptic divulgatiu per promocionar l'activitat.

Immediatament després, per facilitar la integració entre les activitats destinades al públic local i el públic visitant, el col·lectiu GironaMuseus dissenya una nova metodologia de treball, que a dia d'avui encara és vigent. Es replanteja l'entrada única als museus, s'edita un nou carnet de descompte amb prestacions millorades i es fa una major difusió utilitzant nous canals de difusió: les oficines de turisme i els hotels de la ciutat.

Paral·lelament, i per reforçar els continguts culturals i la difusió del patrimoni, GironaMuseus planteja una sèrie d'activitats a l'entorn de les diverses propostes locals, nacionals i internacionals. En són exemples la celebració del dia internacional dels museus, la participació en el projecte europeu "La Nit dels Museus", la participació en les jornades de patrimoni a Catalunya o la participació en la setmana de Temps de Flors.

Aquestes propostes, que es materialitzen en els propis espais dels museus, permeten la celebració d'activitats conjuntes en espais diferents, i acosten les col·leccions a tot tipus de públic cap a altres disciplines, com el cinema o el teatre.

Tres anys després de la seva creació, el col·lectiu decideix encarregar l'any 2006 un estudi de públic usuari del carnet d'entrada única a l' Institut del Patrimoni Cultural de la Universitat de Girona. L'objectiu d'aquest encàrrec fou el de veure i avaluar resultats de cara a formular noves propostes, conèixer els hàbits museístics a la ciutat i poder plantejar millores en l'oferta museística i en la difusió i divulgació del patrimoni.

Actualment, GironaMuseus treballa en moltes línies d'actuació arrel de l'estudi fet el 2006, però sobretot treballa per aconseguir una organització més estable que faciliti les relacions institucionals entre els museus participants i donar així més cobertura a les iniciatives que es realitzin.

Les dades que recullen les últimes estadístiques de l'ús del carnet del GironaMuseus, ens permeten fer-nos una idea de l'ús d'aquest carnet a la ciutat de Girona. L'any 2009, es van entregar 17.767 carnets des dels museus de la ciutat i el total de visitants que el van utilitzar per tornar a visitar un altre dels quatre museus restants, en van ser 3.865<sup>34</sup>.

---

<sup>34</sup> Tota la Informació sobre el Girona Museus i les seves activitats ha estat proporcionada per Jordi Pons, director del Museu del Cinema, i membre del col·lectiu GironaMuseus.

## 5.2. Els museus avui

El capítol que presentem a continuació és un repàs de la informació actual referent als edificis, a les col·leccions, a la museografia o als estudis de públic de cada un dels museus de la ciutat de Girona.

Segons el cronograma inicial, dissenyat per a l'elaboració d'aquest treball, aquest capítol es trobava dins la primera fase. Una primera fase del treball que es va elaborar al llarg de l'any 2009. Per aquest motiu, les dades estadístiques facilitades pels museus de la ciutat han estat del curs escolar 2008 i 2009, essent aquestes mateixes les emprades en el capítol que presentem a continuació.

### 5.2.1. El Museu d'Història de la Ciutat

El Museu d'Història de la Ciutat és un equipament cultural de titularitat municipal.

La seva missió és la de “contribuir a difondre el coneixement de la història de la ciutat des de la prehistòria fins a la transició a la democràcia, i alhora, garantir la interpretació fàcil del recorregut museogràfic del contingut de les exposicions temporals, posant a l'abast dels usuaris i les usuàries, les eines d'aprenentatge i de consulta i unes propostes adreçades a tots els públics” (Museu d'Història de la Ciutat, 2006, 1). Per tal d'acomplir amb aquesta missió, el Museu d'Història de la Ciutat segueix una línia de treball que ve marcada per l'acompliment de diferents objectius o programes: el de comunicació, el d'activitats, el de museu i ciutat, el de conservació del fons, el del servei d'exposicions temporals, el de la gestió dels fons municipals d'art contemporani, el d'organització, el de planificació i gestió, el del GironaMuseus, el del manteniment, seguretat de l'edifici i contingut i finalment el d'accessibilitat<sup>35</sup>.

El Museu d'Història de la Ciutat un museu municipal, per tant, la seva forma de gestió ve determinada per les polítiques que afecten als òrgans municipals. El Museu d'Història de la Ciutat depèn directament de l'àrea de cultura i educació de l'ajuntament de Girona, essent membres implicats el regidor/a de cultura o tinent/a d'alcalde i el o la cap d'àrea de cultura. És per aquest motiu que moltes de les decisions del museu han de ser consensuades amb la junta de govern<sup>36</sup>.

---

<sup>35</sup> Informació facilitada per Pere Freixas, director del Museu d'Història de la Ciutat

<sup>36</sup> Informació facilitada per Pere Freixas, director del Museu d'Història de la Ciutat

### 5.2.1.1. La col·lecció

El Museu d'Història de la Ciutat consta amb un fons d'objectes que permet il·lustrar el discurs històric de l'evolució de la ciutat, des de la trajectòria històrica de Girona fins la vida del conglomerat social urbà que l'ha fet possible. És per aquest motiu que es poden conèixer quines van ser les primeres restes humanes que es van trobar a l'entorn de la ciutat i acabar en el període de la transició a la democràcia.

El fons del museu ha anat augmentant al llarg dels anys, ja que en els seus orígens, el museu tan sols comptava amb la donació d'una col·lecció d'instruments musicals i el material relatiu a l'exposició que es va fer per celebrar els 150 anys de la guerra del francès (Farró, 1985, 30). Des d'aquell moment fins ara, el museu ha anat adquirint valuosos testimonis de la història local a través de donacions de particulars i empreses i cessions de fons propis de l'ajuntament o equipaments municipals. Tan sols s'han comprat obres d'art modern que s'exposen a les darreres sales del Museu d'Història de la Ciutat. Actualment, el museu compta amb més de 10.000 registres inventariats i un total de 471 peces exposades<sup>37</sup>.

### 5.2.1.2. L'edifici

L'edifici en el qual es troba el Museu d'Història de la Ciutat és conegut popularment amb el nom d'"Institut Vell". Però la seva història es remunta a molts anys abans, convertint el *contenedor* en un clar exemple de l'evolució històrica narrada pel propi *continent* del museu.

Les primeres notícies documentals que es tenen de l'existència d'aquest edifici, es remunten al segle XV, quan la casa que ara té el número 27, el 27 d'abril de 1447, pertanyia a l'escrivà jueu Joan Castelló. El 13 de març de 1386, per ordre dels jurats de Girona, els jueus van deixar les cases que tocaven a la muralla vella i van ser obligats a con viure dins del recinte del Call. Per aquest fet històric, l'escrivà Joan Castelló va haver de vendre la casa a Bernat Caselles, qui al 1471 la va traspasar a Arnau Benet de Cartellà, llinatge que hi romangué fins el 1733 (Museu d'Història de la Ciutat, 2003, 5).

---

<sup>37</sup> Informació facilitada per Pere Freixas, director del Museu d'Història de la Ciutat de Girona i Jordi Busquets, tècnic del museu.

Quan va passar a ser propietat de la família de Cartellà de Maçanet de la Selva, la casa estava composta de tres cases primitives adquirides successivament pels Cartellà i annexades a la primitiva: una dels Cartellà, una altra de la Catedral i una tercera de la família Güell.

Després de la Guerra de Successió, el Marquès de Cartellà, va vendre la casa el 29 de juny de 1733 pel preu de 7.500 lliures als frares caputxins (Museu d'Història de la Ciutat , 2003, 6).

Durant els anys 1762 i 1774 els frares caputxins de Sant Antoni, nous propietaris de l'edifici, van aixecar un mur de contenció de terres per tal de salvar el desnivell que hi havia entre els dos carrers citats i transformaren la planta soterrània per a les noves necessitats del convent caputxí. Els frares adaptaren els espais per a estables, quadra, cementiri, celler, cisternes, safareig, galeria coberta, refector, claustre, església, cuina, dependències conventuals, passadissos de comunicació i jardí amb hort (Museu d'Història de la Ciutat , 2003, 8).

Els frares caputxins residiren en el convent de Sant Antoni fins l'exclaustració duta a terme pel ministre Mendizábal l'any 1835. A partir d'aquell moment, l'edifici passà a ser de l'Estat i el Ministerio de Educación decidí utilitzar-lo com a seu del nou Institut Provincial d'Ensenyament, la qual cosa implicà la realització d'un seguit de reformes amb l'objectiu d'acomplir la nova funció.

Finalment, després del trasllat l'any 1968 de l' Institut d'Ensenyament a la nova seu de les Pedreres, el Ministerio de Educación cedí l'edifici a l'Ajuntament de Girona el 1975, amb la condició que l'ús que se'n fes tingués una finalitat cultural. L'ajuntament, doncs, hi instal·là provisionalment l'Escola Municipal de Belles Arts i l'escola de tapís. En el 1979 el consistori municipal aprovava la progressiva rehabilitació de l'edifici per instal·lar-hi el Museu d'Història de la Ciutat i inaugurava l'any 1981 les primeres sales d'exposició permanent a la planta baixa, començant així un llarg procés de reformes, ampliacions i adquisicions de fons (Museu d'Història de la Ciutat, 2003, 13).

### **5.2.1.3. La distribució dels espais públics**

L'exposició permanent del Museu d'Història de la Ciutat , s'ubica en 2.651 m<sup>2</sup> d'un total de 2.923 m<sup>2</sup> que té l'edifici. El conjunt de tot l'edifici és distribuït en quatre plantes a més d'algunes dependències situades a l'entorn de la part alta del claustre.

L'entrada principal del museu es troba al Barri Vell de la ciutat, al número 27 del carrer de la Força. Només entrar a l'interior de l'edifici, es troba la recepció i venda d'entrades, botiga i guarda-roba. A la banda dreta, s'observa el cementiri o dessecador de l'antic convent caputxí, que conté divuit nínxols verticals amb els bancs foradats on, segons el costum de l'ordre, eren asseguts els frares difunts per a la dessecació dels cadàvers.

Immediatament després de l'espai de la recepció, es troba un llarg passadís on, a mà esquerra, es pot observar el celler de l'antic convent de Sant Antoni (actualment utilitzat com a sala d'exposicions temporals de petit format i com a sala per a la realització de tallers) i un accés al segon pis mitjançant unes escales.

En aquest mateix nivell es troba el pati del museu que dona al carrer Ballesteries, a la banda esquerra, el despatx de direcció i a la banda dreta, les sales temàtiques de les arts gràfiques, de l'enllumenat elèctric i de les aplicacions elèctriques. També en aquest nivell, s'accedeix a la carbonera (espai on es guardava el carbó i actualment destinat a acollir exposicions temporals i activitats) i a la cisterna, que comuniquen amb la planta subterrània amb accés a la Pujada de Sant Feliu número 2.

Al segon pis del museu hi ha ubicats els despatxos del personal, el claustre de l'antic convent caputxí, els lavabos i les set primeres sales del museu. Accedint al segon pis per unes escales, es pot arribar al sobreclaustre on s'ubica la sala temàtica de la sardana i a la resta de la planta, dues sales més del museu.

Accedint novament per unes escales, s'arriba al tercer pis del museu, un espai compost per 3 sales i amb un accés al quart pis, on es troben les dues darreres sales.

Annexat al cos de l'edifici, el Museu d'Història de la Ciutat compta amb l'antiga església del convent dels caputxins com a espai d'exposicions temporals. L'accés es troba a la Placeta de l'Institut Vell número 1, placeta situada annexa al carrer de la Força.

#### **5.2.1.5. El museu**

De forma progressiva, el museu ha anat ampliant l'espai expositiu i ha anat confeccionant nous discursos per difondre els últims anys de la història de la ciutat. Recentment, el museu ha incorporat dins el seu discurs espais que es troben a l'exterior de l'edifici del museu, com per

exemple, la muralla, el castell de Montjuïc o el refugi antiaeri del carrer del Carme sota els Jardins de la Infància<sup>38</sup>.

El Museu d'Història de la Ciutat repassa la història de la ciutat des dels primers pobladors prehistòrics fins a arribar als nostres dies. Les col·leccions acullen fons arqueològics, objectes originals, il·lustracions d'època, mapes, maquetes explicatives i textos escrits en tres idiomes (català, castellà i anglès). Cada sala del museu compta amb unes fitxes didàctiques escrites en català, per poder aprofundir sobre el tema de cada sala. Aquestes fitxes s'anomenen "per saber-ne més...".

No obstant, al situar el museu a l'interior d'un edifici històric, l'accés a les sales de l'exposició permanent no és adaptat a tot tipus de públic.

A continuació, passem a detallar cada un dels àmbits del museu:

Primerament, i sense entrar dins el discurs cronològic del museu, el públic inicia el recorregut tot visitant les sales temàtiques. Aquestes sales permeten aprofundir de forma transversal en la història de Girona mitjançant determinats vestigis històrics.

Les sales temàtiques que es troben en aquest espai són: la **Sala de les arts gràfiques**, on s'exposen guillotines, impressores i màquines d'impressió, la **Sala de l'enllumenat elèctric**, amb transformadors elèctrics, dinamos i alternadors que va tenir la ciutat de Girona en el seu primer enllumenat públic, i finalment, la **Sala de les aplicacions elèctriques** amb el telègraf, el telèfon, el paper continu i la ràdio, entre d'altres. Les tres sales temàtiques es fonamenten bàsicament per una gran quantitat d'objectes de grans dimensions ubicades en diferents espais de l'edifici.

Després de pujar un pis, s'accedeix a la primera sala del discurs cronològic del museu: **abans de Girona** (abans del segle I aC). A través d'una immensa maqueta situada al mig de la sala, el museu presenta els orígens de la ciutat de Girona. La sala mostra al visitant, mitjançant dues grans vitrines, algunes troballes arqueològiques d'abans de la fundació de *Gerunda*.

La segona sala del museu és la dedicada a *Gerunda* i s'anomena La **fundació d'una ciutat** (segles I aC – VII dC). Aquesta sala consta de pocs plafons amb textos, de reproduccions de peces i diversos objectes relacionats amb aquest període de la història de Girona. L'ús d'una vitrina amb una maqueta de l'interior d'una casa romana i diverses peces originals de l'època

---

<sup>38</sup> <http://www.girona.cat/museuciutat/cat/serveis.php> (data de consulta 8-7-2010).

es complementa amb la presència d'una peça espectacular que ocupa quasi la meitat de la sala: el mosaic romà de can Pau Birol. Aquesta sala del museu narra com fa prop de dos mil anys, els romans van fundar *Gerunda* i van construir poderoses muralles per a una població entre mil i dos mil habitants.

La sala 3 del museu, disposada immediatament al costat de la segona, s'anomena **Gerunda, etapa obligada de la xarxa viària romana**. Aquesta sala es troba en un espai sense massa claror i conté una maqueta del territori bastament il·luminada, una rèplica d'un mil·liari, les rèpliques de dos sarcòfags de l'església de Sant Feliu i un televisor que projecta un audiovisual. El museu, doncs, ens mostra en aquest espai, el pas de l'època romana a l'època medieval.

La sala número 4 s'anomena **Girona medieval. La configuració d'una ciutat**. Aquesta sala consisteix bàsicament en plafons ubicats al llarg del claustre de l'antic convent i no conté peces exposades. En aquest espai s'explica l'etapa de la ciutat després del domini musulmà.

Per continuar amb el discurs del museu doncs cal travessar el claustre i entrar a la sala 5: **Girona romànica i medieval**. El discurs d'aquesta sala s'articula bàsicament a partir de dos audiovisuals, rèpliques de peces (les originals es troben ubicades en altres equipaments de la ciutat, com la Cadira de Carlemany que es troba a la Catedral de Girona), un dibuix lluminós de la ciutat de Girona de grans dimensions i objectes originals romànics com una verge de fusta policromada. Seguint en el període històric de l'Edat medieval, el visitant pot accedir a la sala 6: **activitat Industrial i Menestral**. En aquesta sala es parla dels oficis que hi havia a la ciutat de Girona durant aquest període històric. En aquesta sala s'exposen eines de fusta i metall de l'ofici de picapedrer, algunes peces originals de pedra i algunes imatges disposades en panells lluminosos. La darrera sala del primer pis és la sala 7: **El govern de la ciutat**. Aprofitant un passadís de l'edifici i mitjançant plafons, s'explica la forma de govern de la ciutat de Girona a l'edat medieval i es menciona el paper de la comunitat jueva al segle XIII.

Accedint per unes escales de cargol al segon pis del museu, s'arriba a la sala temàtica de la **Sardana**. Aquesta és la darrera sala inaugurada i recull de forma circular al sobreclaustre una col·lecció d'objectes musicals relacionats amb la sardana i acompanyats d'imatges en plafons.

Sortint d'aquesta sala s'arriba directament al mig de la sala 8 del museu: **Girona dins la Catalunya moderna** (segles XVI – XVIII). En aquesta sala es narra com després de setges i guerres, la ciutat va patir un descens demogràfic, juntament amb un descens de la producció i del comerç, que la va fer arribar al punt més baix de tota la seva història moderna. L'economia va canviar i com a resultat d'aquest fet van adquirir una importància creixent els oficis



mercantils, lligats a la comercialització de productes semielaborats. Les peces d'aquesta sala s'exposen en vitrines allargassades i disposades en peanyes o recolzades al terra. El material exposat es complementa per uns plafons lluminosos amb l'alternança de text i imatges i un audiovisual reproduït a través d'un televisor. Les peces que es troben en aquesta sala són un clar exemple de diversitat: objectes bèl·lics, de culte, d'art, populars, institucionals...

En aquest mateix pis es troba la sala 9: **La Guerra del francès (1808 – 1814)**. La museografia d'aquesta sala consisteix en l'ús de maniquins, armes de foc, un audiovisual, un diorama i centenars de soldadets de plom. El Museu d'Història de la Ciutat presenta els 18 mesos de resistència contra l'exèrcit napoleònic.

Accedint al tercer pis del museu a través d'unes escales, s'arriba a la sala 10 del museu: **Girona al segle XIX**. Les conseqüències de la Guerra del Francès i el tancament que pateix la ciutat per la presència de les muralles marquen el desenvolupament de tot el segle XIX. La desamortització dels béns eclesiàstics va alliberar un sòl urbà que es va aprofitar per a la construcció d'habitatges, per a la construcció d'indústries i per portar a terme diversos projectes urbanístics. Aquesta sala ens explica aquest episodi de la història de la ciutat de Girona mitjançant maquetes en vitrines, plànols i fotografies de grans formats. A diferència de les altres sales, en aquesta es pot escoltar música d'ambient relacionada amb el període que es narra.

Arribant a la sala 11: **Modernisme i Noucentisme 1900-1923**, es pot conèixer l'aportació feta per intel·lectuals com Carles i Darius Rahola, Prudenci Bertrana, Miquel de Palol, Josep Tharrats, Xavier Montsalvatge i Rafael Masó, i observar obres d'art que s'inclouen dins el període Modernista i Noucentista. La disposició de les peces d'aquesta sala és a partir de vitrines, plafons explicatius i quadres penjats a les parets.

Finalment en aquesta mateixa planta, hi ha la sala 12 del museu: **L'adveniment de la República (1923-1936)**. Aprofitant un espai allargassat del museu i mitjançant una rèplica de la demolició de les muralles de la ciutat, reproduccions de fotografies de l'època i la reproducció d'un antic quiosc, el museu pretén transportar el visitant al moment de l'apogeu del catalanisme de primera meitat del segle XX, els conflictes socials i, sobretot, l'arribada de la Segona República. No és una sala amb massa material expositiu, però sí que serveix per seguir amb el recorregut i, sobretot, entendre els esdeveniments que es mostren a la sala 13 del Museu d'Història de la Ciutat.

La quarta planta del museu conté al seu interior les dues darreres sales del discurs museogràfic del Museu d'Història de la Ciutat. En primer lloc, hi trobem la sala 13: **Guerra civil i franquisme a la ciutat de Girona** (1936 – 1975), que narra el període històric comprès entre la instauració del règim franquista després de la derrota republicana a la Guerra Civil, fins als anys 60 i l'esclat de la febre constructiva ocasionada els anys immediats. En aquesta sala podem observar objectes originals exposats en vitrines, un cotxe (Seat 600) i una motocicleta Narclas (ambdós originals), una maqueta, reproduccions de fotografies, televisions amb imatges procedents del NODO i una escenografia de color negre amb plafons il·luminats que vol emular l'estat dels edificis de la ciutat de Girona després d'un bombardeig. Aquesta sala, l'única que disposa de climatització, conté un munt d'objectes i peces rellevants dins la història gironina en època franquista.

A través d'un passadís de vidre que permet gaudir d'unes espectaculars vistes de la Catedral de Girona, s'arriba a la darrera sala del museu, la Sala 14: **La transició a la Democràcia 1975 – 1979**. Pòsters de mítings polítics, fulletons de diferents partits polítics i llibres exposats en vitrines, complementen el discurs d'un audiovisual que repassa en forma d'imatges els processos polítics d'aquells anys.

#### **5.2.1.6. Activitats. El servei educatiu**

El servei educatiu del Museu d'Història de la Ciutat és gestionat pel Centre de Recursos Educatius de l'Ajuntament de Girona "La Caseta de la Devesa"<sup>39</sup> i per una empresa de serveis que opera de forma externa. La seva oferta educativa per escoles es centra bàsicament en l'oferta de quatre tipologies diferents d'activitats: per una banda, visites a l'interior de les sales del museu (anomenades "L'anar i venir de la història de Girona"); per altra banda, tallers i activitats dinamitzades ("Històries per a tots els gustos"), també itineraris per la ciutat ("Trepitja la història") i finalment, activitats relacionades amb les diferents temàtiques de les exposicions temporals ("Històries que es mouen").

---

<sup>39</sup> La Caseta de la Devesa és un equipament municipal, inaugurat el 5 de juny de 1993, com a Centre d'Educació Ambiental i Recursos Educatius de la ciutat. El seu programa participa de la iniciativa de "Girona, Ciutat Educadora", amb activitats adreçades a centres educatius i a la ciutadania.

Segons les dades estadístiques de la memòria de l'any 2009, les escoles usuàries de les activitats escolars organitzades pel museu esdevenen aproximadament l'1% dels visitants totals del museu (Museu d'Història de la Ciutat, 2009).

Dins l'oferta educativa, cal destacar el suport educatiu i material pedagògic adreçat a mestres i que és fàcilment descarregable a través de la pàgina web del museu. D'aquesta forma, es proposa participar activament en un recorregut per la trajectòria de Girona, des de la prehistòria fins a l'actualitat, amb la intenció d'acostar a alumnes i professors al desenvolupament de la història de la ciutat. El material proporcionat s'adapta als diferents nivells educatius per tal de facilitar la informació dels continguts i per ajudar al professorat a preparar les visites. Aquest material consisteix en una guia de continguts generals del Museu (amb les eines necessàries per a desenvolupar una visita al Museu d'Història de la Ciutat a través de les peces exposades a les diferents sales) i diverses propostes temàtiques (analitzen uns aspectes concrets de cadascuna de les èpoques que recull la col·lecció permanent del museu. Cadascuna compta amb diferents activitats pràctiques i fitxes de treball per tal d'aprendre i assimilar els continguts de manera divertida i participativa), així com el material didàctic sobre la Guerra del Francès, creat en motiu de la celebració del bicentenari l'any 2009<sup>41</sup>.

També en aquesta modalitat d'activitats, el Museu d'Història de la Ciutat ha posat a l'abast del visitant, la possibilitat de fer una sèrie de visites virtuals a través de la seva pàgina web. Aquestes visites consisteixen en dos itineraris per la ciutat que es realitzaren coincidint amb la celebració del Bicentenari de la Guerra del Francès (1808-1814). Els dos recorreguts són: "Els baluards de la muralla medieval del Mercadal" i "La muralla de Girona".

Pel que fa a l'oferta d'activitats per a públic general, el museu posa a l'abast del visitant un ampli ventall d'activitats que s'ofereixen de forma regular al llarg de l'any: per una banda, visites dramatitzades anomenades "Coneix la història de Girona", per altra banda itineraris per la ciutat anomenats "Trepitja la història", també "L'anar i venir de la història de Girona" consistent en visites a l'interior de les sales del museu i finalment activitats relacionades amb les diferents temàtiques de les exposicions temporals "Històries que es mouen". Per dates assenyalades com Girona Temps de Flors, Fires i Festes de Sant Narcís, Fòrum Gastronòmic, Nit i Dia Gironamuseus, Dia internacional de la música, Nit 10, Jornades Europees del Patrimoni, vacances escolars o Setmana de la Ciència, el museu programa determinades activitats

---

<sup>41</sup> <http://www.girona.cat/museuciutat/cat/serveis.php> (data de consulta 8-7-10)

destinades al públic general. A més, al primer diumenge de cada mes l'entrada al museu és gratuïta.

De l'oferta d'activitats per a públic general, les visites dramatitzades i els itineraris per la ciutat són les dues activitats que dins l'oferta d'activitats per a públic general, més s'adrecen al perfil d'activitat familiar.

Un darrer servei que ofereix el Museu d'Història de la Ciutat quan el visitant individual adquireix l'entrada del museu, és el de proporcionar-li un plànol amb una breu explicació escrita en quatre idiomes diferents (català, castellà, anglès i francès), i una petita guia del museu també escrita en els quatre idiomes. No obstant, no existeix material didàctic dissenyat pel públic familiar per realitzar mentre es visiten les sales del museu.

#### **5.2.1.7. Dades de visites**

Segons les dades facilitades pels tècnics del museu, el Museu d'Història de la Ciutat, l'any 2009 va rebre un total de 126.210 visites. Segons les dades oficials del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya<sup>42</sup>, el Museu d'Història de la Ciutat va tenir un total de 19.980 visites a l'exposició permanent i 102.996 a les exposicions temporals i espais com la Carbonera i la Cisterna, que durant la setmana del temps de flors, acullen conjunts florals dins el recorregut general de la ciutat. El total doncs de visites rebuts l'any 2009 és de 122.976, un 6% menys de les rebudes l'any 2008 (130.813 visites).

El públic del Museu d'Història de la Ciutat és bàsicament persones d'edats compreses entre els 36 i els 65 anys (55%). El públic menor de 14 anys, tan sols representa el 3% del públic total (Museu d'Història de la Ciutat , 2009). La procedència del visitant individual del museu, mostra un 40% de visitants estrangers de fora l'Estat Espanyol (el 50% dels quals són anglosaxons), un 21% de visitants són procedents de la resta d'Espanya, un 15% de Catalunya, un 3% de les comarques gironines i, molt lligada a la missió del museu, un 11% dels visitants del Museu d'Història de la Ciutat són de la mateixa ciutat (Museu d'Història de la Ciutat , 2009).

---

42

<http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.9cf6e0ecb7825f175a2a63a7b0c0e1a0/?vgnextoid=856e3dc9dffae110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnextchannel=856e3dc9dffae110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnextfmt=default> (data de consulta 8- 7-10)

La nota mitjana que li han atorgat els visitants individuals al global del museu ha estat de 8,5 sobre 10 (Museu d'Història de la Ciutat , 2009), lleugerament superior de l'atorgada l'any 2008, que fou de 8 sobre 10 (Museu d'Història de la Ciutat , 2009).

Segons 120 enquestes fetes a visitants del museu, el primer trimestre de l'any 2007, el 46% dels visitants són públic individual, el 48% públic familiar i el 2% públic que visita el museu amb grups organitzats (Museu d'Història de la Ciutat , 2007).

Les activitats organitzades pel museu, reuneixen a un total aproximat de 5.000 persones. En relació a aquestes activitats, l'any 2007, el museu va organitzar 32 activitats pròpies i dues activitats en col·laboració. L'any 2008, en canvi, el museu va organitzar 24 activitats pròpies i 7 activitats en col·laboració, mostrant així un nova tendència en la gestió d'activitats (Museu d'Història de la Ciutat , 2008).

Durant el curs escolar 2009- 2010, el nombre total d'usuaris del servei educatiu del Museu d'Història de la Ciutat de Giron fou de 505 nens i nenes d'edats compreses entre els 6 i els 20 anys. En aquest mateix curs escolar, el 66% dels escolars són alumnes d'edats compreses entre els 6 i els 12 anys (Caseta de la devesa, 2010).

#### **5.2.1.8. Les sales observades**

A continuació al llarg del següent capítol descriurem l'exposició de les sales estudiades. Primer d'una forma general i després per Unitats d'Atenció

##### **Sala 2. Gerunda Romana**

La Sala número 2 del Museu d'Història de la Ciutat fa 73,66 m<sup>2</sup> i la seva forma és allargassada. Té un total de 6 vitrines, una maqueta, una reproducció escenogràfica, un racó amb material per saber-ne més, 21 peces exposades de les quals dues són reproduccions i 8 textos diferents.

La sala no disposa de música ambient ni d'àudios. La seva il·luminació és bàsicament artificial, tot i que també disposa de la llum natural que entra a través de 6 finestres de les quals 5 disposen d'una fina cortina. La darrera, sense filtre lumínic, serveix com a fornícula per a ubicar-hi una reproducció en guix.

La sala té una lluminositat que oscil·la entre els 50 lux (punt més fosc) i els 360 lux (punt més il·luminat). No obstant, la il·luminació general de la sala és entre 50 i 85 lux. En espais concrets,

però, la il·luminació marca punts màxims com els 96 lux de les dues maquetes i els 360 lux de la vitrina de les passarendes<sup>43</sup>.

Pel que fa a la temperatura, la sala 2 del museu no té ni aire condicionat ni calefacció. Per aquest motiu, a l'estiu hi fa molta calor i a l'hivern, tot i tenir un petit radiador, hi fa fred. La temperatura mitjana de la sala a l'estiu és de 28°C amb 48% d'humitat i de 17°C a l'hivern amb 40% d'humitat<sup>44</sup>.



Figura 2. Radiador

A cap espai de la sala hi trobem cadires per seure, tot i que de forma improvisada, una sèrie d'escalons situats al voltant de la maqueta, serveixen perquè nens i nenes puguin convertir-ho en un petit banc per descansar. Cal destacar també el color de les parets. A tota la sala, els colors predominants són el blanc i el taronja. Les parets són pintades de color blanc i tots els mòduls de fusta que fan la funció de peanya, mur de sustentació de vitrines o plafons amb text són de color taronja.

---

<sup>43</sup> Dades obtingudes a través d'un luxímetre el dia 2 de setembre de 2010.

<sup>44</sup> Dades obtingudes amb un datalogger el 17 d'agost del 2010 i el 26 de febrer de 2011.



Figura 3. Cartel·la tipus.

A la Sala 2 del museu cada peça exposada disposa de la seva cartel·la explicativa i descripció tècnica, escrita en quatre idiomes (català, castellà, francès i anglès). Els textos explicatius referent al context històric i a la sala en general estan repartits per l'espai emprant tipologies diferents en cada cas. La majoria d'ells, però, són explicacions breus, amb un màxim aproximat de 85 caràcters, combinant la presentació textual lumínica amb la parietal sobre fons de color.

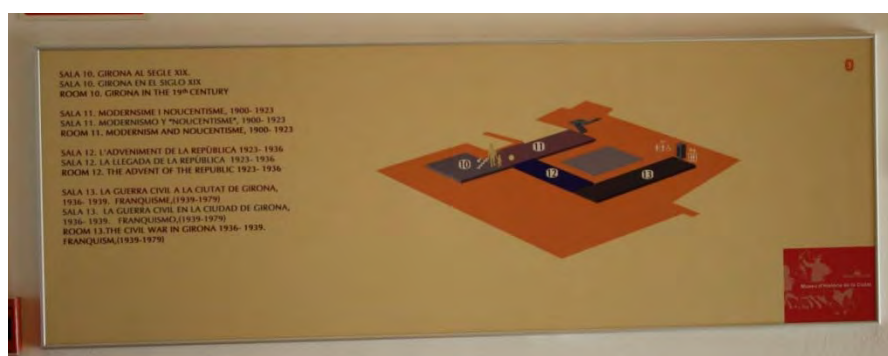


Figura 4. Plànol de situació pel visitant.

El visitant sap a quina sala del museu es troba perquè just a la paret dreta de la porta d'entrada, hi troba un cartell de color vermell amb lletres negres i blanques que ho indica. Aquest cartell és de forma quadrada 25 x 25 cm i es troba a una alçada d'1,40 m respecte del terra. Al llarg de la sala però, no es troba cap més element de senyalització que indiqui si el recorregut seleccionat és el correcte. Tan sols, al fons de la sala es troba la mateixa tipologia de cartell, però modificant el número de sala i el nom.



Figura 5. Cartell de senyalització i orientació.



Figura 6. Vista general de la sala 2.



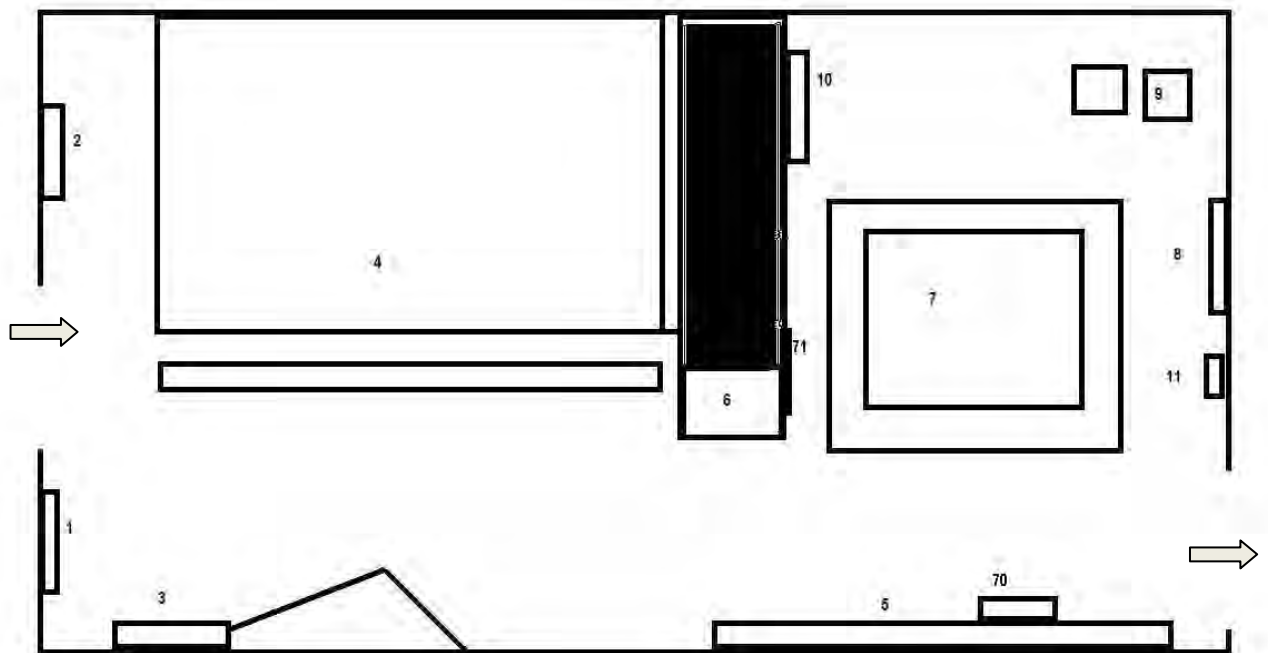


Figura 7. Croquis de la sala 2.

**Unitats d'Atenció:**

**Núm. 1: cartell introductor de la sala.**

Penjat de la paret i titulat: *“Gerunda, la Fundació d’una ciutat”*. Escrit en català, castellà i anglès. Lletra estàtica amb fons blanc i lletres negres. Text de dos paràgrafs i 85 paraules, justificat a l’esquerra i sense imatges. Tipus de lletra Arial, mida 48 el títol i mida 30 el text. En cursiva els textos castellà i anglès. Dimensions del plafó: 1 x 0,40 m i alçada d’1,4 m respecte del terra.

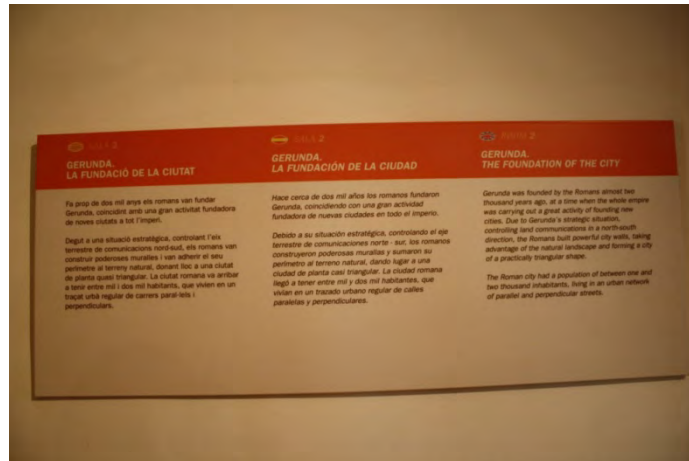


Figura 8. Cartell introductor de la sala.

**Núm. 2: vitrina parietal amb calat ibèric de ceràmica.**

Dimensions aproximades de la peça: 35 x 35 cm Objecte ceràmic de pasta taronja decorada i situada a dins d'una vitrina parietal situada a 0,90 m del terra. Amb il·luminació directa molt tènue. Dimensions de la vitrina: 75 x 85 cm.

Cartel·la situada de forma vertical a la banda esquerra de la peça i a una alçada d'1,40 m. Fons blanc amb lletres negres, amb una franja de color taronja a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català, castellà i anglès. Dimensions de la cartel·la: 10 x 12 cm.



Figura 9. Vitrina parietal amb calat ibèric de ceràmica.

**Núm. 3: còpia de fragment de personatge togat i còpia de fragment d'una muralla romana.**

Reproduccions en guix d'originals romans. Dimensions del fragment d'un personatge togat sostingut a la rapissa d'una finestra: 50 x 80 cm. Dimensions de la reproducció de la muralla: 4,5 x 2,20 m. Sense vitrina ni protecció. Sense il·luminació artificial directe i amb il·luminació natural.

Cartel·la del personatge togat, situada a la banda dreta de la peça i recolzada a la rapissa de la finestra. Posició apaïxada i alçada de 80 cm . Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color taronja a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català, castellà i anglès. Dimensions de la cartel·la: 10 x 12 cm.

Explicació amb dibuix de la reproducció escenogràfica d'una muralla romana, situada a la banda esquerra de la peça. Posició vertical del text i alçada d'1,5 m. Posició vertical del dibuix i alçada de 30 cm. El dibuix és esquemàtic i fet a una sola tinta. El fons és taronja i el dibuix i les lletres són blancs. Tipus de lletra Arial 62 justificat a l'esquerra. Text de 89 paraules i escrit en català. Dimensions del text: 75 x 30 cm i dimensions del dibuix: 50 x 80 cm.



Figuar 10. Còpia de fragment de personatge togat i còpia de fragment d'una muralla romana.

**Núm. 4: mosaic "El Circ" de Can Pau Birol.**

Mosaic original d'època romana de grans dimensions: 7,08cm de llarg i 3,42 cm d'amplada. De colors terrosos, amb decoració de flors, branquillons i fulles, mostra una cursa de quadrigues al Circ Màxim de Roma però té molts fragments desapareguts. La seva forma és rectangular. El mosaic és sostingut per una peanya de color taronja, reclinada i sense vitrina. La part més alta

de la peanya fa 92 cm i la part més baixa, 13 cm. La seva il·luminació és artificial. La seva protecció es realitza mitjançant una barra metàl·lica situada a 0,90 m d'alçada i amb plafons lluminosos reclinats, situats a 1 m. Tot i l'alçada i la inclinació del plafó, no tots els visitants poden observar-ho còmodament. L'espai del mosaic finalitza amb un embà de fusta decorat de colors verd, groc i vermellós, reproduint les decoracions parietals de les parets de les cases romanes. La informació textual de la peça es mostra a través dels plafons apaisats lluminosos disposats de forma allargassada que mesuren 5 x 0,20 m. Combinen text i imatges a una sola tinta, reproduint de forma esquemàtica les il·lustracions del mosaic. La informació del mosaic es troba a la banda esquerra del plafó lluminós amb lletra Arial 30 i text justificat a l'esquerra. El plafó alterna 14 espais de 15 x 10 cm amb text i 13 dibuixos que ocupen aproximadament el mateix espai. Per ordre d'esquerra a dreta, els textos contenen cadascun d'ells el nombre següent de paraules: 91, 14, 20, 48, 19, 18, 22, 22, 20, 25, 11, 17, 18 i 19, Arial 28 i text justificat a l'esquerra.



Figura 11. Mosaic "El Circ" de Can Pau Birol.

#### **Núm. 5: plafó parietal amb textos i dibuixos.**

Dimensions del plafó: 2 x 6,40 m. Els textos i dibuixos del plafó estan dividits en 3 àmbits temàtics: "Fortalesa d'observació i clau de pas", "L'habitatge" i "Les infraestructures". Cada àmbit textual va acompanyat del corresponent dibuix. El plafó que fa de fons és de color taronja i els dibuixos i les lletres són de color blanc. Il·luminació artificial directa.

Textos en posició vertical, títol Arial 156 i text Arial 135, justificats a l'esquerra i escrits en català. "Fortalesa d'observació i clau de pas" té 66 paraules , fa 0,45 x 1,25 cm i es troba a una alçada de 1,35 m, "L'habitatge" té 64 paraules , fa 65 x 50 cm i es troba a una alçada d'1,35 m. Finalment, el text de les "Les infraestructures" té 76 paraules , fa 90 x 73 cm i es troba a una alçada de 1,08 m.

Els dibuixos es troben disposats verticalment. El dibuix que acompanya el text "Fortalesa d'observació i clau de pas" fa 90 x 1,75 m i es troba a una alçada de 0,30 m "L'habitatge" fa 30 x 55 m i es troba a una alçada de 1,35 m. Finalment, el text de les "Les infraestructures" fa 0,80 x 1,30 m i es troba a una alçada de 0,70 m respecte del terra.



Figura 12. Plafó parietal amb textos i dibuixos.

### **Núm. 70: maqueta.**

La maqueta es troba enmig dels textos "L'habitatge" i "Les infraestructures". Reprodueix a petita escala la representació d'un carrer de la ciutat de Girona en època romana. Està decorada amb colors variats i es troba recolzada a la paret. Les dimensions de la vitrina exempta on es troba la maqueta són de 98 x 35 x 37 cm i les de la peanya de color taronja que la sustenta són 98 x 35 x 115 cm. La maqueta rep il·luminació directa però de tal manera que quan s'observa es projecta l'ombra del visitant. Es troba a 1,15 m d'alçada respecte del terra.



Figura 13. Plafó parietal amb textos, dibuixos i maqueta.

**Núm. 6: vitrina parietal amb passarendes de bronze.**

Dues peces de color verdós, originals i disposades a l'interior d'una vitrina parietal. Alçada de la vitrina: 1 m . Dimensions aproximades de les peces: 15 x 15 cm. La il·luminació interior de la vitrina és directa. Alçada d'1 metre.

La cartel·la de la peça està situada horitzontalment a l'interior de la vitrina, amb fons transparent i lletres blanques. Tipus de lletra Arial 18. El text és escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 10 x 4 cm. Alçada d'1 metre.

Dibuix esquemàtic de tipus realista de l'ús de les passarendes, situat a la part superior de la vitrina. El dibuix és de línia molt fina i de color blanc sobre fons taronja. Dimensions del dibuix: 20 x 16 cm. Alçada d'1,37 m.

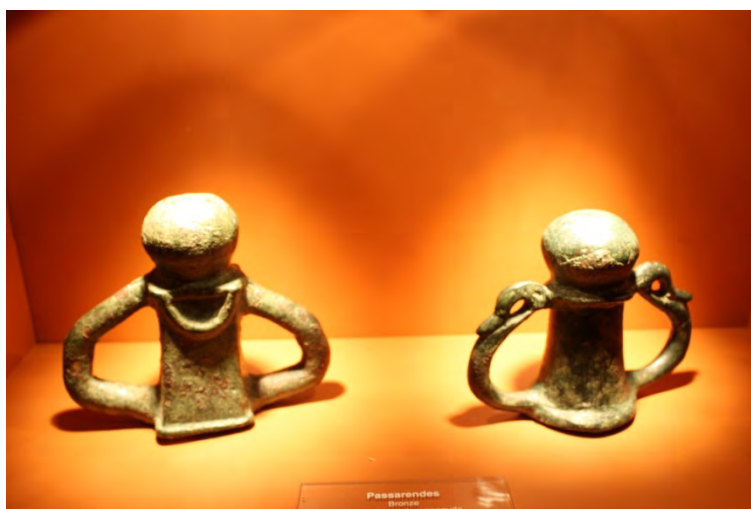


Figura 14. Vitrina parietal amb passarendes de bronze.

**Núm. 7: maqueta d'una vil.la.**

Peça disposada dins una vitrina exempta amb una peanya de color taronja. Alçada de la vitrina de 0,80 m, fàcil d'observar per a nens i nenes ja que es pot accedir als quatre costats per escalons disposats en forma de grada. Il·luminació directa molt tènue. Dimensions de la vitrina: 1,5 x 2 x 0,62 m. Dimensions de la peanya: 1,5 x 2 x 0,80 m.



Figura 15. Maqueta d'una vil.la.

**Núm. 71: text parietal.**

Titulat: "El pla, el rebost de la ciutat". Situat verticalment a la part superior de la vitrina de la vil.la a una alçada d'1,52 m. Fons taronja amb lletres blanques. Títol amb lletra Arial 156 i text amb Arial 135, text justificat a l'esquerra i amb 48 paraules. Text escrit en català. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 80 x 27 cm.

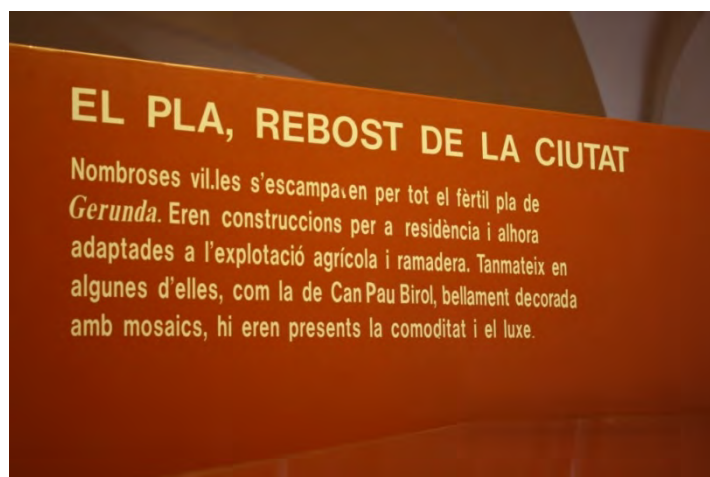


Figura 16. Text parietal.



Figura 17. Maqueta d'una vil.la i text parietal.

**Núm. 8: vitrina parietal amb còpia en llautó del Vas d'Apol·linar.**

Dimensions aproximades de la peça: 15 x 8 cm. Peça dins d'una vitrina parietal situada a una alçada d'1,20 m, ja que es troba elevada al damunt d'una petita peanya de 30 cm. La vitrina es troba a 0,90 m del terra i les seves dimensions són 0,86 x 1 m. És difícil d'observar per a nens i nenes ja que als peus de la vitrina hi ha un radiador. Amb il·luminació directa des de l'interior de la vitrina.



Cartel·la situada de forma vertical a la banda dreta de la peça i a una alçada d'1,16 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color taronja a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català, castellà i anglès. Dimensions de la cartel·la: 10 x 12 cm.



Figura 18. Vitrina parietal amb còpia en llautó del Vas d'Apol·linar.

**Núm. 9: dues vitrines exemptes amb 21 peces varies del segle I ac.**

La majoria de les peces són de ceràmica: gots, plats, llàntia, pesos de teler i també una fíbula de bronze. Les peces es troben a l'interior de dues vitrines exemptes de 2 x 0,42 x 0,42 m i amb 5 lleixes transparents cadascuna. Amb il·luminació molt tènue a l'interior de les vitrines. Sense il·luminació directa. La peça que es troba més a prop del terra està a 0,65 m.

Pel que fa a les cartel·les, una es troba a la banda dreta de les vitrines i l'altra a la banda esquerra. La primera es troba disposada verticalment a una alçada d'1,13 m. Fons blanc amb lletres negres amb una franja de color taronja. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català, castellà i anglès. Dimensions de la cartel·la: 12 x 37 cm. La segona es troba apaïxada, al damunt d'una estructura de fusta de color taronja i situada a 0,67 m del terra. Fons blanc amb lletres negres amb una franja de color taronja. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català, castellà i anglès. Dimensions de la cartel·la: 12 x 37 cm.



Figura 19. Dues vitrines exemptes amb 21 peces vàries del segle I aC.

**Núm. 10: vitrina parietal amb gerra, olla i plat de ceràmica.**

Peces de color taronja amb parts decorades d'aproximadament 20 x 20 cm. Peces dins una vitrina parietal amb il·luminació directa. Dimensions de la vitrina d'1,20 x 0,4 m i situada a una alçada de 0,80 m, fàcil d'observar per a nens i nenes.

129

Cartel·les de les peces situades horitzontalment a l'interior de la vitrina, amb fons transparent i lletres blanques. Tipus de lletra Arial 18. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 10 x 4 cm. Alçada d'0,80 m.



Figura 20. Vitrina parietal amb gerra, olla i plat de ceràmica.

### Núm. 11: metacrilat amb informació complementària de la sala

Caixa de metacrilat amb fulls de sala plastificats i escrits en català amb informació sobre la *Gerunda* romana. Dimensions del dispensador: 41 x 28 cm i a una alçada de 90 cm del terra. Dimensions dels fulls: 23 x 21 cm. Tipus de lletra Times New Roman 12 amb combinació d'imatges.



Figura 21. Metacrilat amb informació complementària de la sala.

### Sala 8. Girona Moderna

La Sala número 8 del Museu d'Història de la Ciutat fa 86,94 m<sup>2</sup> i la seva forma és allargassada amb esglaons situats al mig del recorregut i amb l'escala d'accés al pis superior a l'interior de sala. Té un total de 7 vitrines, 1 racó amb material per saber-ne més, 1 pantalla de televisor, 38 peces exposades de les quals 2 són reproduccions, 1 estructura de ferro amb textos i imatges lluminoses i 4 textos diferents.

La sala no disposa de música ambient però sí de la banda sonora que acompanya les imatges animades reproduïdes a través del televisor. Sovint, en aquesta sala, es confonen els àudios provinents de les sales veïnes, la de la Guerra del Francès i la de la sardana. La il·luminació de l'espai és bàsicament artificial, tot i que també disposa de la llum natural que entra a través d'una gran finestra que es troba al darrere de l'escala d'accés al pis superior. A diferència de la

sala 2, en aquesta hi trobem dues cadires per seure, situades davant de l'aparell de vídeo i les parets són pintades de color blanc, sense elements expositius que contrastin amb altres tonalitats cromàtiques pintades.



Figura 22. Cadires per seure.

Pel que fa a la temperatura, la sala 8 del museu no té ni aire condicionat ni calefacció. Per aquest motiu, a l'estiu hi fa molta calor i a l'hivern, hi fa força fred. La temperatura mitjana de la sala a l'estiu és de 27°C amb 45% d'humitat i de 18°C a l'hivern amb 39% d'humitat<sup>45</sup>.

La sala té una lluminositat que oscil·la entre els 50 lux (punt més fosc) i els 100 lux (punt més il·luminat). No obstant, la il·luminació general de la sala és entre els 50 i els 85 lux. En espais concrets, però, la il·luminació marca punts màxims com els 90-100 lux de les peces il·luminades directament per un focus com són l'àngel de la Catedral o l'escultura del monjo caputxí.<sup>46</sup>

Cada peça exposada disposa de la seva cartel·la explicativa i descripció tècnica, escrita en quatre idiomes (català, castellà, francès i anglès). Els textos explicatius referents al context històric i a la sala en general, estan repartits per l'espai emprant tipologies diferents en cada cas, però sobretot, són textos sobre plafons penjats de la paret. Degut a la temàtica de la sala, la majoria d'ells combinen el text amb estadístiques i combinen la presentació textual lumínica amb la parietal sobre fons blanc i de color.

---

<sup>45</sup> Dades obtingudes a través d'un datalogger el 17 d'agost del 2010 i el 26 de febrero de 2011.

<sup>46</sup> Dades obtingudes a través d'un luxímetre el dia 2 de setembre de 2010.

Abans d'entrar a l'interior de la sala el visitant es troba amb el cartell de color vermell amb lletres negres i blanques Arial 46 que li indica que es troba a la sala 8, amb un número de color blanc Arial 380. Aquest cartell és de forma quadrada de 25 x 25 cm i es troba a una alçada d'1,62 m respecte del terra. Al llarg de la sala no es troba cap més element de senyalització que indiqui si el recorregut seleccionat és el correcte ni l'ordre en què s'ha de desenvolupar la visita. Al mig de la sala, però, es pot veure el cartell que indica la direcció de la sortida (a 1,56 m del terra). També al final de la sala, i ubicat a l'escala d'accés al segon pis, hi ha ( a 1,4 m) un cartell de la mateixa tipologia indicant que pujant per l'escala s'accedeix al pis superior.

També abans d'entrar a la sala, i al costat del cartell indicador de sala, el visitant es troba amb el plafó que explica els continguts històrics dedicats a la sala número 8, la Girona Moderna.

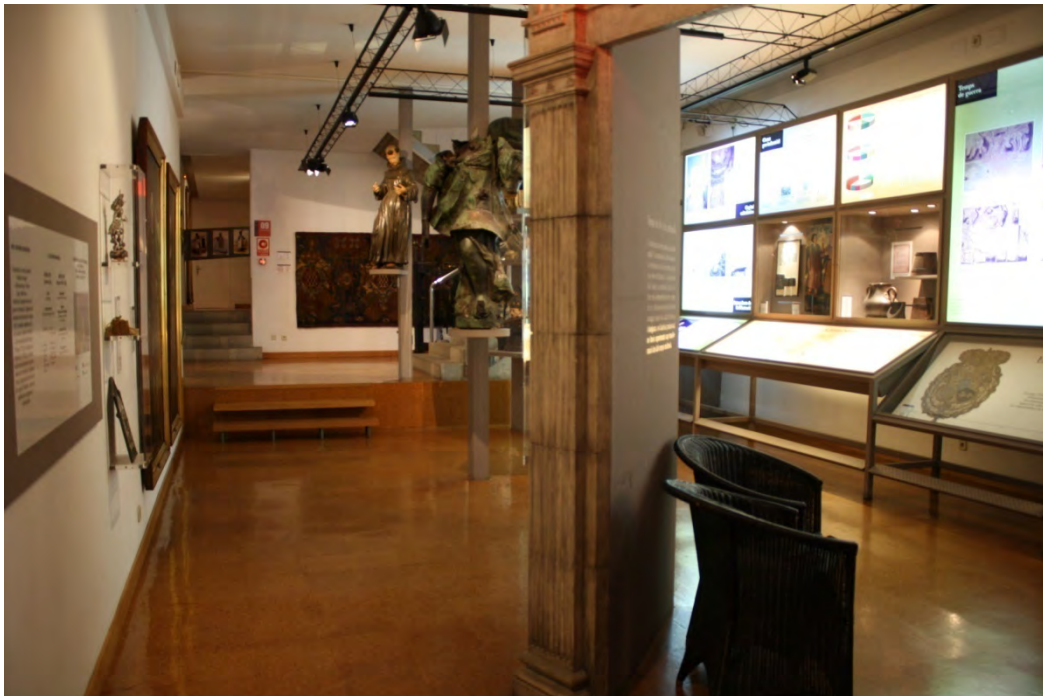


Figura 23. Vista general de la sala 8.

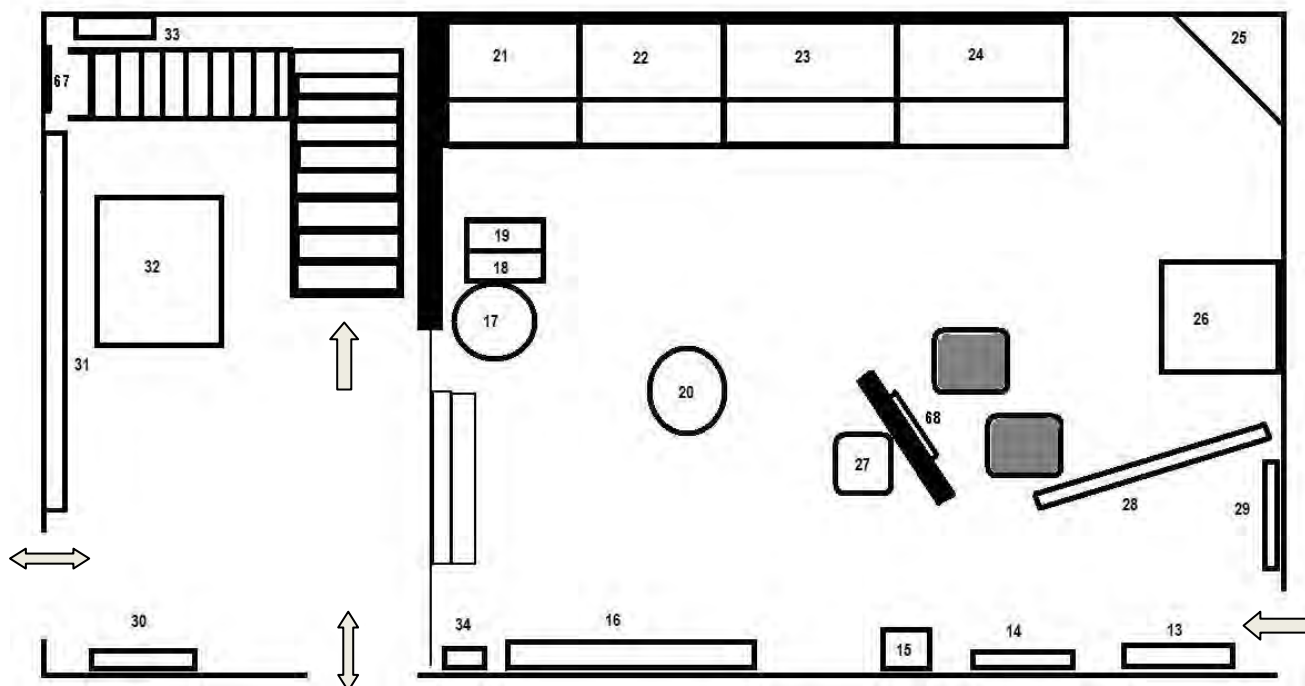


Figura 24. Croquis de la sala 8 del museu.

**Unitats d'Atenció:**

**Núm. 12: cartell introductor de la sala.**

Ubicat a la part exterior de la sala, penjat de la paret i titulat: "Girona dins la Catalunya Moderna". Escrit en català, castellà i anglès. Lletra estàtica amb fons blanc i lletres negres. Text de dos paràgrafs i 112 paraules, justificat a l'esquerra i sense imatges. Tipus de lletra Arial 48 el títol i Arial 30 el text. En cursiva els textos castellà i anglès. Dimensions del plafó: 1 x 0,40 m i alçada d'1,4 m respecte del terra.

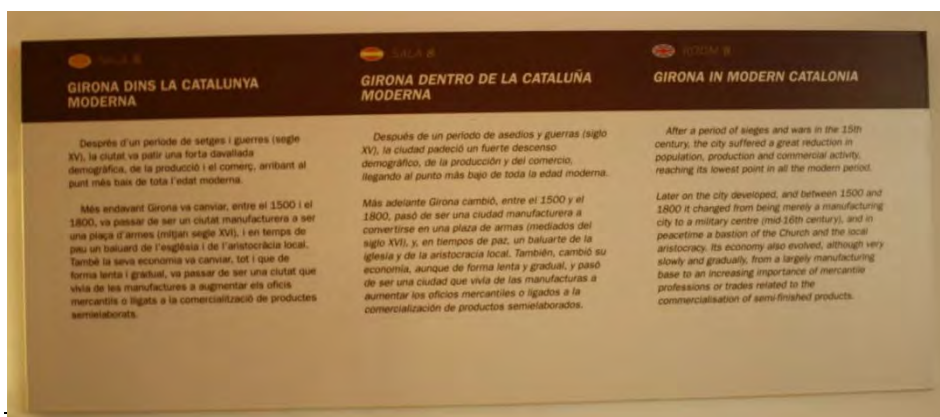


Figura 25. Cartell introductori de la sala.

**Núm. 13: plafó amb text penjat de la paret i titulat “De l’obrador al Baluard”.**

Escrit en català, amb lletra negra i fons gris. Text d’un sol paràgraf i 68 paraules, justificat al centre i sense imatges. Tipus de lletra Arial 140 pel títol i Arial 120 pel text. Alçada d’1 m. Dimensions del plafó: 60 x 80 cm.



Figura 26. Plafó amb text penjat de la paret i titulat “De l’obrador al Baluard”.

**Núm. 14: plafó amb text i gràfica , penjat de la paret i titulat “El Govern de la ciutat”.**

Text escrit en català, amb lletra negra amb fons blanc i 73 paraules. La informació textual és repartida en tres àmbits i combinada amb una gràfica de barres de colors lila, groc, vermell i verd. Tipus de lletra del títol i del text Arial 44. Dimensions del plafó: 1,7 x 0,8 m i alçada d’1 m respecte del terra.



Figura 27. Plafó amb text i gràfica, penjat de la paret i titulat “El Govern de la ciutat”.

**Núm. 15: vitrina parietal amb una escultura i diversos objectes de plata.**

Dividida en 2 lleixes, a l’interior de les quals es troben 3 objectes de plata. Els objectes són una escultura de Sant Miquel, una petxina i un juratori amb la representació cristiana de la crucifixió. Vitrina de 35 x 33 x 15 cm i a 70 cm del terra. Sense il·luminació directa.

Cartel·la situada de forma vertical a la banda dreta de les peces i a l’exterior de la vitrina. A una alçada d’1,3 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català, castellà i anglès. Dimensions de la cartel·la: 10 x 12 cm.





Figura 28. Vitrina parietal amb escultura i diversos objectes de plata.

**Núm. 16: oli sobre tela “Maria Amàlia de Saxònia” i oli sobre tela “Carles III” en marcs daurats.**

Per una banda, representació de la muller de Carles III al centre de l’obra, vestida amb un vestit de tons daurats i amb una cortina fosca al fons. Dimensions: 1,37 x 2,2 m. Penjat directament sobre la paret de la sala i a una alçada de 0,35 m del terra. Sense vitrina ni protecció. Amb il·luminació directa.

Cartel·la situada de forma vertical a la banda dreta del quadre. A una alçada d’1,3 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català, castellà i anglès. Dimensions de la cartel·la: 10 x 12 cm.

Per l’altra banda, representació del rei Carles III al centre de l’obra, vestit amb una armadura de tons groguencs i terrosos, amb una jaqueta marró i amb una cortina també marró al fons. Dimensions: 1,37 x 2,2 m. Penjat directament sobre la paret de la sala. Sense vitrina ni protecció. Amb il·luminació directa.

Cartel·la situada de forma vertical a la banda esquerra del quadre. A una alçada d'1,3 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català, castellà i anglès. Dimensions de la cartel·la: 10 x 12 cm.



Figura 29. Oli sobre tela "Maria Amàlia de Saxònia" i oli sobre tela "Carles III" en marcs daurats.

**Núm. 17: talla en fusta policromada de Sant Antoni.**

Escultura que representa la forma de vestir dels monjos caputxins, així com el seu particular tallat de cabell. Predominen els colors cremes i marrons. Apareix sostingut en una columna de la sala. Sense vitrina ni protecció. Sense il·luminació directa. Dimensions de la peça: 0,35 x 0,40 x 1,4 m i a una alçada d'1,25 m.

Cartel·la situada verticalment a la banda esquerra de la peça i a una alçada d'1,30 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català, castellà i anglès. Dimensions de la cartel·la: 10 x 12 cm.



Figura 30. Talla en fusta policromada de Sant Antoni.

**Núm. 18: vitrina parietal amb 3 talles policromades.**

Amb 2 escultures a l'interior i 1 escultura a l'exterior de la vitrina, col·locada a la part superior de la mateixa. Dues de les peces de fusta policromada representen a sant Narcís i la tercera és un bust de la Verge. Els colors de les tres talles policromades són els colors daurats i els marrons. Vitrina de 50 x 145 x 67 cm, situada a una alçada de 0,87 m i dividida en dues parts per un prestatge. Sense il·luminació directa.

Cartel·la situada de forma vertical a la banda dreta de la peça, a l'interior de la vitrina i a una alçada d'1 m del terra.

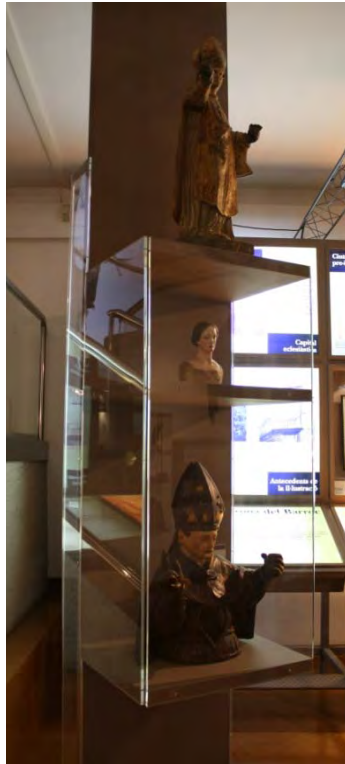


Figura 31. Vitrina parietal amb 3 talles policromades.

**Núm. 19: vitrina parietal amb 5 espases, un punyal i una ballesta d'acer, fusta i llautó.**

Peces disposades dins una vitrina de 68 x 2,75 x 22 situada arran de terra. Peces sostingudes directament al fons de la vitrina. Sense il·luminació directa.

Cartel·la situada de forma vertical a la banda esquerra de les peces, a l'interior de la vitrina i a una alçada d'1 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català, castellà i anglès. Dimensions de la cartel·la: 10 x 12 cm.



Figura 32. Vitrina parietal amb 5 espases, un punyal i una ballesta d'acer, fusta i llautó.

**Núm. 20: àngel de la Catedral.**

Peça de bronze de grans dimensions: 45 x 50 x 230 cm i sostingut en una columna de la sala a una alçada d'1,2 m. Sense vitrina ni protecció. Sense il·luminació directa.

Cartel·la situada verticalment a la banda esquerra de la peça i a una alçada d'1,3 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Dimensions de la cartel·la: 10 x 12 cm.



Figura 33. Àngel de la Catedral.

**Núm. 21: primer àmbit de l'estructura de ferro amb textos i imatges lluminoses: "La vida a la ciutat".**

Escenografia composta per quatre plafons lluminosos verticals i per un plafó lluminós apaïsat (lleugerament inclinat) i situat a 0,90 m d'alçada,. Tots 5 plafons contenen textos en català i imatges en color. Les imatges són bàsicament fotografies en color i alguna fotografia en blanc i negre, a més d'un gran dibuix a color del plànol de la ciutat de Girona en època medieval. Els textos són de color negre sobre fons crema i gris, justificats a dreta i esquerra, amb tipus de lletra Arial 130 el text i Arial 220 el títol. El nombre de paraules que conté cada text és (d'esquerra a dreta i de dalt a baix) de 54, 44, 39, 40 i 37 paraules respectivament. Aquest àmbit no exposa peces.



Figura 34. Primer àmbit de l'estructura de ferro amb textos i imatges lluminoses: "La vida a la ciutat".

**Núm. 22: segon àmbit de l'estructura de ferro amb textos i imatges lluminoses: "Enmig d'Espanya i França".**

Escenografia formada per un plafó lluminós vertical i per un plafó no lluminós inclinat i situat a 60 cm d'alçada. Tots 2 plafons contenen textos. El primer plafó lluminós també conté imatges de plànols de les muralles en color. Els textos són de color negre sobre fons verd clar, en català, Arial 130 i justificats a dreta i esquerra. El total de paraules dels textos del primer plafó és de 35 pel text de la banda esquerra i de 62 pel de la banda dreta. El plafó inclinat, a més del text, conté una peça original (un escut brodat) amb la seva cartel·la situada a la banda esquerra de la peça. L'escut brodat va acompanyat d'un text introductori de l'època de 33 paraules. Aquest es troba situat a la banda dreta de la peça i és lletra de color negre sobre fons de color crema. El tipus de lletra és Arial 130 pel text i Arial 220 pel títol i el text està justificat a la dreta.

Cartel·la situada també inclinada a una alçada de 65 cm. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 10 x 12 cm.



Figura 35. Segon àmbit de l'estructura de ferro amb textos i imatges lluminoses: "Enmig d'Espanya i França".

**Núm. 23: tercer àmbit de l'estructura de ferro amb textos i imatges lluminoses: "Ciutat sense arrencada industrial".**

Escenografia composta per dos plafons lluminosos verticals, per dues vitrines parietals i per un plafó lluminós apaïsat i situat a 90 cm d'alçada, lleugerament inclinat. Tots tres plafons contenen text en català, gràfiques, mapa i fotografies en color de llibres antics. Els textos són de color negre sobre fons crema, el tipus de lletra és Arial 130 pel text i Arial 220 pel títol, i són justificats a dreta i esquerra. L'extensió dels textos és de 54 paraules l'un (situat a la part superior) i 60 paraules l'altre (situat a la part inferior). Les dues vitrines parietals (amb il·luminació directa pròpia) exposen un total de 10 objectes, la informació de les quals s'aplega en tres cartel·les disposades verticalment a l'interior de les vitrines.



Cartel·les situades a una alçada d'1,1 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 10 x 12 cm.



Figura 36. Tercer àmbit de l'estructura de ferro amb textos i imatges lluminoses: "Ciutat sense arrencada industrial".

**Núm. 24: quart àmbit de l'estructura de ferro amb textos i imatges lluminoses: "La Girona del Barroc".**

Escenografia composta per dos plafons lluminosos verticals i per un plafó lluminós apaïsat (lleugerament inclinat) i situat 0,90 m d'alçada. Tots tres plafons contenen text en català i imatges en color. Els textos són de color negre sobre fons crema, el tipus de lletra és Arial 130 pel text i Arial 220 pel títol, i són justificats a dreta i esquerra. Aquest àmbit no exposa peces. L'extensió dels textos és de 53 paraules el situat a la part superior, 61 paraules a la part del mig i 39 paraules el darrer situat a la part inferior.



Figura 37. Quart àmbit de l'estructura de ferro amb textos i imatges Il·luminoses: "La Girona del Barroc".



Figura 38. Núm.:21, 22, 23 i 24. Estructura de ferro amb textos i imatges Il·luminoses.

**Núm. 25: reproducció en guix d'un Atlant.**

Escultura policromada de colors blanc, marró, daurat i blau que representa un nen. Dimensions aproximades: 170 x 60 x 70 cm. És sostingut en una cantonada de la paret de la sala, a 1,20 m del terra. Sense vitrina ni protecció. Sense il·luminació directa.

Cartel·la situada verticalment a la banda dreta de la peça i a una alçada d'1,3 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Dimensions de la cartel·la: 10 x 12 cm.



Figura 39. Reproducció en guix d'un Atlant.

**Núm. 26: audiovisual.**

Columna vertical de fusta ( 2,2 x 0,6 x 0,46 m) pintada de color vermell, amb pantalla de 38 x 30 cm disposada a una alçada d'1,15 m. L'audiovisual s'anomena: "La Catalunya moderna" i té una durada de 5'42". Consisteix bàsicament amb la projecció d'imatges d'època. La selecció de l'idioma es fa mitjançant la pantalla tàctil (català, castellà, anglès i francès) i tant la música com la veu de l'àudio, s'escampa per tota la sala. Acompanyant l'audiovisual hi ha dues cadires i, al seu damunt, un text.

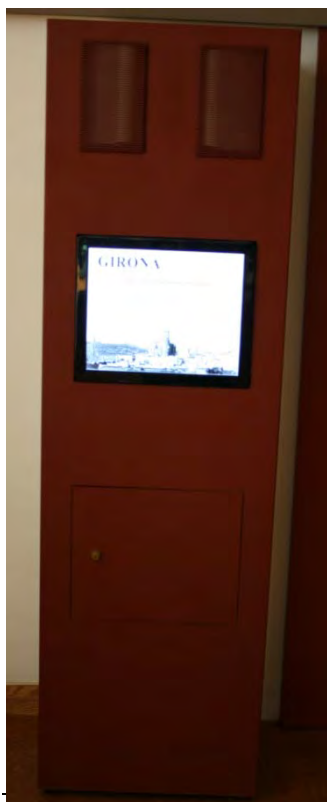


Figura 40. Audiovisual.

**Núm. 68: text parietal.**

Text en posició vertical i situat al damunt de dues cadires i a una alçada d'1,26 m. Titulat: "Temps de Fre i de Contenció". Fons gris amb lletres blanques. Tipus de lletra Arial 155 pel títol i Arial 120 pel text, justificat centrat, és de 65 paraules. Text escrit en català. Dimensions del text: 56 x 56 cm.

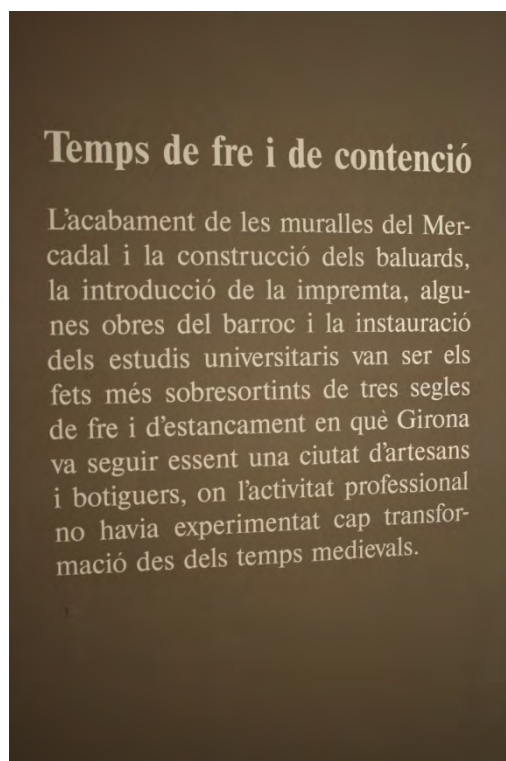


Figura 41. Text parietal.

**Núm. 27: vitrina parietal amb dues talles de fusta, un bust de pedra i rajoles de ceràmica**

148

Dividida en dues lleixes, a l'interior de la qual s'hi troben tres objectes diversos: una pedra calcària amb la representació d'un cap d'un àngel, una talla de fusta del nen Jesús, una talla de fusta de Sant Cosme policromat amb les galtes vermelles. A més hi ha dues rajoles de ceràmica, externes a la vitrina però colgades de la paret a 1,90 m d'alçada del terra. Vitrina de 37 x 37 x 200 cm i a 70 cm del terra. Sense il·luminació directa.

Cartel·la situada de forma vertical a la banda dreta de la peça i a l'exterior de la vitrina. A una alçada d'1,27 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Dimensions de la cartel·la: 10 x 12 cm.



Figura 42. Vitrina parietal amb dues talles de fusta, un bust de pedra i rajoles de ceràmica.

**Núm. 28: reproducció en guix de la porta de l'església de Sant Llàtzer.**

Dimensions: 3 x 2,4 x 0,13 m. Col·locat en una part de la sala on el visitant hi passa per sota.  
Sense vitrina ni protecció. Sense il·luminació directa.

Cartel·la situada verticalment a la banda dreta de la peça i a una alçada d'1,4 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20.  
Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Dimensions de la cartel·la: 10 x 12 cm.



Figura 43. Reproducció en guix de la porta de l'església de Sant Llàtzer.

**Núm. 29: cartell lluminós.**

Cartell situat al damunt de la porta d'entrada de la sala i penjat de la paret. Escrit en català, lletra dinàmica de color vermell amb el fons negre. Text que es mou de dreta a esquerra i no té imatges. Alçada de 2,3 m. Dimensions del suport: 30 x 210 i 10 cm.

150



Figura 44. Cartell lluminós.

**Núm. 30: oli sobre tela “La Creació” amb marc daurat.**

Representació de Déu al centre de l'obra, vestit amb una túnica blanca recoberta per una peça de tela vermella i sostingut a l'aire envoltat de núvols. Dimensions: 2,6 x 1,8 m i a una alçada de 30 cm. Penjat directament sobre la paret de la sala. Sense vitrina ni protecció. Sense il·luminació directa.

Cartel·la situada verticalment a la banda esquerra de la peça i a una alçada d'1,3 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català, castellà, francès i anglès . Dimensions de la cartel·la: 10 x 12 cm.



Figura 45. Oli sobre tela “La Creació” amb marc daurat.

**Núm. 31: tapís de l'església de Sant Feliu.**

De tonalitats vermelles, cremes i blaves, no figuratiu però amb les representació repetida dels escuts de la ciutat de Girona. Dimensions: 1,5 x 5,1 m i a 0,5 del terra. Penjat directament sobre la paret de la sala. Sense vitrina ni protecció. Sense il·luminació directa.



Cartel·la situada verticalment a la banda esquerra de la peça i a una alçada d'1,57 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català, castellà, francès i anglès . Dimensions de la cartel·la: 10 x 12 cm.



Figura 46. Tapís de l'església de Sant Feliu.

**Núm. 32: rellotge de la Catedral.**

Dimensions: 1,2 x 1,4 x 1,8 m i col·locat directament sobre el terra de la sala, a la part baixa de l'escala d'accés al pis superior. Sense vitrina ni protecció. Sense il·luminació directa.

Cartel·la situada verticalment a la banda esquerra de la peça i a una alçada d'1,37 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català, castellà, francès i anglès . Dimensions de la cartel·la: 10 x 12 cm.

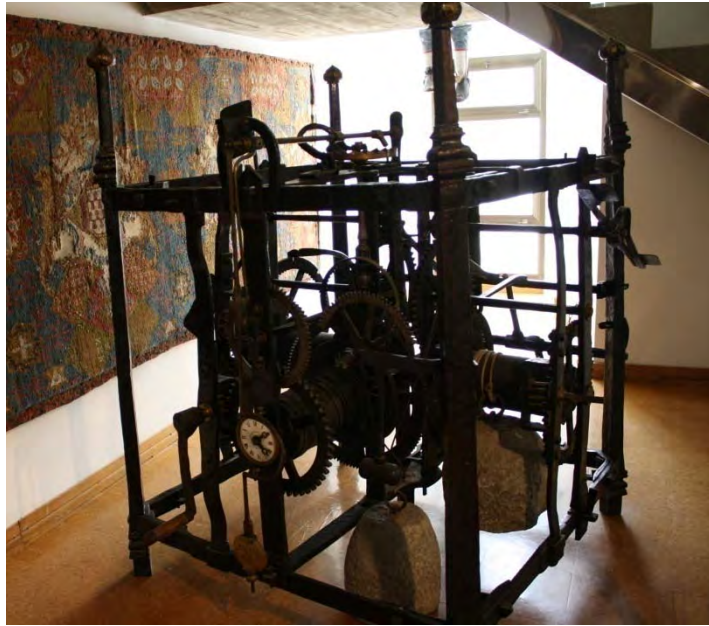


Figura 47. Rellotge de la Catedral.

**Núm. 33: el Tarlà del carrer Argenteria.**

Ninot fet de fusta i roba de colors cridaners com el blau, el vermell, el negre i el blanc. Està penjat d'una barra, com si es disposés a fer cabrioles. Es troba ubicat a mig camí de l'escala d'accés al pis superior i rep la llum natural de la finestra situada en aquest mateix indret. Dimensions aproximades: 0,8 x 0,5 x 2 m. La barana que el protegeix està situada a 1 m d'alçada però és de vidre, aspecte que facilita la seva visió per part del públic infantil.



Figura 48. El Tarlà del carrer Argenteria.

**Núm. 67: plafó amb text del tarlà.**

Plafó sobre el Tarlà. De color blanc amb marc de color gris i lletra Arial 50 pel títol i Arial 36 pel text. El text, justificat a l'esquerra, està escrit en català, té 39 paraules i combina fotografies en color amb fotografies en blanc i negre. Dimensions del plafó: 50 x 80 cm.



Figura 49. Plafò del Tarlà.

**Núm. 34: metacrilat amb informació complementària de la sala.**

Caixa de metacrilat amb fulls de sala plastificats i escrits en català amb informació extra sobre la Girona moderna. Dimensions del dispensador: 41 x 28 cm i a una alçada de 90 cm del terra. Dimensions dels fulls: 23 x 21 cm. Tipus de lletra Times New Roman 12 amb combinació d'imatges.



Figura 50. Metacrilat amb informació complementària de la sala.

### **Sala 13. Guerra Civil i franquisme.**

La Sala número 13 del Museu d'Història de la Ciutat fa 84,87 m<sup>2</sup>. La forma de la sala és allargassada i s'hi accedeix mitjançant 7 esglaons de fusta que estan adaptats per a l'accés de persones amb cadires de rodes. Per poder acabar de visitar la sala i accedir a la sala 14, el visitant ha de superar 6 esglaons més situats al mig del discurs expositiu que també han estat adaptats a l'accés dels visitants amb mobilitat reduïda.

La sala té un total de 2 vitrines, 1 escenografia que ocupa la meitat de la sala, 4 televisors plans, 70 peces exposades de les quals són facsímils, 12 reproduccions de fotografies a grans dimensions i 5 textos amb continguts diferents.

La sala no disposa de música ambient però sí de la veu en *off* i de les bandes sonores dels NODO que es projecten a les pantalles. La il·luminació de l'espai és bàsicament artificial, tot i que també disposa de la llum natural que entra a través del passadís de vidre del segon pis de la sala i que dóna accés a la sala 14. A l'igual que a la sala 8, en aquesta sala no hi ha finestres, però a diferència de les altres dues sales, en aquesta hi ha 5 tamborets baixos fets de balca, que poden ser moguts a qualsevol espai de l'àmbit. Les parets i els elements expositius són pintats intencionadament de color gris. L'únic espai de la sala que no compleix amb aquesta tonalitat és l'escenografia que ocupa la meitat de la sala. Amb la clara intenció de reproduir l'estat de les construccions després de patir un bombardeig, es troba diferenciada de la resta mitjançant el color negre. Així doncs, aquesta sala dedicada a la guerra civil i el franquisme, juga amb els colors gris i negre per apropar el missatge desitjat al visitant.

Pel que fa a la temperatura, la sala 13 del museu té aire condicionat i bomba de calor. Per aquest motiu, a l'estiu s'hi està fresc i a l'hivern presenta una temperatura confortable. La temperatura mitjana de la sala a l'estiu és de 25°C amb 41% d'humitat i de 18°C a l'hivern amb 39% d'humitat<sup>47</sup>.

La sala té una lluminositat que oscil·la entre els 9 lux (punt més fosc) i els 230 lux (punt més il·luminat). No obstant, la il·luminació general de la sala és entre els 36 i els 60 lux. En espais concrets, però, la il·luminació marca punts màxims com els 131 lux del Seat 600, els 230 del passadís de l'exili, els 60 lux de l'interior de l'escenografia negra, els 40 lux de la vitrina de les

---

<sup>47</sup> Dades obtingudes amb un datalogger el 17 d'agost del 2010 i el 26 de febrero de 2011.

ràdios, llibres i documentació personal i els 9 lux de la vitrina de la bomba d'aviació i els llibres d'escola<sup>48</sup>.

Cada peça exposada disposa de la seva cartel·la explicativa i descripció tècnica, escrita en català. Els textos narratius que fan referència al context històric i a la sala en general, estan repartits per la sala però sense la necessitat d'emprar com a suport un plafó. Així doncs, els textos es troben escrits directament sobre la paret. En el cas dels textos que es troben dins l'escenografia pintada de color negre, en lloc d'emprar aquesta solució, els textos són lumínics per fer-los més llegibles en un espai amb escassa il·luminació.

Abans d'entrar a l'interior de la sala el visitant es troba amb el cartell de color vermell amb lletres negres i blanques Arial 46 i número de color blanc Arial 380, que li indica que, després de pujar les escales, es trobarà a la sala 13 del museu. Aquest cartell és de forma quadrada 25 x 25 cm i es troba a una alçada d'1,5 m respecte del sòl. Al llarg de la sala, però, no es troba cap més element de senyalització que indiqui si el recorregut seleccionat és el correcte ni l'ordre en què s'ha de desenvolupar.

A diferència de les altres dues sales, la sala 13 del Museu d'Història de la Ciutat no compta amb el plafó amb text traduït als quatre idiomes, que serveix per introduir el visitant a la nova sala i que explica els continguts històrics dedicats, en aquest cas, a la guerra civil espanyola i el franquisme.

---

<sup>48</sup> Dades obtingudes a través d'un luxímetre el dia 2 de setembre de 2010.



Figura 51. Vista general de la sala 13.

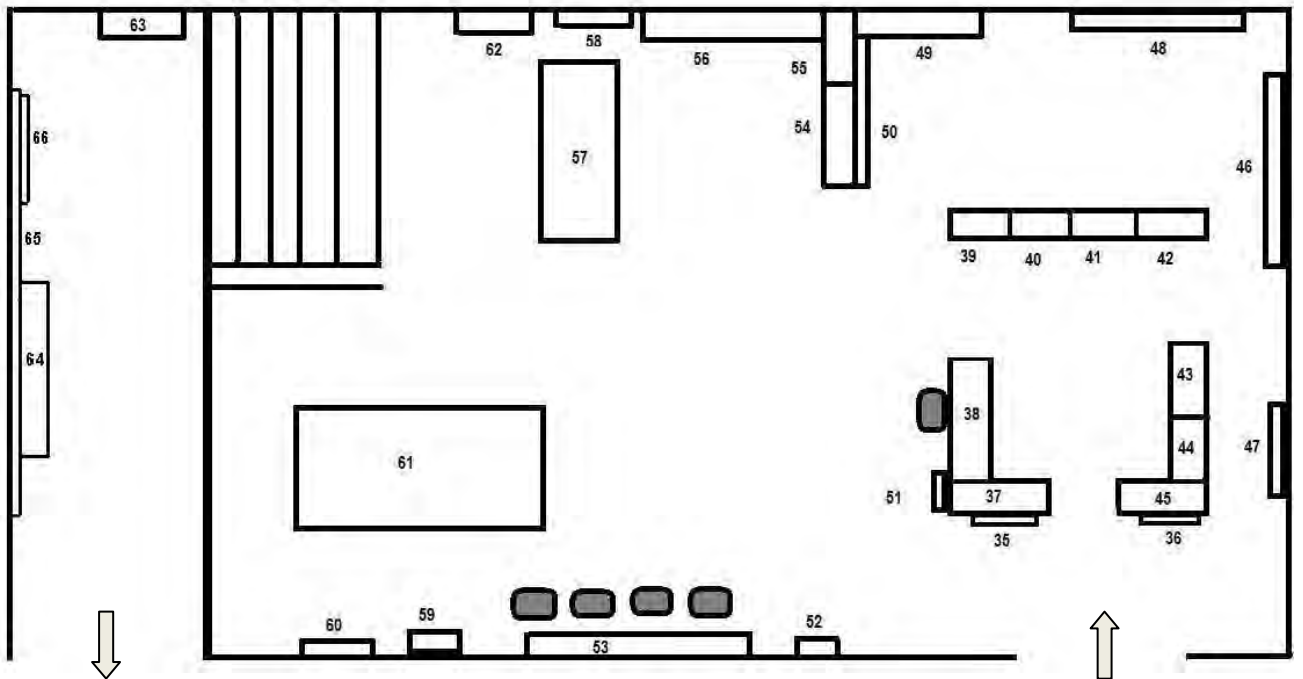


Figura 52. Croquis de la sala 13.

### Unitats d'Atenció:

#### Núm. 35: text introductori de la sala.

Text de 47 paraules escrit directament a la paret. Escrit en català amb lletra estàtica, el fons negre i les lletres blanques. Rep il·luminació artificial directa. Text d'un sol paràgraf, justificat a l'esquerra i sense imatges. Tipus de lletra Arial 130 . Alçada d'1,43 m. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 32 x 26 cm. Situat a la banda esquerra de l'entrada de la sala.

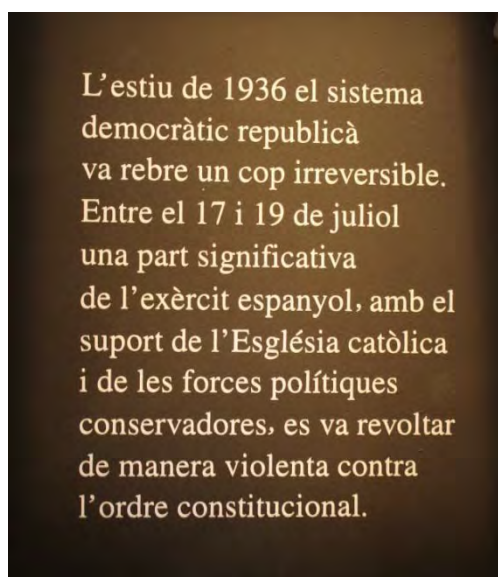


Figura 53. Text introductori de la sala.

#### Núm. 36: text introductori de la sala

De 134 paraules, és escrit directament a la paret. Escrit en català amb lletra estàtica, el fons negre i les lletres blanques. Rep il·luminació artificial directa. Text d'un sol paràgraf, justificat a l'esquerra i sense imatges. Tipus de lletra Arial 68 . Alçada d'1,45 m. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 60 x 36 cm. Situat a la banda dreta de l'entrada de la sala.



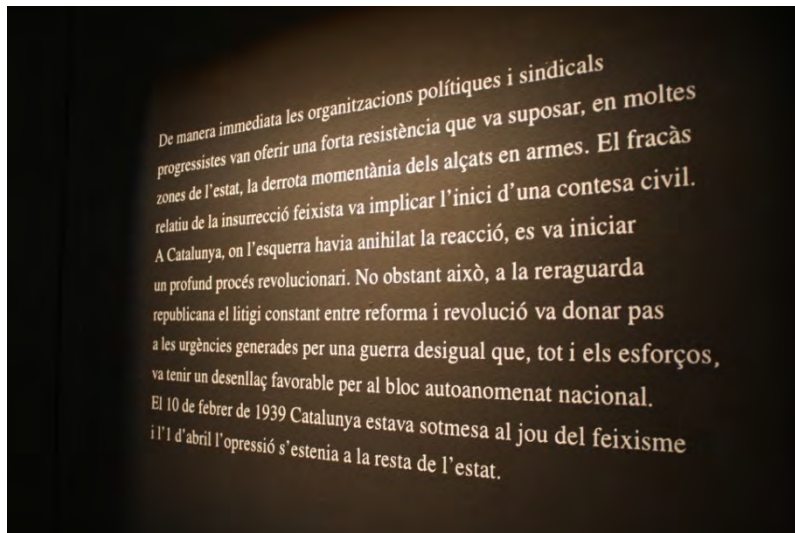


Figura 54. Text introductor de la sala.

**Núm. 37: àmbit anomenat: “La guerra vista pels nens”.**

Espai expositiu a l'interior de la sala. Sense llum directa. La il·luminació prové de l'interior dels plafons fent que les imatges, les fotografies i els textos, emetin llum pròpia. Àmbit format per un text explicatiu i 20 imatges de dibuixos de nens fets durant la Guerra Civil. Les imatges són fulls blancs amb dibuixos fets amb llàpissos de colors. En ells es pot observar els avions alemanys bombardejant la ciutat. Dimensions de l'espai que ocupen els dibuixos: 1 x 1,5 m i es troben a 80 cm del terra. El text que acompanya les imatges té 55 paraules, el seu justificat és central i quasi no presenta espais entre línies. Text d'un sol paràgraf, amb lletra Arial 130 pel títol i Arial 54 pel text. Alçada de 2 m. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 10 x 65 cm.

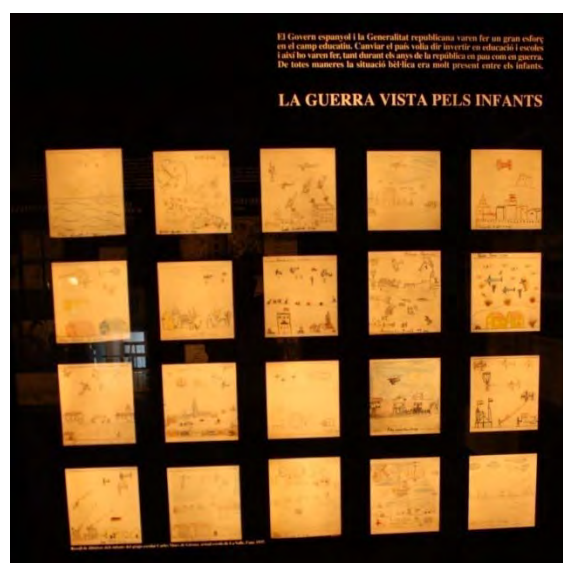


Figura 55. Àmbit anomenat: “La guerra vista pels nens”.

**Núm. 38: àmbit anomenat: “Entre el lleure i la politització de la vida quotidiana”.**

Espai expositiu a l’interior de la sala. Sense llum directa. La il·luminació prové de l’interior dels plafons fent que les fotografies i els textos emetin llum pròpia. Àmbit format per 10 imatges que combinen amb molt poc text (breus explicacions de les imatges com a peus de foto, amb Arial 26). Les imatges són fotografies en blanc i negre i fotografies de premsa del moment. Dimensions de l’espai que ocupen tant el text com les fotografies: 120 x 125 cm, ja que la disposició de la informació fa difícil poder calcular l’espai per separat (fotos per una banda i text per l’altra). A una alçada de 80 cm del terra.



Figura 56. Núm. 37 I 38.

**Núm. 39: àmbit anomenat: “Els efectes de la Guerra”.**

Espai expositiu a l’interior de la sala. Sense llum directa. La il·luminació prové de l’interior dels plafons fent que les fotografies i els textos emetin llum pròpia. Àmbit format per 12 imatges que combinen amb molt poc text (breus explicacions de les imatges juntament amb els peus de foto, d’Arial 26). Aquí en canvi, hi ha un text introductori de l’àmbit situat a la part superior. El text té 53 paraules, el seu justificat és centrat i amb poc espai entre línies. Text d’un sol

paràgraf amb lletra Arial 130 pel títol i Arial 54 pel text. Alçada de 2 m. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 10 x 65 cm. Les imatges són fotografies en blanc i negre, fotografies de premsa del moment, detalls de documents i una fotografia d'un segell. Cada fotografia té la seva explicació amb text justificat centrat i quasi sense espai entre línies. Tipus de lletra Arial 26. Dimensions de l'espai que ocupen les fotografies: 70 x 125 cm i a 0,80 m del terra.

**Núm. 40: Àmbit anomenat: "El front s'aproxima".**

Espai expositiu a l'interior de la sala. Sense llum directa. La il·luminació prové de l'interior dels plafons fent que les fotografies i els textos emetin llum pròpia. Àmbit format per un text explicatiu i 5 imatges que contenen breus explicacions com a peus de foto. Text introductori de l'àmbit situat a la part superior. El text té 65 paraules, el seu justificat és centrat i presenta poc espai entre línies. Text d'un sol paràgraf amb lletra Arial 130 pel títol i Arial 54 pel text. Alçada de 2 m. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 17 x 44 cm. Les imatges són fotografies en blanc i negre i fotografies de premsa del moment. Cada fotografia té la seva explicació amb text justificat al centre i amb poc espai entre línies. Tipus de lletra Arial 26. Dimensions de l'espai que ocupen les fotografies: 1,25 x 0,5 m i a 0,80 m del terra.

**Núm. 41: àmbit anomenat: "Una nova cultura política".**

Espai expositiu a l'interior de la sala. Sense llum directa. La il·luminació prové de l'interior dels plafons fent que les fotografies i els textos emetin llum pròpia. Àmbit format per 1 text explicatiu i 10 imatges que contenen breus explicacions com a peus de foto. Text introductori de l'àmbit situat a la part superior. El text té 73 paraules, el seu justificat és centrat i quasi sense espai entre línies. Text d'un sol paràgraf amb lletra Arial 130 pel títol i Arial 54 pel text . Alçada de 2m. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 17 x 64 cm. Les imatges són fotografies en blanc i negre on hi surten per exemple, alumnes a l'interior de l'actual col·legi La Salle, fotografies de premsa del moment i un dibuix de l'actual escola d'educació primària CEIP Montjuïc. Cada fotografia té la seva explicació amb text justificat centrat i quasi sense espai entre línies. Tipus de lletra Arial 26 . Dimensions de l'espai que ocupen les fotografies: 110 x 70 cm i a 0,80 m del terra.

**Núm. 42: àmbit anomenat: "La Girona de la rereguarda".**

Espai expositiu a l'interior de la sala. Sense llum directa. La il·luminació prové de l'interior dels plafons fent que les fotografies i els textos emetin llum pròpia. Àmbit format per un text explicatiu i sis imatges que contenen breus explicacions com a peus de foto. Text introductori de l'àmbit situat a la part superior. El text té 42 paraules, la justificació és central i quasi sense espai entre línies. Text d'un sol paràgraf amb lletra Arial 130 pel títol i Arial 54 pel text. Alçada de 2 m. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 50 x 10 cm. Les imatges són fotografies en blanc i negre on cada fotografia té la seva explicació amb text justificat centrat i quasi sense espai entre línies. Tipus de lletra Arial 26 . Dimensions de l'espai que ocupen les fotografies: 90 x 50 cm i a 0,80 m del terra.



Figura 57. Núm.:39, 40, 41 i 42. D'esquerra a dreta, àmbits anomenats: "Els efectes de la Guerra", "El front s'aproxima", "Una nova cultura política" i la "La Girona de la rereguarda".

**Núm. 43: àmbit anomenat: "La configuració d'un ordre revolucionari".**

Espai expositiu a l'interior de la sala. Sense llum directa. La il·luminació prové de l'interior dels plafons fent que les fotografies i els textos emetin llum pròpia. Àmbit format per 7 imatges que combinen amb molt poc text (breus explicacions de les imatges juntament amb els peus de foto). Les imatges són fotografies en blanc i negre, fotografies de premsa del moment i retrats. La justificació del text és central i quasi sense espai entre línies. Tipus de lletra Arial

130 pel títol i Arial 54 pel text. Dimensions de l'espai que ocupen tant text com fotografies: 55 x 120 cm i situats 0,80 m del terra, ja que la disposició de la informació fa difícil poder calcular l'espai per separat (fotos per una banda i text per l'altra).

**Núm. 44: àmbit anomenat: "El fervor popular es desferma".**

Espai expositiu a l'interior de la sala. Sense llum directa. La il·luminació prové de l'interior dels plafons fent que les fotografies i els textos emetin llum pròpia. Àmbit format per un text explicatiu i cinc imatges que contenen breus explicacions com a peus de foto. Text introductori de l'àmbit situat a la part superior. El text té 70 paraules, la justificació és central i presenta poc espai entre línies. Text d'un sol paràgraf amb lletra Arial 130 pel títol i arial 54 pel text. Alçada de 2 m. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 10 x 70 cm. Les imatges són fotografies en blanc i negre d'eclesiàstics o interiors d'església on cada fotografia té la seva explicació amb text de justificació central i quasi sense espai entre línies. Tipus de lletra Arial 26 . Dimensions de l'espai que ocupen les fotografies: 75 x 80 cm i a 0,80 m del terra.

**Núm. 45: àmbit anomenat: "L'esclat de la revolució".**

Espai expositiu a l'interior de la sala. Sense llum directa. La il·luminació prové de l'interior dels plafons fent que les fotografies i els textos emetin llum pròpia. Àmbit format per un text explicatiu i quatre imatges que contenen breus explicacions com a peus de foto. Text introductori de l'àmbit situat a la part superior. El text té 63 paraules, la justificació és central i quasi sense espai entre línies. Text d'un sol paràgraf amb lletra Arial 130 pel títol i Arial 54 pel text. Alçada de 2 m. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 55 x 15 cm. Les imatges són fotografies en blanc i negre d'espais de la ciutat i d'una dona amb una màscara de gas. Cada fotografia té la seva explicació amb text justificat centrat i quasi sense espai entre línies. Tipus de lletra Arial 26. Dimensions de l'espai que ocupen les fotografies: 55 x 60 cm i a 0,80 m del terra.



Figura 58. Núm. 43, 44 i 45. D'esquerra a dreta, àmbits anomenats "La configuració d'un ordre revolucionari", "El fervor popular es desferma" i "L'esclat de la revolució".

**Núm. 46: àmbit anomenat: "Derrota i exili".**

Text d'un únic paràgraf de 123 paraules escrites directament a la paret. Escrit en català amb lletra estàtica, el fons gris i les lletres blanques. Amb il·luminació artificial directa. Text justificat a l'esquerra i acompanyat de dues fotografies en blanc i negre d'exiliats. En una d'elles apareix un nen amb la cama amputada agafat de la mà d'un adult. Tipus de lletra Times New Roman 136 pel títol i Times New Roman 60 pel text. Alçada d'1,3 m. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 1 x 0,6 m. Dimensions de l'espai que ocupen les dues fotografies: 175 x 55 cm.



Figura 59. Àmbit anomenat: "Derrota i exili".

**Núm. 47: text de Lluís Companys.**

De 82 paraules escrites directament a la paret. Escrit en català amb lletra estàtica, el fons gris i les lletres blanques. Amb il·luminació artificial. Text format per dos paràgrafs, justificats a l'esquerra i sense imatges. Tipus de lletra Times New Roman 48 i cursiva. Alçada d'1,5 m. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 65 x 40 cm.

166

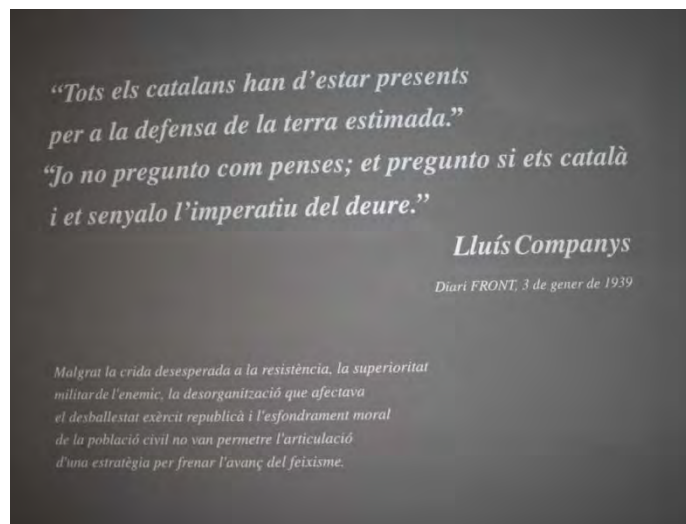


Figura 60. Text de Lluís Companys.

**Núm. 48: text i fotografies.**

Text de 45 paraules escrites directament a la paret. Escrit en català amb lletra estàtica, el fons gris i les lletres blanques. Amb il·luminació artificial directa. Text justificat a l'esquerra i acompanyat de sis fotografies en blanc i negre d'exiliats. Tipus de lletra Times New Roman, cursiva 130. Alçada de 2 m el text i d'1,5 m les fotografies. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 2,5 x 0,10 m. Dimensions de l'espai que ocupen les fotografies: 3,1 x 0,35 m.



Figura 61. Text i fotografies.

**Núm. 49: vitrina parietal amb llibres escolars i bomba d'aviació.**

Vitrina parietal de 20 x 40 x 120 cm on a l'interior s'hi troben 4 llibres escolars, una bomba d'aviació i paper moneda emès per l'ajuntament de Girona. Amb il·luminació directa des de l'interior de la vitrina. Vitrina situada a 1,37 m del terra.

Cartel·la situada de forma vertical a la banda dreta exterior de la vitrina. A una alçada d'1,3 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 34 x 8 cm.



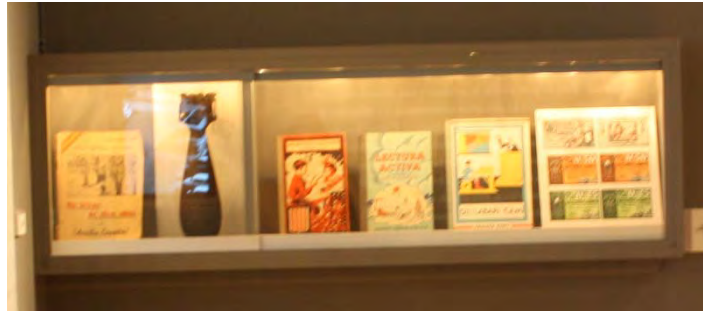


Figura 62. Vitrina parietal amb llibres escolars i bomba d'aviació.

**Núm. 50: fotografia de l'agència EFE i d'autor desconegut.**

De grans dimensions: 160 x 240 cm. A la fotografia en qüestió hi apareixen dos nens d'esquena que saluden una imatge del general Franco. Es troba disposada verticalment arran de terra i és en blanc i negre.

Cartel·la situada de forma vertical a la banda dreta a una alçada 1,37 m del terra. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 4 x 8 cm.



Figura 63. Fotografia de l'agència EFE i d'autor desconegut.

**Núm.:51: làpida commemorativa del final de la guerra civil a Girona l'any 1939.**

Sostinguda per unes mènsules a la paret. Sense vitrina ni protecció. Sense il·luminació directa. Dimensions: 70 x 50 x 20 cm. A una alçada d'1,3 m. Inscripció amb lletres de 4cm d'alçada i 32 paraules.

Cartel·la situada verticalment a la part inferior de la peça i a una alçada d'1,15 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 8 x 10 cm.

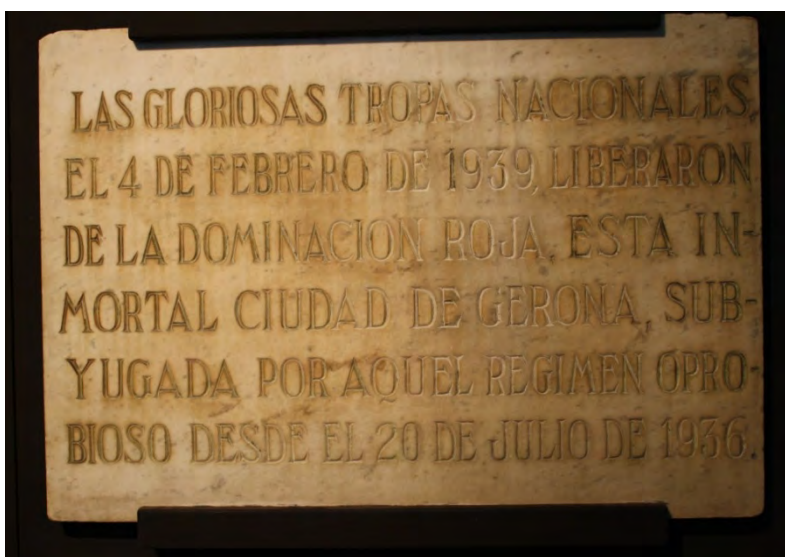


Figura 64. Làpida commemorativa del final de la guerra civil a Girona l'any 1939.

**Núm. 52: àmbit anomenat: "El nuevo estado franquista".**

Compost per un text parietal, un crucifix i dues fotografies emmarcades dins un marc de color negre de 50 x 35 cm.

El text és de 144 paraules escrites directament a la paret. Escrit en català amb lletra estàtica, el fons gris i les lletres blanques. Amb il·luminació artificial directa. Text justificat a l'esquerra. Tipus de lletra Times New Roman 140. Alçada d'1,16 m. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 130 x 85 cm. Una de les dues fotografies és en blanc i negre (la del general Franco) i l'altra acolorida (la del general Primo de Rivera). Es troben a una alçada de 2,30 m. La cartel·la de les peces es troba a la part inferior d'aquestes i a la part superior del text.

Cartel·la parietal situada a una alçada d'1,9 m. Fons blanc amb lletres negres i una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 8 x 10 cm.



Figura 65. Àmbit anomenat: "El nuevo estado franquista".

**Núm. 53: quatre televisors.**

170

Pantalla de 96 x 52 cm i pantalla plana, disposades a una alçada d'1,30 m, una al costat de l'altre. Les imatges que es projecten provenen dels NODO. La veu en *off* és en Castellà i les imatges són en blanc i negre. Tant la banda sonora del noticiari com la veu s'escampa per tota la sala.



Figura 66. Quatre Televisors.

**Núm. 54: banderes.** Dues banderes de 3,8 m d'alçada, de colors vermell, groc i negre i protegides per un vidre de 58 x 400 cm. La cartel·la es troba a la banda esquerra de les peces.

Cartel·la parietal situada a una alçada d'1,53 m. Fons blanc amb lletres negres i una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 8 x 10 cm.

**Núm. 55: placa metàl·lica amb la insígnia falangista.**

De colors vermell, negre i blanc. Dimensions: 95 x 190 cm.

Cartel·la compartida amb les banderes. Situada a la banda esquerra de les banderes i a una alçada d'1,5 m. Fons blanc amb lletres negres i una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 8 x 10 cm.



Figura 67. Núm. 54 i 55: Banderes i placa metàl·lica amb la insígnia falangista.

**Núm. 56: vitrina amb ràdios, llibres i documentació personal.**

Vitrina parietal de 2 x 1,40 m. A l'interior s'hi troben dues prestatgeries que diferencien 3 espais a l'interior de la mateixa. Amb il·luminació directe des de l'interior de la vitrina. A la part superior de la vitrina hi ha exposades 3 ràdios entre l'any 1936 i l'any 1950, a la part central, 9 llibres escolars d'època franquista i, a la part inferior, 24 objectes relacionats amb la documentació personal també d'època franquista. Tant els llibres com la documentació personal tenen la cartel·la individual respectiva a l'interior de la vitrina i al costat de cada objecte (8 x 4 cm). No obstant, a la part exterior de la vitrina hi ha tres cartel·les que donen informació més general del grup d'objectes.

Cartel·la situada de forma vertical a l'exterior i a banda esquerra de cada pis de la vitrina. A una alçada de 0,9 m, 1,4 m i 1,9 m respectivament. Fons blanc amb lletres negres i una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 10 x 8 cm.

Textos situats a l'interior i a l'exterior de la vitrina. Text situat a l'interior de la vitrina: a una alçada del terra d'1,7 m, text de 58 paraules i escrit directament a la paret. Escrit en català amb lletra estàtica, el fons gris i les lletres blanques. Amb il·luminació artificial directa. Text justificat al centre. Tipus de lletra Times New Roman, cursiva 60. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 130 x 50 cm.

Text situat a l'exterior de la vitrina: a una alçada del terra de 0,8m, text de 45 paraules i escrit directament a la paret. Escrit en català amb lletra estàtica, el fons gris i les lletres blanques. Amb il·luminació artificial directa. Text justificat al centre. Tipus de lletra Times New Roman, cursiva 60. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 150 x 50 cm.

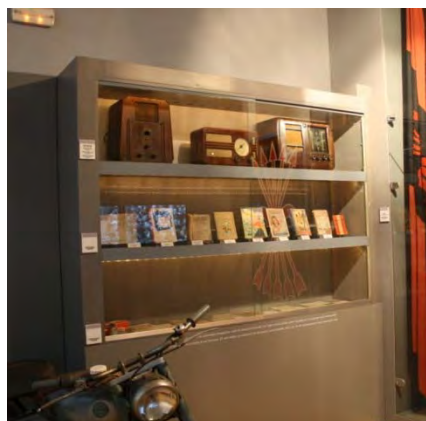


Figura 68. Vitrina amb ràdios, llibres i documentació personal.

**Núm. 57: motocicleta Narcla original.**

Dimensions: 1 x 1,7 x 0,7 m. Peça sostinguda per una peanya semi exempta de color gris i sense vitrina ni protecció: 0,1 x 2,5 x 1 m. Il·luminació artificial.

La informació textual de la peça es mostra mitjançant una cartel·la situada a la part del darrere de la motocicleta, disposada verticalment a una alçada d'1,1 m. Fons blanc amb lletres negres i una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 8 x 10 cm.

El text que l'acompanya es troba a la part superior de la cartel·la. Està escrit directament a la paret i conté 51 paraules. Escrit en català amb lletra estàtica, el fons gris i les lletres blanques. Amb il·luminació artificial. Text justificat a l'esquerra. Tipus de lletra Times New Roman, cursiva 60. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 60 x 20 cm i a 1,20 m del terra.



Figura 69. Motocicleta Narcla original.

**Núm. 58: diploma de D. Salvador Alberch Pujadas de la Foneria i taller Alberch.**

Emmarcat en un marc de fusta daurat i penjat a la paret a una alçada d'1,75 m del terra, el diploma és auster de colors ja que hi predomina el color gris de la tinta però el nom de la persona surt en lletres grogues i vermelles. Dimensions de la peça: 70 x 50 cm.

Cartel·la situada de forma vertical a la part inferior de la peça. A una alçada d'1,65 m. Fons blanc amb lletres negres i una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 8 x 10 cm.



Figura 70. Diploma de D. Salvador Alberch Pujadas de la Foneria i taller Alberch.

**Núm. 59: quatre plaques de carrer.**

Penjades de la paret, i on es poden llegir noms de carrers de la ciutat de Girona en llengua espanyola. De color blau amb lletres blanques. L'espai que ocupen les plaques és de 90 x 60 cm i es troben a una alçada de 1,8 m del terra. Poder-les veure d'aprop és difícil perquè s'exposa un cotxe Seat 600 que ens en dificulta el pas.

Cartel·la situada de forma vertical a la part inferior esquerra del conjunt de peces. A una alçada d'1,7 m. Fons blanc amb lletres negres i una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 8 x 10 cm.



Figura 71. Quatre plaques de carrer.

**Núm. 60: làpida commemorativa dels 25 anys del règim.**

Peça monocroma grisa on en destaca, entre la lletra, el símbol de les anelles olímpiques. Text de 44 paraules i lletra de 2,1 cm. Làpida penjada a la paret de la sala i acompanyada d'un text. L'espai que ocupa la làpida és de 60 x 110 cm i es troba a una alçada d'1,5 m del terra. Poder-la veure d'aprop és també difícil perquè hi ha exposat el cotxe abans esmentat que ens en dificulta el pas.

Cartel·la situada de forma vertical a la part inferior esquerra de la làpida. A una alçada d'1,4 m. Fons blanc amb lletres negres i una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 8 x 10 cm.

El text que l'acompanya es troba a la banda dreta de la làpida està escrit directament a la paret i conté 39 paraules. Escrit en català amb lletra estàtica, el fons gris i les lletres negres. Amb il·luminació artificial. Text justificat a l'esquerra. Tipus de lletra Times New Roman, cursiva i 60. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 55 x 12 cm.



Figura 72. Làpida commemorativa dels 25 anys del règim.



**Núm. 61: cotxe Seat 600 de color blanc.**

Dimensions: 3,5 x 1,2 x 1,4 m i col·locat directament sobre el terra de la sala. Sense vitrina, ni peanya ni protecció. Sense il·luminació directa.

Cartel·la situada verticalment a la paret de la banda esquerra de la peça i a una alçada d'1,2 m. Fons blanc amb lletres negres i una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 8 x 10 cm.

A la cartel·la l'acompanya un text de 45 paraules situat just a la part superior. Està escrit en català amb lletra estàtica, el fons gris i les lletres negres. Amb il·luminació artificial. Text justificat a l'esquerra. Tipus de lletra Times New Roman, cursiva i 140. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 70 x 12 cm i a 1,30 m del terra.



Figura 73. Cotxe Seat 600 de color blanc.

**Núm. 62: cartells de Fires de Girona dels anys 1939, 1943, 1954.**

Penjats de la paret, disposats de forma alineada a una alçada d'1,73 m del terra. Les dimensions dels 3 cartells, d'esquerra a dreta, és de 63 x 85 cm, 105 x 70 cm i 150 x 70 cm. Hi predominen els colors groc, verd i vermell i hi surten representades les atraccions de fires i persones ballant una sardana.

Cartel·la situada verticalment a la banda dreta de la darrera peça i a una alçada d'1,63 m. Fons blanc amb lletres negres i una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 8 x 10 cm.



Figura 74. Cartells de Fires de Girona dels anys 1939, 1943, 1954.

**Núm. 63: “El plà Perpinyà en construcció des del Mercat”.**

177

Obra de Jesús Portas És un oli sobre tela on hi predominen els colors blavosos. Representa el pla urbanístic Perpinyà. Dimensions de la peça: 130 x 50 cm. Situada a 1,60 m del terra.

Cartel·la situada verticalment a la banda esquerra de la peça i a una alçada d'1,4 m. Fons blanc amb lletres negres i una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 8 x 10 cm.



Figura 75. “El plà Perpinyà en construcció des del Mercat”.

**Núm. 64: plans parcials d'ordenació urbanística. El pla Perpinyà. Maqueta**

Maqueta del pla Perpinyà disposada dins una vitrina exempta amb una peanya de color gris i protegida per una barana metàl·lica d'1 m d'alçada. L'alçada de la peça és de 0,5 m, les dimensions de la vitrina són 117 x 49 x 36 cm i les dimensions de la peanya 57 x 54 x 121 cm. La il·luminació és natural i prové del passadís de vidre amb accés a la sala 14 del museu. La maqueta té dues cartel·les. Una es troba a la part superior de la vitrina, a la banda esquerra i disposada horitzontalment a 1 m d'alçada, i l'altra, es troba situada verticalment a la banda esquerra de la peanya a una alçada de 50 cm del terra. Fons blanc amb lletres negres i franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 8 x 10 cm.



Figura 76. Plans parcials d'ordenació urbanística. El pla Perpinyà. Maqueta.

**Núm. 65: plans parcials d'ordenació urbanística. El pla Perpinyà. Fotografies.**

3 fotografies sobre el pla Perpinyà, amb il·luminació artificial directa. Dues fotografies són en blanc i negre i una altra és de color. Són tres fotografies de grans dimensions, 140 x 120 cm, i cada una té la seva cartel·la a la banda inferior esquerra. És difícil accedir a llegir les cartel·les perquè hi ha una barana de protecció situada a 1 m d'alçada que priva o dificulta la seva lectura.

Totes les cartelles de les fotografies estan situades verticalment a una alçada d'1 m. Fons blanc amb lletres negres i una franja de color gris a la part superior. Tipus de lletra Arial 20. Text escrit en català. Dimensions de la cartella: 8 x 10 cm.



Figura 77. Plans parcials d'ordenació urbanística. El pla Perpinyà. Fotografies.

**Núm. 66: plans parcials d'ordenació urbanística. El pla Perpinyà. Text.**

Text situat de forma apaïxada a la banda dreta de la maqueta, a tocar del terra. Fons gris amb lletres blanques. Tipus de lletra Times New Roman i cursiva 155. Text de 143 paraules, justificat a l'esquerra i escrit en català. Dimensions del text: 160 x 80 cm.

*Entre 1961 i 1977 es van aprovar diversos Plans Parcials, en teoria amb l'objectiu d'ordenar el caos urbanístic existent. Un dels que va tenir més ressò popular fou el Plan Parcial Centro Comercial. Dissenyat per l'arquitecte Antoni Perpinyà i Sabrià i aprovat per l'Ajuntament de Girona entre 1964 i 1965, tenia com objectiu reordenar els terrenys ocupats anteriorment per la caserna de Sant Francesc i del General Mendocà. Concebut amb l'esperit "desarrollista" i grandiloqüent propi de l'època, l'execució del pla significava construir al bell mig del centre de la ciutat sis gratacels de setze pisos -els populars "bolets"- al costat de dues edificacions amb botigues i oficines que haurien canviat enormement la personalitat de la Girona tradicional. A causa de l'oposició ciutadana i després de diversos entrebancs de caire burocràtic i normatiu, el pla només es va poder realitzar en menys del 50%.*

Figura 78. Plans parcials d'ordenació urbanística. El pla Perpinyà. Text.

## 5.2.2. El Museu d'Art de Girona

### 5.2.2.1. La Institució

El Museu d'Art de Girona (Md'A) és fruit del conveni signat entre la Diputació de Girona i el Bisbat l'any 1976. L'any 1992, la Diputació traspasà les seves competències a la Generalitat de Catalunya, per tant, la gestió del centre en l'actualitat correspon a la Generalitat.

La Missió del Md'A és la "de conservar, documentar, investigar mostrar i difondre un important fons artístic de la regió de Girona, que va des del període de la colonització grega fins a finals del segle xx"<sup>49</sup>. Un dels seus objectius principals és el compliment de totes les funcions pròpies d'un museu i el de convertir el museu d'art en un referent a Girona i Catalunya<sup>50</sup>.

### 5.2.2.2. La col·lecció

El Museu d'Art de Girona conté un fons d'objectes provinents de l'antic Museo Provincial de Antigüedades y Bellas Artes i del fons del Museu Diocesà. Després del traspàs de competències de la Diputació a la Generalitat, el fons del museu s'ha vist augmentat en incorporar fons procedents de la Generalitat. Encara que la col·lecció del museu va des del període de la colonització grega fins a finals del segle xx, destaca per les seves col·leccions del romànic i gòtic. Per la qualitat de les seves obres, el fons del Museu d'Art de Girona és considerat el tercer fons més important de Catalunya<sup>51</sup>. En definitiva, el fons del Museu d'Art de Girona reflecteix l'evolució artística i la realitat actual de l'art de la regió de Girona mitjançant més de 8.500 peces, de les quals 855 peces estan exposades de forma permanent<sup>52</sup>.

<sup>49</sup> <http://www.museuart.com/cat/index.html> (data de consulta 7-7-10)

<sup>50</sup> <http://www.museuart.com/cat/index.html> (data de consulta 7-7-10)

<sup>51</sup> <http://www.museuart.com/cat/index.html> (data de consulta 7-7-10)

<sup>52</sup> Informació facilitada per Hermínia Bas Marroquí, tècnic del Museu d'Art de Girona.

### 5.2.2.3. L'edifici

El Museu d'Art de Girona es troba ubicat a l'interior d'un dels edificis més emblemàtics de la història de la ciutat de Girona. Situat al costat de la Catedral, al cor del Barri Vell, l'edifici del Museu d'Art de Girona és l'antic Palau Episcopal, la fisonomia actual del qual s'ha anat configurant a partir de diferents èpoques.

Les primeres notícies que es tenen del palau es remunten al segle x i fan referència a un edifici del compte Borrell que fou cedit, a finals d'aquell segle, al bisbe de Girona. Pertanyen a aquesta època unes estances que es conserven a la zona dels jardins i que alguns documents anomenen Palau Vell<sup>53</sup>. Tot i que l'edifici ha estat modificat i reedificat moltes vegades al llarg del temps, hi ha constància documental de la construcció d'un palau al segle xii. A començaments del segle xiv es construí el Saló del Tron i les Torres de la façana i de la presó, la qual cosa donà a l'edifici un caràcter fortificat (Soler, 1984, 9).

No obstant, l'edifici ha anat evolucionant amb els anys i l'estructura que es conserva actualment correspon sobretot a les obres d'estil renaixentista fetes al segle xvi. Són d'aquesta època l'escut de la façana principal i les obertures de la façana i del pati. Uns anys després, al segle xvii, es construí una ala lateral que dona a la plaça dels lledoners i al segle xviii s'edificà una nova capella, traslladant els arcs romànics d'una galeria interior a la façana. Les últimes obres importants de remodelació i ampliació es van fer entre el 1977, en un primer moment, quan es va decidir de fer-hi un museu i el 1991, per tal d'adequar l'edifici a les noves necessitats de l'actual Museu d'Art de Girona (Soler, 1988, 14).

### 5.2.2.4. La distribució dels espais públics

L'exposició permanent del Museu d'Art de Girona s'ubica en més de 4.000 m<sup>2</sup><sup>54</sup>. No obstant, tot i situar el museu a l'interior d'un antic palau episcopal, l'edifici és adaptat a tot tipus de públic. Per aquells visitants que tenen dificultats per desplaçar-se, el museu té un ascensor que comunica tots els pisos i una sala de descans amb sofàs, màquines de refrescs i cafès. A més, el Museu d'Art de Girona és l'únic museu que ha adaptat peces del seu fons perquè puguin ser tocades pel públic invident i cartel·les que poden ser llegides amb el sistema de lectura tàctil

<sup>53</sup> <http://www.museuart.com/cat/index.html> (data de consulta 7-7-10)

<sup>54</sup> Informació facilitada per Aurèlia Carbonell, tècnica del Museu d'Art de Girona

Braille. A més, és l'únic que ofereix la possibilitat d'utilitzar una cadira de rodes pròpia del Md'A per fer la visita, o tamborets plegables, que es troben a disposició de qualsevol visitant.

El discurs del museu segueix al llarg de 18 sales un ordre cronològic que va des del romànic fins al segle xx. Com a complement d'aquest discurs, el museu té quatre sales monogràfiques que, no s'organitzen a partir d'un discurs cronològic sinó temàtic, agrupen mobiliari, objectes de ceràmica, de vidre i d'art litúrgic.

Accedint per unes escales des del pati d'entrada de davant la plaça dels Apòstols, s'entra a la renovada recepció del museu (duta a terme l'any 2009) que és un espai compartit del museu ja que és alhora porta d'entrada i de sortida. Enrere s'ha deixat la planta baixa, dotat amb un espai per fer exposicions temporals i activitats diverses. En el mateix primer pis, començant la visita per la banda dreta i resseguint un recorregut de forma circular, s'accedeix a les 4 primeres sales dedicades a l'art romànic i a 4 més dedicades al gòtic, així com l'accés a una petita capella de l'antic palau episcopal. La segona sala dedicada a l'art gòtic (la sala núm. 6) és la que a través d'unes escales, permet l'accés al pis superior per visitar les quatre sales monogràfiques. L'última sala dedicada a l'art gòtic, és la sala del Tron, de grans dimensions i amb accés als lavabos (sense canviadors per nens), a l'ascensor i a la sala de descans/cafeteria. La sala del tron permet sortir del museu a través de la botiga i recepció o seguir el recorregut cronològic arribant a dues sales dedicades a l'art del segle xvi. Accedint al segon pis a través d'unes escales o bé a través de l'ascensor, es poden visitar les dues sales restants dedicades al segle xvi (on també es troba l'accés a la sala *presó* i on en una de les dues sales del s xvi hi ha sofàs per descansar), la sala anomenada *Punt de descoberta* i la sala anomenada *l'Espai*, que sovint acull activitats temporals de tot tipus. En aquest mateix pis es troben les sales dedicades a les exposicions temporals i que s'anomenen *Àmbit 3*, l'accés a aquestes però, no es troba en aquest pis sinó al vestíbul del primer pis. En aquesta mateixa planta s'hi troba la biblioteca i els despatxos del personal tècnic del museu.

A la planta tercera del museu es troben les dues sales dedicades a l'art dels segles xvii i xviii, l'accés a l'ascensor, i a l'altra banda de l'edifici, una de les sales de l'àmbit 3 dedicat a les exposicions temporals. Altra vegada pujant un altre pis ja sigui per les escales o per l'ascensor, s'arriba a la quarta planta del museu. En aquesta planta hi ha dues sales dedicades a l'art del segle xix amb sofàs per reposar i la darrera sala dedicada en aquest cas a l'art del segle xx. La *presó* amb accés des de les sales dedicades a l'art del segle xvi, situades al segon pis, també es troba en aquesta planta del museu, així com el mirador del museu, un espai amb finestres que dóna a la plaça dels apòstols i que ofereix al visitant umolt bones vistes de la ciutat.

El darrer pis del museu, el cinquè, acull l'àmbit 2, dedicat a exposicions temporals. S'hi accedeix a través d'unes escales o amb l'ascensor.

### **5.2.2.5. El museu**

Després de molts anys d'intervencions per adequar l'antic palau episcopal en museu, les sales del Md'A no ofereixen un recorregut cronològic fluid al visitant. La compartimentació de les sales i el repartiment en funció dels accessos fa que la visita al museu, en determinats moments, pugui semblar un xic desordenada.

El discurs del Museu d'Art de Girona, es plasma mitjançant objectes d'art originals i també amb textos escrits en català i fitxes adaptades al castellà, francès i anglès. D'aquesta forma s'explica de forma cronològica l'evolució de la història de l'art català i amb especial rellevància, la història i evolució de l'art gironí.

Iniciant el recorregut de la visita a mà dreta, el primer que es troba el visitant és la primera de les 4 sales dedicades a l'art romànic. La sala 1, mitjançant vitrines aïllades i adossades a les parets presenta els primers indicis d'art gironí. En aquesta sala es destaca l'Ara portàtil de Sant Pere de Rodes. La sala 2, annexada a la sala 1 és la que permet accedir a la sala 3, que és on es troba una de les peces estrella del museu: la Biga de Cruilles, mostrant-la al públic de forma aïllada i amb la possibilitat d'obtenir-ne bones vistes des de tots els seus angles. Totes les sales dedicades a l'art romànic exposen les peces emprant la mateixa museografia, és a dir, peces penjades directament a la paret i d'altres exposades a l'interior de vitrines. No solen haver-hi massa textos explicatius, tan sols les cartel·les i un petit text que explica el moviment artístic en què els historiadors de l'art han situat les peces de les sales. La última sala dedicada al romànic, la 4ª, és la que conté la pintura al fresc de Pedrinyà, el capitell de la canonja i la lleona de la plaça de Sant Feliu.

El segon àmbit del museu, al qual s'arriba sense complicació, ja que el recorregut del museu és continu i circular, és el dedicat a l'art gòtic. La sala 5 és introductòria però encara acull algunes peces d'art romànic. Aquesta sala transmet coneixements a partir de capitells i escultures sostingudes per pilastres de metacrilat, un text general sobre l'art gòtic, vitrines parietals amb peces com el martirologi, un sarcòfag i al centre de la sala, una taula d'experimentació. Aquesta taula permet al visitant conèixer mitjançant la manipulació, les diferents formes de treballar dels picapedrers, així com conèixer de forma pràctica, el procés de creació de peces



fetes segons determinades tècniques. La sala 6 amb la mare de Déu de Palera, la sala 7 amb les taules de vitraller i la sala 8 amb els grans retaules de Bernat Martorell, acaben de configurar l'espai dedicat a l'art gòtic. Les vitrines i el text són els recursos expositius emprats també en aquests espais.

Seguint l'ordre cronològic, arribem al segle XVI amb dues sales, la 9 i la 10, de petites dimensions que exposen escultures i part del retaule de Sant Feliu.

En el segon pis el discurs relatiu a l'art del segle XVI continua amb les sales 11 i 12. Ambdues sales, exposen majoritàriament pintures colgades a la paret i es veuen mancades d'explicacions profundes. La sala 12, amb accés a través d'una balconada a la sala del tron (sala 8) conté el retaule de Segueró de Pere Mates, una altra de les joies del museu. En aquest mateix pis hi trobem el Punt de Descoberta, senyalada com a sala 13. Aquest és un espai dedicat a l'aprenentatge sobre els pigments i els materials que s'utilitzen per fer una pintura sobre fusta o sobre tela. La forma en què es presenta aquest espai és feta a partir de dibuixos, reproduccions de materials i peces originals col·locades en vitrines i penjades a la paret.

En aquest mateix pis, però fugint del discurs cronològic del museu, es troben les quatre sales monogràfiques. Bàsicament mitjançant vitrines, però també deixant a la vista de tothom i sense massa protecció objectes de grans dimensions, el visitant pot aprofundir en aspectes relacionats amb el món del mobiliari, dels objectes de ceràmica, del vidre i de l'art litúrgic.

Al tercer pis hi ha l'àmbit dedicat a l'art del segle XVII i XVIII, consisteix bàsicament en dues sales, la 14 i la 15. Vitrines, un text amb informació sobre l'època i peanyes per sostenir escultures són els recursos expositius emprats en aquesta sala, on destaca entre les seves peces, l'escultura de Sant Roc de Sant Feliu de Guíxols.

Finalment en el darrer pis de la col·lecció permanent, es localitza l'àmbit dedicat a l'art del segle XIX, repartit entre les sales 16 i 17. Les peces exposades a la sala 17 són bàsicament pintures a l'oli penjades a la paret i escultures dins una vitrina i sostingudes per una peanya. En destaca el quadre del *Setge de Girona de 1809* de Ramon Martí Alzina a la sala 16 i els quadres de Joaquim Vayreda a la sala 17.

L'altre àmbit del quart pis està dedicat a l'art del segle XX. Aquest àmbit es troba en una part de la sala 17 i la resta a la sala annexa 18. D'aquesta sala, a part del text explicatori de l'art del segle XX i dels quadres penjats a la paret, hi ha un puzle perquè els més menuts puguin jugar

tot reproduint les siluetes d'un dels quadres exposats. Una de les peces destacades és el quadre de Mela Muter *L'onyar a Girona*.

#### 5.2.2.6. Activitats. El servei educatiu

El Museu d'Art de Girona compta amb una àmplia oferta educativa adreçada tant a públic escolars com a públic familiar i adult. Segons les dades estadístiques de l'any 2008, les escoles usuàries de les activitats organitzades pel servei educatiu han estat el 12% dels visitants totals del museu (Museu d'Art de Girona, 2008). Des del Servei Educatiu del Museu d'Art de Girona s'ofereix un ampli ventall d'activitats per escoles, consistents en visites dinamitzades i tallers. Aquestes activitats, adaptades a tots els nivells educatius, estan dissenyades des d'un punt de vista multidisciplinari a partir de la seva vinculació amb la dansa, la narració, l'educació visual i plàstica, la història de l'art i la història.

Des del 2005 les activitats educatives destinades al públic escolar, s'inclouen en el *Programa de recursos educatius de l'Ajuntament de Girona*, oferta que l'ajuntament fa arribar a tots els centres educatius. No obstant, les activitats s'organitzen i gestionen des del Museu d'Art de Girona. Les activitats adreçades a educació infantil: *En Bernat Xim Pum descobreix on s'amaguen els colors* (activitat basada en la narració oral i realitzada per la narradora Sessi Sitjà); *La dansa dels animals fantàstics* (activitat realitzada per l'associació gironina de dansa "La Perla"); *Mirem quadres amb la rata Sàvia* (activitat basada en la narració oral i realitzada per la narradora Sessi Sitjà); Pel que fa les activitats adreçades a educació Primària són les següents: *Les pedres parlen* (activitat basada en la narració oral i realitzada per la narradora Sessi Sitjà); *La dansa dels animals fantàstics* (activitat realitzada per l'associació gironina de dansa "La Perla"); *Pintem sense colors* (activitat plàstica realitzada per educadors del servei educatiu del Museu d'Art de Girona); *Llum i colors en l'art* (activitat plàstica realitzada per educadors del servei educatiu del Museu d'Art de Girona); *El vitraller de la Catedral* (activitat conjunta entre el Museu d'Art de Girona i la Catedral de Girona<sup>55</sup>) i *Un Dia a Girona de la mà del Museu d'Art de Girona* (activitat de 5,5 hores de durada en què es visita la ciutat i el Md'A, en què els nens es queden a dinar al jardí del Museu). Altres activitats adreçades a educació Secundària i Batxillerat són : *El vitraller de la catedral* (activitat conjunta entre el Museu d'Art

---

<sup>55</sup> El Museu d'Art té signat un Protocol de Funcionament amb la catedral de Girona establert l'any 2008. Gràcies a aquest protocol, el museu i la catedral ofereixen tres activitats de manera conjunta però és el Museu d'Art de Girona qui centralitza les reserves i coordina i supervisa els monitoratges.

de Girona i la Catedral de Girona); *Art romànic i gòtic: pintura, escultura i arquitectura* (activitat conjunta entre el Museu d'Art de Girona i la Catedral de Girona); *Simbologia religiosa* (activitat conjunta entre el Museu d'Art de Girona i la Catedral de Girona); *10 segles d'Història de l'Art* (visita guiada); *Pintem sense colors* (activitat plàstica realitzada per educadors del servei educatiu del Museu d'Art de Girona) i *Un Dia a Girona de la mà del Museu d'Art de Girona* (activitat de 5,5 hores de durada en què es visita la ciutat i el Md'A, en què els nens es queden a dinar al jardí del Museu)

Paral·lelament a aquesta oferta d'activitats que es realitzen a l'interior de les dependències del Museu, el servei educatiu posa a l'abast de mestres i professors, el programa *Anem a l'escola*, en què el museu va de visita. Els dos tallers que s'ofereixen són: *Pintem sense colors* (activitat adreçada a primària) i *Un retaule en una maleta* (activitat adreçada a secundària)

El servei educatiu del Md'A, també treballa en dues línies d'actuació molt diferenciades respecte els altres museus de la ciutat. Per una banda, organitza dins de la programació estable d'activitats per públic escolar, cada 23 d'abril, per la diada de Sant Jordi, *el Museu d'Art de Girona surt al carrer*, a l'espai públic de les escales de Sant Martí. Aquest espectacle gratuït, s'ha convertit ja amb una proposta consolidada que aplega cada any més de mig miler d'escolars. L'any 2008 van assistir a l'acte 820 escolars i l'any 2009, amb l'espectacle titulat *Les meravelles d'Orient*, hi van assistir 625 nens i nenes (Museu d'Art de Girona, 2009a, 5). Per altra banda, el Servei Educatiu del Museu d'Art de Girona també proposa acostar als alumnes escolars les seves col·leccions a través de la lectura. La col·lecció *Amb Ulls de Conte (amb 5 números publicats)* recull un seguit d'històries que tenen com a protagonistes peces exposades al Md'A. Els seus autors/es són figures reconegudes de la literatura catalana i cada volum compta amb dibuixos de diferents il·lustradors/res, incloent-hi suggeriments didàctics, que permeten treballar els continguts de la narració a classe (Museu d'Art de Girona, 2009b)

Pel que fa a les activitats programades per al públic familiar, s'ofereixen de forma permanent i regular un diumenge de cada mes. Les activitats familiars consisteixen en contes, tallers, visites dinamitzades (amb materials de suport per facilitar-ne la comprensió) i visites guiades. A més, tenint en compte el públic familiar que visita el museu per lliure i que no assisteix a activitats, des de l'exposició de Flors de Girona el mes de maig de l'any 2010, el museu ha incorporat de forma permanent un material didàctic dissenyat per aquest tipus de públic. Consisteix en unes fitxes plenes d'il·lustracions que motiven als infants a buscar detalls florals en diferents obres exposades al llarg de les diferents sales del museu. Per a nois i noies més grans de 12 anys

s'han dissenyat unes fitxes d'un nivell més elevat de dificultat, on han de buscar a les obres del museu, per una banda vestits ,i per l'altra, animals.

Les activitats de cap de setmana adreçades a tots els públics solen girar al voltant de les exposicions temporals, com ara les visites guiades dutes a terme pels comissaris i comissàries de les exposicions o per educadors del propi museu (Museu d'Art de Girona, 2009a). A més, les activitats organitzades al llarg de l'any, han consistit en conferències, taules rodones, visites guiades, activitats familiars, sortides culturals (organitzades per l'Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona), concerts, espectacles, projeccions d'audiovisuals i activitats literàries (Museu d'Art de Girona, 2009a). Al igual que els altres museus del GironaMuseus, obren les portes gratuïtament un dia al mes. L'entrada al museu és gratuïta el primer diumenge de cada mes.

Dins els serveis que ofereix el museu cal esmentar l'existència d'audioguies. El servei d'audioguia es va instaurar l'any 2007 per tal d'oferir al visitant la possibilitat de fer el recorregut del museu amb una guia acústica traduïda en varis idiomes (català, castellà, anglès i francès). El museu d'art de Girona i el Museu d'Història dels Jueus són els únics museus del GironaMuseus que ofereixen aquest recurs.

Quan el visitant adquireix l'entrada del museu se li proporciona un plànol (en quatre idiomes diferents: català, castellà, anglès i francès) amb una breu explicació i amb la reproducció en imatge d'algunes de les obres més representatives que poden trobar a cada un dels espais del museu. Al llarg de les sales del museu, el visitant no coneixedor de la llengua catalana pot consultar algunes explicacions traduïdes al castellà, francès i anglès, disposades a l'interior de caixes penjades a les parets.

Un tret diferenciador del Museu d'Art de Girona és la capacitat d'adaptació dels seus recursos a tot tipus de públic. Així doncs, ja des de l'any 1997, quan el visitant és invident, a l'entrada del museu se li facilita un fulletó informatiu en braille on es detalla quines obres representatives, dins el recorregut de l'exposició permanent, poden ser mirades a través del tacte (fig 79.). En aquest fulletó, també s'especifica on es troben les taules experimentals que poden descobrir-se a través dels diferents sentits.

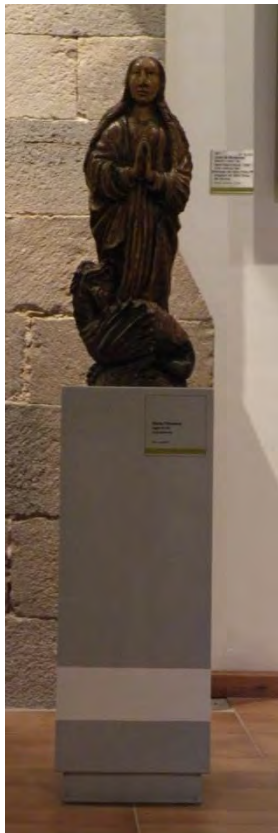


Figura 79. Peces destacades per a invidents.

diferència dels altres museus, el Museu d'Art de Girona posa a l'abast del visitant unes carpetes d'anelles amb les fitxes tècniques de les peces que es troben repartides per les sales del museu. Juntament amb les fitxes de les peces, una de les carpetes conté reculls de contes infantils inspirats en obres del museu fets per alumnes de les escoles i instituts que han participat al llarg dels anys en un concurs escolar de contes sobre el Museu d'Art de Girona. D'aquesta forma, els tecnicismes o les explicacions complementàries de les peces es posen a l'abast del públic tenint en compte els diferents nivells de lectura possibles.

### 5.2.2.7. Dades de visites

Segons les dades facilitades pels tècnics del museu, el Museu d'Art de Girona, l'any 2009 ha rebut un 28% menys de visitants que l'any 2008. El total de visitants de l'any 2009 és de 80.248 i el de l'any 2008 és de 111.532 visitants. No obstant, després dels anys 2003, 2004 i 2005 en que el nombre de visitants no sobrepassava els 80.000, a partir de l'any 2006, el museu registra de forma discontinua valors que es mouen entre els 80.000 i els 110.000 visitants<sup>58</sup>.

De les xifres totals de visitants del museu registrades l'any 2009, el 50% de visitants ho fan a l'exposició permanent, el 36% són visitants de les exposicions temporals i el 14% restant són usuaris d'activitats.

La distribució del perfil del visitant del Museu d'art de Girona és la següent: 65.205 visitants són públic individual, 3.251 visitants són grups escolars, 161 són inclosos en grups d'adults i els 11.631 restants són usuaris d'activitats.

Segons la procedència, el visitant individual del museu és: 55% de visitants estrangers (destacant per sobre la resta el 14% de francesos i l'11% de britànics), un 14% de visitants són procedents de la resta d'Espanya i un 31% de visitants són catalans, dels quals els de les comarques gironines representen el 47% del total de visitants catalans, un 14% del total anual de visitants que rep el museu<sup>59</sup>.

El nombre total d'usuaris del servei educatiu del Museu d'Art de Girona és de 5.528 nens i nenes a l'any 2008 i de 3.251 l'any 2009. Aquestes xifres representen el 4% (any 2009) i el 12% (any 2008) dels visitants totals del museu.

Pel que fa als nens i nenes que han visitat el museu amb l'escola, i les seves edats estan compreses entre els 5 i els 12 anys, el museu ha rebut al llarg de l'any 2009, un total de 1360 nens i nenes, és a dir, el 39% del públic total del servei educatiu del museu<sup>60</sup>.

L'ús de l'audioguia ha estat el mateix per l'any 2008 que per l'any 2009: 599 audioguies prestades. Segons les dades estadístiques de la memòria de l'any 2009, l'idioma més sol·licitat és l'anglès, amb un 40.5% d'usuaris, el francès amb un 23,09%, el castellà amb un 20,3%, i

---

<sup>58</sup> Informació facilitada pel Museu d'Art de Girona

<sup>59</sup> Informació facilitada pel Museu d'Art de Girona

<sup>60</sup> Informació facilitada pel Museu d'Art de Girona

finalment amb un 16,04% el català (Museu d'Art de Girona, 2009, 1). La feblesa de l'ús del català en les audioguies es veu justificada pel fet que els visitants de llengua catalana disposen de la retolació del museu en català i, consegüentment, consideren que l'audioguia no els és necessària.

#### **5.2.2.8. Les sales observades**

A continuació al llarg del següent capítol descriurem l'exposició de les sales estudiades. Primer d'una forma general i després per Unitats d'Atenció

#### **Sala 5. Romànic i gòtic**

La sala número 5 del Museu d'Art de Girona amida 48,83 m<sup>2</sup> i presenta una forma allargassada sense esglaons. Té un total d'1 vitrina, 2 proteccions de vidre parietals, 1 taula experimental amb reproduccions, 1 racó amb informació traduïda al castellà, anglès i francès, 38 peces exposades i 1 text de sala.

La sala no disposa de música ambient ni d'àudios. La seva il·luminació és bàsicament artificial, tot i que també disposa de la llum natural que entra a través de 5 finestres protegides per una fina cortina.



Figura 80. Finestres.

La sala té una lluminositat que oscil·la entre els 50 lux (punt més fosc) i els 223 lux (punt més il·luminat). La il·luminació general de la sala es troba entre els 70 i els 90 lux. Destaquen els 50 lux de l'espai dels brodats, els 150 lux dels capitells, els 220 lux de les escultures il·luminades directament per focus i els 223 lux de la taula experimental<sup>61</sup>.

A cap espai de la sala hi trobem cadires per seure i el color de les parets és monocrom en blanc.

Pel que fa a la temperatura, la sala 5 del museu no té ni aire condicionat ni calefacció. Per aquest motiu, a l'estiu hi fa molta calor, i a l'hivern, hi fa fred. La temperatura mitjana de la sala a l'estiu és de 26,37°C amb 51,05% d'humitat i de 15,91°C a l'hivern amb 52,54% d'humitat<sup>62</sup>.

A la Sala 5 del museu cada peça exposada disposa de la seva pròpia cartel·la explicativa escrita en català. Com a cada sala del museu, enmig de les peces exposades es troba el text explicatiu referent al context històric i a la sala en general.



Figura 81. Cartel·les tipus.

<sup>61</sup> Dades obtingudes a través d'un luxímetre el dia 2 de setembre de 2010.

<sup>62</sup> Dades facilitades pel propi museu d'Art.



El visitant sap en quina sala del museu es troba perquè tant a l'entrada com a la sortida de la sala, hi ha un cartell de 25 x 20 cm amb el fons platejat on indica el número de la sala en qüestió. Fons platejat i número de color negre Arial 520. Aquest cartell és de forma quadrada i està situat a la banda dreta de la porta i a una alçada de 2,03 m respecte el sòl.



Figura 82. Cartells de senyalització i orientació.

Tant el plafó del text de sala, com les cartelles de les peces, com el cartell amb el número de la sala, tenen una banda de color que coincideix amb la simbologia emprada al plànol que es dóna al visitant en el moment d'accedir al museu. Cada període històric del museu va senyalat amb el seu color pertinent. És per aquest motiu que el plafó porta una banda de color groc (explica el període gòtic) i el número de sala porta una banda de colors groc i marró (romànic i gòtic), ja que tot i trobar-se a la sala del gòtic, encara s'exposen algunes peces romàniques.



Figura 83. Vista general sala 5.

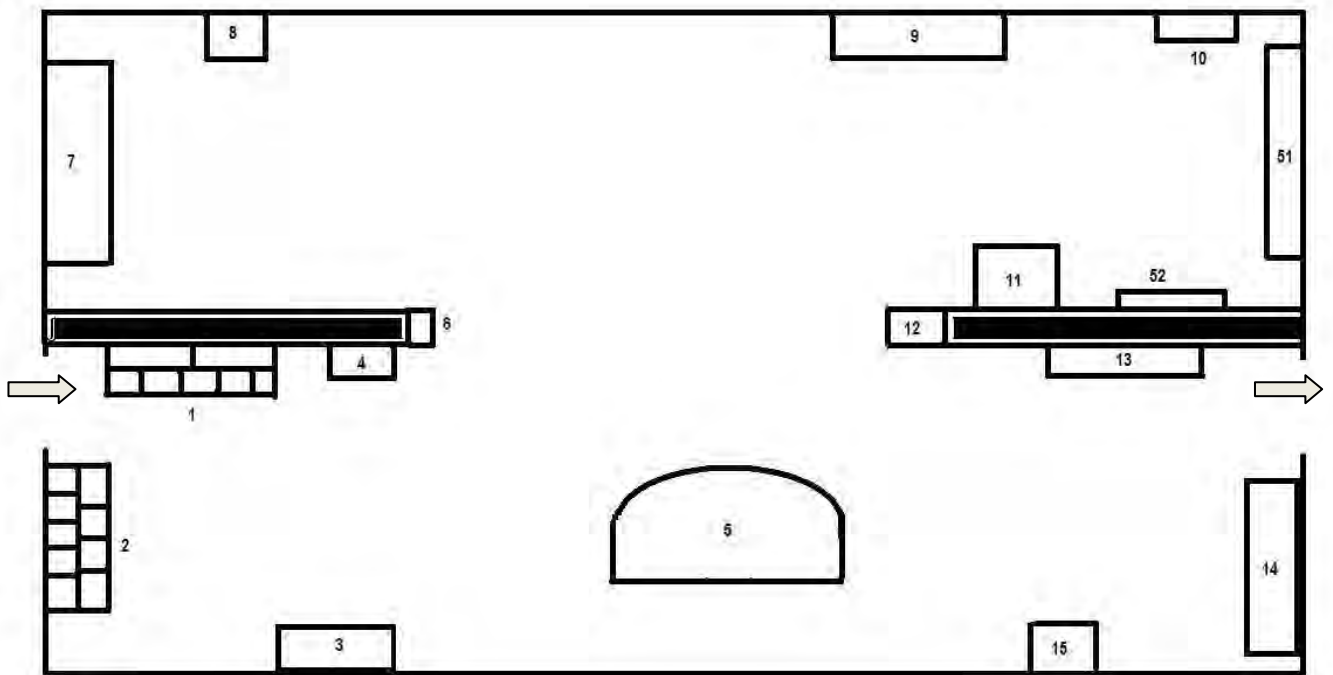


Figura 84. Croquis de la sala 5.

## Unitats d'Atenció:

### Núm. 1: capitells romànics.

7 capitells de dimensions aproximades de 30 x 30 cm, 2 dels quals es troben disposats a la part superior i 5 a la part inferior. Els capitells de la part superior estan recolzats a la paret i suportats per unes mènsules a 1,80 m d'alçada respecte del terra. Les cartel·les es troben a la banda dreta dels capitells, col·locades verticalment, amb una franja de color marró, a 1,80 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm

Els cinc capitells de la part inferior es troben disposats al damunt de peanyes de metacrilat, d'1 m d'alçada. Cada capitell té la seva cartel·la. Les cartel·les es troben a la banda dreta dels capitells, col·locades verticalment, amb una franja de color marró, a 1,80 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 85. Capitells romànics.

### Núm. 2: capitells romànics.

9 capitells de dimensions aproximades de 30 x 30 cm, 5 dels quals es troben disposats a la part superior i 4 a la part inferior. Els capitells de la part superior estan recolzats a la paret i suportats per unes mènsules a 1,80 m d'alçada respecte del terra. Les cartel·les es troben a la

banda dreta dels capitells, col·locades verticalment, amb una franja de color marró, a 1,80 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.

Els cinc capitells de la part inferior es troben disposats al damunt de peanyes de metacrilat, d'1 m d'alçada. Cada capitell té la seva cartel·la. Les cartel·les es troben a la banda dreta dels capitells, col·locades verticalment, amb una franja de color marró, a 1,80 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 86. Capitells romànics.

### **Núm. 3: grup de dues escultures gòtiques.**

Primera escultura: figura femenina de Santa Coloma suportada al damunt d'una mènsula i clavada a la paret a 1 m respecte el terra. Dimensions aproximades de la peça: 0,70 x 1,20 m. Cartel·la situada verticalment a la banda dreta de la peça, amb una franja de color groc, a 1,10 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.

Segona escultura: fragment de figura masculina de l'ex Col·legiata de Sant Feliu de Guíxols suportada al damunt d'una mènsula i clavada a la paret a 1 m respecte el terra. Dimensions aproximades de la peça: 0,70 x 0,80 m. Cartel·la situada verticalment a la banda dreta de la peça, amb una franja de color groc, a 1,10 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus

de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 87. Grup de dues escultures gòtiques.

**Núm. 4: grup de dues escultures gòtiques sobre peanyes.**

Primera escultura: Mare de Déu d'Esperança, suportada al damunt d'una peanya de color blanc a 1 m respecte del terra. Dimensions aproximades de la peça: 0,70 x 0,60 m. Cartel·la situada verticalment a la banda superior dreta de la peanya amb una franja de color groc, a 0,90 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.

Segona escultura: Mare de Déu amb el nen, suportada al damunt d'una peanya de color blanc a 1 m respecte del terra. Dimensions aproximades de la peça: 0,70 x 0,80 m. Cartel·la situada verticalment a la banda superior dreta de la peanya amb una franja de color groc, a 0,90 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 88. Grup de dues escultures gòtiques sobre peanyes.

#### **Núm. 5: taula experimental.**

Taula de fusta situada al mig de la sala, de dimensions: 120 x 0,90 x 0,90 m. Amb una franja de color verd on amb lletres negres hi destaca: "taula experimental: capitell i mènsula (romànic)", combinant les majúscules i les minúscules, tipus de lletra Arial 60. Aquesta taula conté rèpliques de capitells i diversos tipus de pedres treballats amb tècniques de picapedrer. Cada una de les dotze peces de la taula té la seva explicació amb lletra negra i al seu damunt, en una banda adhesiva transparent, hi ha el mateix text escrit en braille. Al mig de la taula també hi ha un calaix amb tapa transparent que s'obre, i a l'interior s'hi troben els estris dels picapedrers. La taula experimental també compta amb uns calaixos ocults que al obrir-se, s'obté més informació de tipus textual (a mode de dossier) sobre el procés d'elaboració de capitells en el romànic.



Figura 89. Taula experimental.

**Núm. 6: plafó explicatiu de la sala. Penjat de la paret i titulat: "L'Art Gòtic".**

Text escrit en català. Lletra estàtica de color negre sobre fons platejat. Text format per 248 paraules, justificat centrat i amb una franja de color groc a la part inferior del plafó. Tipus de lletra Arial 24 i alçada d'1,20 m del terra. Dimensions del plafó 0,50 x 0,30 m. A la part inferior del plafó hi ha una caixeta de color blanc i clavada a la paret, on al seu interior s'hi troben les traduccions en idiomes del text del plafó. Aquesta caixeta es troba a 0,80 m del terra i les dimensions són 25 x 30 cm.



Figura 90. Plafó explicatiu de la sala.

### Núm. 7: calvari del Mestre Bartomeu.

Conjunt de 6 escultures sostingudes per una peanya d'1 m d'alçada. Les escultures, que mostren restes de policromia, representen el Calvari i un àngel. Estan protegides per una corda que no permet acostar-s'hi.

A la paret de la seva banda esquerra s'hi troben les cartel·les de les peces i un petit plafó amb un text on s'explica l'autor. Les dues cartel·les es troben a 1,30 m d'alçada respecte del terra. Situades verticalment amb una franja de color groc. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18, text justificat centrat. Mides de les cartel·les: 10 x 10 cm.

A 1,50 m del terra, hi ha un plafó amb text sobre l'artesà. La disposició d'aquest és vertical, mitjançant dos paràgrafs i amb 102 paraules. Amb una franja de color groc amb fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra. Mides del plafó: 25 x 25 cm.





Figura 91. Calvari del Mestre Bartomeu.

**Núm. 8: cap de Dama.**

Cap de figura femenina suportada al damunt d'una mènsula i clavada a la paret a 1,60 m respecte del terra. Dimensions aproximades de la peça: 0,35 x 0,20 m. Cartel·la situada verticalment a la banda dreta de la peça, amb una franja de color groc, a 1,50 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.

200



Figura 92. Cap de Dama.

**Núm. 9: relleu sepulcral.**

Peça monolítica amb el relleu de la crucifixió suportada al damunt d'una mènsula i clavada a la paret. Alçada respecte del terra: 1,10 m. Dimensions aproximades de la peça: 1 x 0,5 m. Cartel·la situada verticalment a la banda dreta de la peça, amb una franja de color groc, a 1,50 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 93. Relleu sepulcral.

**Núm. 10: brodats emmarcats.**

Dos brodats emmarcats. Un de petites dimensions: 45 x 55 cm, situat a la part superior de la paret i disposat verticalment a 1,90 m del terra. La seva cartel·la es troba situada verticalment a la banda dreta de la peça, amb una franja de color groc, a 1,90 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.

L'altre brodat és una estola i es troba a la part inferior del primer. És de més grans dimensions: 90 x 90 cm. Disposat verticalment a 0,85 m del terra. La seva cartel·la es troba situada verticalment a la banda dreta de la peça, amb una franja de color groc, a 1,20 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra que combina negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 94. Brodats emmarcats.

**Núm. 51: frontal d'altar de color vermell amb representacions florals i humanes.**

De grans dimensions: 0,80 x 1,15 m, penjat de la paret verticalment, i a 1,25 m del terra. El protegeix una gran peça de vidre frontal, sustentat directament de la paret, d' 1,30 x 1,30 m. La seva cartel·la es troba situada verticalment a la banda esquerra de la peça, amb una franja de color groc, a 1,20 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 95. Frontal d'altar de color vermell amb representacions florals i humanes.

**Núm. 52: brodat de color vermell amb la representació de Sant Narcís.**

De grans dimensions: 0,95 x 1,60 m, penjat de la paret verticalment, i a 0,30 m del terra. El protegeix una gran peça de vidre frontal, sustentat directament de la paret, d'1,35 x 2 m. La seva cartel·la es troba situada verticalment a la banda dreta de la peça, amb una franja de color groc, a 1,20 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.

203



Figura 96. Brodat de color vermell amb la representació de Sant Narcís.

**Núm. 11: vitrina parietal amb Martirologi.**

Alçada total: 1 m. Mides de la Vitrina: 0,90 x 0,60 x 0,55 m. Tot i trobar-se a una alçada d'1 m, és relativament fàcil d'observar per a nens i nenes ja que el Martirologi es presenta inclinat. Sense il·luminació interna. El martirologi crida l'atenció per l'ús de diferents colors en les filigranes i la decoració del text. La seva cartel·la es troba situada horitzontalment a la banda dreta de la peça i a l'interior de la vitrina. També té una franja de color groc i es troba a 1,20 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 97. Vitrina parietal amb Martirologi.

**Núm. 12: verge sobre peanya.**

Mare de Déu del Mont suportada al damunt d'una peanya de metacrilat a 1 m respecte el terra. Dimensions aproximades de la peça: 0,80 x 0,20 m. De tonalitats pàl·lides, però destacant-ne el color salmó. Cartel·la situada verticalment a la banda dreta de la peça amb una franja de color groc, a 1 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 98. Verge sobre peanya.

**Núm. 13: calvari de l'hospital de clergues de Girona.**

205

---

Peça feta a partir de tres blocs de pedra encaixats amb el relleu de la crucifixió, suportada al damunt d'una mènsula i clavada a la paret. Alçada respecte el terra: 1,20 m. Dimensions aproximades de la peça: 170 x 90 x 20 cm. Cartel·la situada verticalment a la banda dreta de la peça, amb una franja de color groc, a 1,10 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 99. Calvari de l'hospital de clergues de Girona.

**Núm. 14: sepulcre de Jofre Gilabert.**

Sepulcre de pedra amb la representació d'un guerrer amb les seves armadures, suportat al damunt d'una peanya de ciment de 0,25 m d'alçada. Dimensions aproximades del sepulcre: 1,10 x 2,10 m. Cartel·la situada verticalment a la banda esquerra de la peça amb una franja de color groc, a 1,10 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 100. Sepulcre de Jofre Gilabert.

**Núm. 15: verge sobre peanya.**

Verge de l'esperança del convent de sant Francesc d'Assís. Suportada al damunt d'una peanya de metacrilat a 1 m respecte el terra. Amb restes de policromia verda i vermella. La verge mostra una gran panxa d'embarassada. Dimensions aproximades de la peça: 0,80 x 0,70 m. Cartel·la situada verticalment a la banda dreta de la peça amb una franja de color groc, a 1,1 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 101. Verge sobre peanya.



## Sala 12. Segle XVI

La Sala número 12 del Museu d'Art de Girona fa 83,91 m<sup>2</sup>, la seva forma és quadrangular i disposa de dos sofàs per descansar al mig de l'espai. Té un total d'una vitrina, un racó amb carpetes amb fitxes descriptives de les obres per saber-ne més, 44 peces exposades, una rèplica i un punt de descoberta.

La sala no disposa de música ambient i la il·luminació de l'espai és bàsicament artificial, tot i que també disposa de la llum natural que entra per una gran finestra que comunica amb l'exterior. La sala té una lluminositat que oscil·la entre els 40 lux (punt més fosc) i els 1.110 lux (punt més il·luminat). La il·luminació general de la sala es troba entre els 40 i els 68 lux. Destaquen els 1.110 lux del moble amb carpetes i els 40 lux del retaule de Pere Mates<sup>63</sup>.

Pel que fa a la temperatura, la sala 12 del museu té un sistema de climatització diferent al de la sala 5. A l'estiu compta amb aire fred i a l'hivern amb aire calent. De totes formes, al trobar-se en un edifici fet sobretot de pedra i amb els sostres alts, la temperatura sol ser més agradable que a les primeres sales del museu. De totes formes, a l'hivern solen haver-hi temperatures baixes i a l'estiu més altes. La temperatura mitjana de la sala a l'estiu és de 26,6°C amb 55% d'humitat i de 15,8°C a l'hivern amb 53,5% d'humitat<sup>64</sup>.

208

---

Les parets d'aquesta sala també són pintades de color blanc, i contrasten amb l'únic element expositiu que és pintat de color negre, una peanya.

Cada peça exposada disposa de la seva cartel·la explicativa escrita en català. El text explicatiu referent al context històric i a la sala en general, es troba a la sala 11, habitació contigua a la sala 12.

El visitant sap a quina sala del museu es troba perquè tant a l'entrada com a la sortida de la sala, hi troba un cartell amb el fons platejat on indica el número de la sala en qüestió. Cartell de 25 x 20 cm i número de color negre Arial 520. En aquesta sala es troben dos d'aquests cartells de forma quadrada. Un es troba a la banda dreta de la porta de sortida a una alçada de 2,06 m respecte el sòl i, el segon, a 2,65 m al fons de la sala.

Tant el plafó del text de sala, com les cartel·les de les peces, com el cartell amb el número de la sala, tenen una banda de color que coincideix amb la simbologia emprada al plànol que es

---

<sup>63</sup> Dades obtingudes a través d'un luxímetre el dia 2 de setembre de 2010.

<sup>64</sup> Dades obtingudes a través d'un dattalogger el 18 d'agost del 2010 i el 26 de febrer de 2011, ja que el museu d'Art no enregistra les temperatures en aquesta sala en concret.

dóna la visitant. Cada període històric del museu va senyalat amb el seu color pertinent. És per aquest motiu que el plafó porta una banda de color groc (explica el període gòtic) i el número de sala porta també una banda de color groc (gòtic).



209

Figura 102. Vista general de la sala 12.

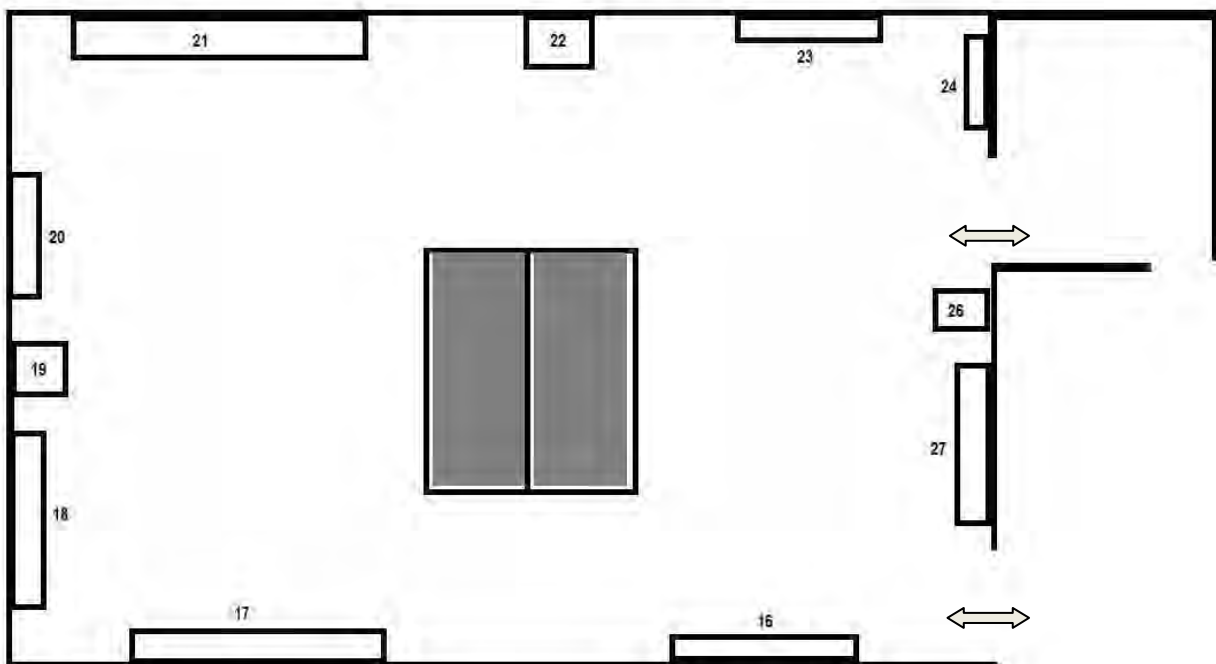


Figura 103. Croquis de la sala 12.

## Unitats d'Atenció:

### Núm. 16: Sant Pere i Sant Pau de Pere Mates.

Dues planxes de fusta amb la representació pictòrica a l'oli de Sant Pere, a l'esquerra, i Sant Pau a la dreta. Pintades amb colors variats però amb el predomini del color vermell. Es troben a 0,90 m del terra. Dimensions de les fustes: 1,24 x 0,61 m. Les cartel·les es troben a banda esquerra i dreta respectivament, col·locades verticalment, amb una franja de color groc, a 1,30 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 104. Sant Pere i Sant Pau de Pere Mates.

### Núm. 17: retaule dels misteris del Rosari.

Retaule de fusta amb pintura a l'oli fet a partir de diverses peces. De colors variats. Dimensions de les fustes: 0,73 x 0,98 m, 0,70 x 0,92 m, 1,5 x 1,23 m, 1,39 x 1,24 m, dues d'1,62 x 0,875 m, i dues d'1,52 x 0,93 m. Les peces col·locades a la part inferior es troben a 0,75 m del terra. La cartel·la es troba a la banda dreta del retaule, col·locada verticalment, amb una franja de color groc, a 1,30 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm. A la part superior de la cartel·la, i situada a 1,45 m d'alçada respecte del terra, hi ha una cartel·la a mode de gràfic. Aquesta cartel·la serveix per identificar les escenes del retaule. Està col·locada verticalment, amb una franja de color groc, amb el fons platejat i lletres negres. Tipus de lletra Arial 16. Mides de la cartel·la: 20 x 25 cm.



Figura 105. Retaule dels misteris del Rosari.

**Núm. 18: retaule de Pere Mates.**

Retaule de fusta amb pintura a l'oli fet a partir de diverses peces. De colors variats. Hi destaca la representació del judici final amb el dimoni. Dimensions de les fustes: vuit de 109 x 44 m, dues de 109 x 61 m i quatre de 74 x 19 m. Les peces col·locades a la part inferior es troben a 0,75 m del terra. La cartel·la es troba a la banda dreta del retaule, col·locada verticalment, amb una franja de color groc, a 1,30 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10cm. A la part inferior, a 1,20 m, hi ha una banda adhesiva transparent amb el mateix text escrit en braille. Finalment, a la part superior de la cartel·la i situada a 1,45 m d'alçada respecte del terra, hi ha una cartel·la a mode de gràfic. Aquesta cartel·la serveix per identificar les escenes del retaule. Està col·locada verticalment, amb una franja de color groc, amb el fons platejat i lletres negres. Tipus de lletra Arial 16. Mides de la cartel·la: 20 x 25 cm.

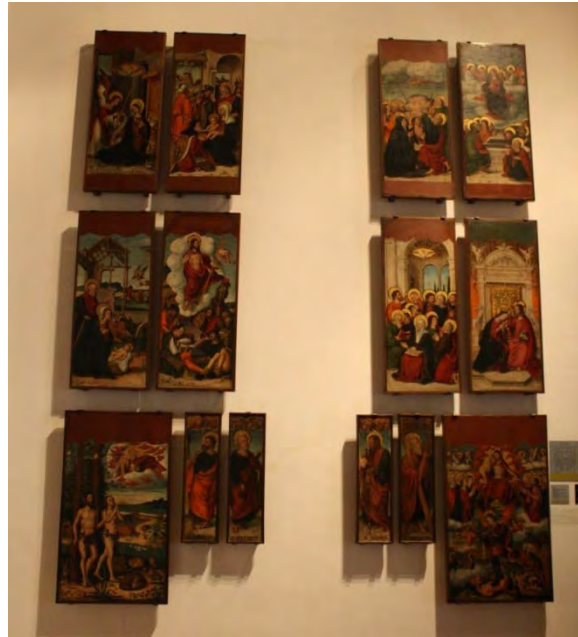


Figura 106. Retaule de Pere Mates.

**Núm. 19: vitrina en peanya.**

Peça de fusta pintada pel seguidor del taller de Rogier Van der Weiden. Ubicada a l'interior d'una vitrina i col·locada al damunt d'una peanya de color negre. A 1 m respecte del terra. Dimensions de la vitrina: 40 x 40 x 50 cm. Sense cartel·la. A la part frontal de la peanya hi ha una caixeta de fusta també pintada de color negre que conté un full plastificat amb l'explicació tècnica corresponent. A 0,80 m del terra. Mides del dispensador de fusta amb el full: 25 x 30 cm.

212



Figura 107. Vitrina sobre peanya.

**Núm. 20: grup de dues pintures de Pere Mates i Francesc Espinosa.**

Primera pintura: Crucifixió. Penjada de la paret a 2 m del terra. Dimensions aproximades de la peça: 0,97 x 0,82 m. Cartel·la situada verticalment a la banda dreta de la peça amb una franja de color groc, a 1,40 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.

Segona pintura: sant Iscle i Santa Victòria. Penjada de la paret a 0,85 m del terra. Dimensions aproximades de la peça: 0,77 x 1,06 m. Cartel·la situada verticalment a la banda dreta de la peça amb una franja de color groc, a 1,30 m. del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.

A la banda esquerra, i situada a 0,85 m del terra hi ha una cartel·la a mode de gràfic. Aquesta cartel·la serveix per identificar les dues peces exposades amb el que seria el seu retaule original. Està col·locada verticalment, amb una franja de color groc, amb el fons platejat i lletres negres. Tipus de lletra Arial 16. Mides de la cartel·la: 20 x 25 cm.



Figura 108. Grup de dues pintures de Pere Mates i Francesc Espinosa.

**Núm. 21: retaule de Sant Pere.**

Retaule de fusta amb pintura a l'oli fet a partir de diverses peces. De colors variats. Dimensions de les fustes: 0,92 x 0,62 m, 0,89 x 0,62 m, 1,43 x 1 m, dues de 0,83 x 0,62 m, dues de 0,62 x 0,95 m, dues de 0,83 x 0,68 m i quatre de 0,92 x 0,67 m. Les peces col·locades a la part inferior es troben a 0,65 m del terra. La cartel·la es troba a la banda dreta del retaule, col·locada verticalment, amb una franja de color groc, a 1,35 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10cm. A la part superior de la cartel·la, i situada a 1,45 m d'alçada respecte del terra, hi ha una cartel·la a mode de gràfic. Aquesta cartel·la serveix per identificar les escenes del retaule. Està col·locada verticalment, amb una franja de color groc, amb el fons platejat i lletres negres. Tipus de lletra Arial 16. Mides de la cartel·la: 20 x 25 cm.



Figura 109. Retaule de Sant Pere.

**Núm. 22: moble amb carpetes.**

Aprofitant els festejadors de la finestra per seure-hi, al mig hi ha un moble amb tot de carpetes d'anelles amb les fitxes de les peces de la sala. En elles es pot obtenir informació més detallada de cada una de les peces exposades de la sala. Una d'aquestes carpetes d'anelles conté els contes dels nois i noies de les escoles gironines que han guanyat premi en el concurs de narració del Museu d'Art de Girona. Cada un dels contes s'inspira amb alguna de les peces exposades del museu. Dimensions del moble: 80 x 45 x 40 cm.



Figura 110. Moble amb carpetes.

**Núm. 23: Pietat de Pere Mates.**

Pintura sobre fusta on hi surt representat el davallament de la creu de Jesús. Com a element curiós, en podem destacar la representació de la Catedral de Girona. Dimensions de la peça: 1,36 x 1,34 m. Es troba a 1,10 m del terra. La cartel·la es troba a la banda esquerra de la fusta, col·locada verticalment, amb una franja de color groc, a 1,25 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10cm.





Figura 111. Pietat de Pere Mates.

**Núm. 24: tapís Flamenc. Coronació d'un príncep.**

Tapís de grans dimensions on hi surten representats molts personatges reials. Predomini del color vermell i blau. El tapís es troba al damunt d'una porta. Dimensions del tapís: 2,20 x 3,20 m. Es troba a 2,70 m del terra. La cartel·la es troba a la part inferior del tapís, col·locada verticalment, amb una franja de color groc, a 1,30 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 112. Tapís Flamenc. Coronació d'un príncep.

**Núm. 26: Ecce Homo.**

Reproducció d'un relleu d'alabastre on hi surt Jesús abans de ser crucificat. Peça especial per a ser tocada, sobretot, dins el recorregut de la visita per a invidents. Ve senyalitzada per una banda grisa a la part inferior de la peanya. La peça està col·locada horitzontalment al damunt d'una peanya de color gris de 90 x 35 x 55 cm. La cartel·la de la peça està situada verticalment a la part davantera dreta de la peanya a uns 0,78 m del terra. La cartel·la és una banda adhesiva transparent amb lletra de color negre Arial 24 de dimensions 12 x 12 cm i amb una franja groga. A la part superior de la peanya, col·locat en posició horitzontal, a 0,90 m, hi ha una banda adhesiva transparent amb el mateix text escrit en braille. Les dimensions d'aquesta banda adhesiva són: 23 x 8 cm.



Figura 113. Ecce Homo.

**Núm. 27: retaule de Sant Sebastià.**

Retaule d'una sola peça de fusta i amb relleu. Al mig hi surt representat Sant Sebastià lligat d'un arbre. Dimensions de la peça: 3,10 x 3,20 m. Es troba a 1,50 m del terra. La cartel·la es troba a la banda dreta del retaule de fusta, col·locada verticalment, amb una franja de color groc, a 1,30 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 22, text justificat a l'esquerra i combinant negreta i normal. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 114. Retaule de Sant Sebastià.

## Sala 17. Modernisme i Noucentisme

La Sala número 17 del Museu d'Art de Girona fa 94,67 m<sup>2</sup>, la seva forma és quadrada i disposa d'un sofà al mig de la sala per descansar. Té un total d'una vitrina, una rèplica, un racó amb informació traduïda al castellà, anglès i francès, 22 peces exposades de les quals dues són escultures i 1 text de sala.

Quasi no s'ha emprat elements expositius. Quasi la totalitat de les obres d'aquesta sala es troben penjades a la paret o col·locades al damunt d'una peanya.

La sala no disposa de música ambient ni d'àudios. La seva il·luminació és bàsicament artificial, tot i que també disposa de la llum natural que entra a través de 5 finestres protegides per una fina cortina.

La sala té una lluminositat que oscil·la entre els 28 lux (punt més fosc) i els 330 lux (punt més il·luminat). La il·luminació general de la sala es troba entre els 60 i els 80 lux. Destaquen els 28 lux del sofà del mig de la sala i els 330 lux dels focus que il·luminen directament els quadres<sup>65</sup>.

Les parets de la sala són de color blanc.

219

Pel que fa a la temperatura, la sala 17 del museu té el mateix sistema de climatització que a la sala 12. A l'estiu compta amb aire fred i a l'hivern amb aire calent. De totes formes, al trobar-se al darrer pis de l'edifici, a l'estiu s'hi està fresc i a l'hivern confortable (la temperatura sol ser agradable però varia depenent de les baixes temperatures d'alguns mesos). La temperatura mitjana de la sala a l'estiu és de 23,63°C amb 52,58% d'humitat i de 15,56°C a l'hivern amb 54,10% d'humitat<sup>66</sup>.



Figura 115. Deshumidificador.

<sup>65</sup> Dades obtingudes a través d'un luxímetre el dia 2 de setembre de 2010.

<sup>66</sup> Dades obtingudes pel propi Museu d'Art.

A la Sala17 del museu, cada peça exposada disposa de la seva cartel·la explicativa escrita en català. Com a cada sala del museu, enmig de les peces exposades hi trobem el text explicatiu referent al context històric i a la sala en general.

El visitant sap a quina sala del museu es troba perquè tant a l'entrada com a la sortida de la sala, hi troba un cartell amb el fons platejat on indica el número de la sala en qüestió. Cartell de 25 x 20 cm i número de color negre Arial 520. En aquesta sala es troben dos d'aquests cartells de forma quadrada. Un es troba a la paret de l'esquerra de la porta d'entrada de la sala, a una alçada de 2,5 m respecte el sòl, i el segon, a 2,33 m i a la paret esquerra de la porta de sortida de la sala.

Tant el plafó del text de sala com el cartell amb el número de la sala, tenen una banda de color que coincideix amb la simbologia emprada al plànol que es dóna la visitant. Cada període històric del museu, va senyalat amb el seu color pertinent. És per aquest motiu que el plafó amb el text que contextualitza les obres porta una banda de color blau (explica el període modernista i noucentista), i el número de sala porta una banda de color verd i blau (segle XIX i modernisme i noucentisme) i les cartel·les de les peces porten una franja de color verd (les corresponents al segle XIX) o blau (modernisme i noucentisme). Aquesta dualitat d'èpoques existeix perquè la sala 17 del Museu d'Art de Girona acull obres d'art del segle XIX i del modernisme i noucentisme.



Figura 116. Vista general de la sala 12.

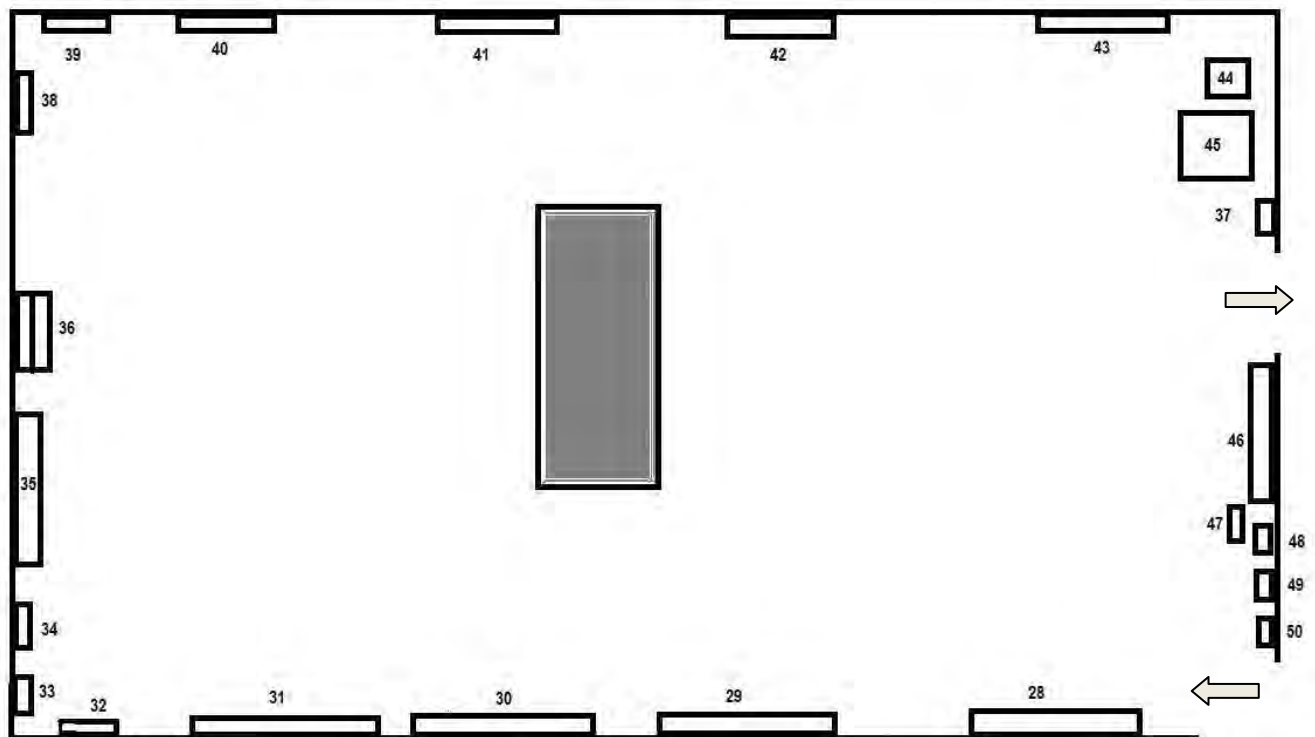


Figura 117. Croquis sala 17.

**Unitats d'Atenció:**

**Núm. 28: pintura a l'oli: sometent a Catalunya.**

Pintura a l'oli de Josep Berga, de 60 x 45 cm amb marc daurat. Situada a una alçada del terra d'1,20 m. A la pintura hi surten representats homes de petites dimensions, amb la barretina vermella i al cim d'un turó. La cartel·la està situada a la part dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color verd, a 1,30 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 118. Pintura a l'oli: sometent a Catalunya.

**Núm. 29: pintura a l'oli: paisatge.**

Pintura a l'oli de Joaquim Vayreda, de 50 x 30 cm amb marc daurat. Situada a una alçada del terra d'1,30 m. A la pintura hi surten representats uns animals enmig d'un paisatge on hi predominen els tons cremes i verdosos. La cartel·la està situada a la part dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color verd, a 1,30 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 119. Pintura a l'oli: paisatge.

**Núm. 30: pintura a l'oli: La sega.**

Pintura a l'oli de Joaquim Vayreda de 60 x 120 cm amb marc daurat. Situada a una alçada del terra d'1,10 m. A la pintura hi surt representat un gran arbre en primer terme juntament amb tres dones segant. Les dones destaquen perquè es troben davant un camp de blat de color groc. La cartel·la està situada a la part dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color verd, a 1,30 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 120. Pintura a l'oli: La sega.

**Núm. 31: pintura a l'oli: ramat al prat.**

Pintura a l'oli de Joaquim Vayreda de 110 x 75 cm amb marc daurat. Situada a una alçada del terra d'1,05 m. A la pintura hi surten representats en primer terme, i sota un gran arbre, un ramat d'ovelles. Destaca el color blanc de les ovelles amb el fons verd del prat. La cartel·la està situada a la part dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color verd, a 1,30 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.

223



Figura 121. Pintura a l'oli: ramat al prat.

**Núm. 32: pintura a l'oli: Lliçó de Cant pla.**

Pintura a l'oli de Joaquim Vayreda de 40 x 30 cm amb marc daurat. Situada a una alçada del terra d'1,25 m. A la pintura hi surten representats dos nois vestits amb unes robes vermelles i blanques i un mestre al darrere que els ensenya a cantar. La cartel·la està situada a la part



dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color verd, a 1,30 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 122. Pintura a l'oli: Lliçó de Cant pla.

**Núm. 33: pintura a l'oli: El combregar a muntanya.**

224

---

Pintura a l'oli de Marià Vayreda de 60 x 40 cm amb marc daurat. Situada a una alçada del terra d'1,15 m. A la pintura hi surten representats un nen i un grup d'adults a dalt d'un cavall o ase. Avancen per un camí de muntanya empedrat. El nen porta un llum encès a la mà. La cartel·la està situada a la part dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color verd, a 1,33 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 123. Pintura a l'oli: El combregar a muntanya.

**Núm. 34: pintura a l'oli: Ball del Gambeto.**

Pintura a l'oli de Marià Vayreda de 30 x 35 cm amb marc daurat. Situada a una alçada del terra d'1,31 m. A la pintura hi surten representats homes i dones al mig d'una plaça ballant. La cartel·la està situada a la part dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color verd, a 1,33 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 124. Pintura a l'oli: Ball del Gambeto.

**Núm. 35: pintura a l'oli: El Cafè Vila.**

Pintura a l'oli de Pons Martí de 60 x 80 cm amb marc daurat. Situada a una alçada del terra d'1,17 m. A la pintura hi surten representats homes asseguts al cafè d'en Vila, a l'actual oficina d'atenció al ciutadà de la plaça del Vi de Girona. Predominen els colors foscos. La cartel·la està situada a la part dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color verd, a 1,13 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 125. Pintura a l'oli: El Cafè Vila.

**Núm. 36: Grup de dues pintures a l'oli de Jaume Pons Martí.**

Pintura a l'oli col·locada a la part superior de la paret: "La porta de Figuerola" de 30 x 45 cm amb marc de fusta. Situada a una alçada del terra d'1,40 m. A la pintura hi surten representats homes i dones de petites dimensions amb una de les portes de la muralla de la ciutat de Girona. Al fons es veu l'església de Sant Feliu i la Catedral. La cartel·la està situada a la part inferior dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color verd, a 0,95 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.

Pintura a l'oli col·locada a la part inferior de la paret: "Portal de Girona" de 30 x 45 cm amb marc de fusta. Situada a una alçada del terra d'1,10 m. A la pintura hi surten representats homes i dones de petites dimensions davant una de les portes de la muralla de la ciutat de Girona. La cartel·la està situada a la part inferior dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color verd, a 0,80 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 126. Grup de dues pintures a l'oli de Jaume Pons Martí.

**Núm. 37: pintura a l'oli: Dona de l'antifaç.**

Pintura a l'oli de Romà Ribera, de 40 x 50 cm amb marc de fusta. Situada a una alçada del terra d'1,30 m. A la pintura hi surt representada una dona amb una capa blava i un antifaç de color negre. La cartel·la està situada a la part dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color verd, a 1,13 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 127. Pintura a l'oli: Dona de l'antifaç.

**Núm. 38: pintura a l'oli: Fajol a Santa Pau.**

Pintura a l'oli de Manuel Pigem, de 40 x 50 cm amb marc de fusta amb detalls daurats. Situada a una alçada del terra d'1,30 m. A la pintura hi surt representat un paisatge on hi predominen els colors verdosos. La cartel·la està situada a la part dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color verd, a 1,30 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 128. Pintura a l'oli: Fajol a Santa Pau.

**Núm. 39: pintura a l'oli: La barca.**

Pintura a l'oli d'Antonio Graner, de 40 x 65 cm amb marc daurat. Situada a una alçada del terra d'1,27 m. A la pintura hi surt representat un paisatge amb un llac o riu. La cartel·la està situada a la part dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color verd, a 1,30 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 129. Pintura a l'oli: La barca.

**Núm. 40: aquarel·la: Dona a la terrassa d'un cafè.**

Pintura a l'oli de Josep Berga, de 20 x 30 cm amb marc de fusta amb paspartú de color blanc. Situada a una alçada del terra d'1,25 m. A la pintura hi surt representada una dona asseguda en una taula d'un cafè. Crida l'atenció la seva forma de vestir i el fet que mira constantment l'espectador. La cartel·la està situada a la part dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color verd, a 1,30 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 130. Aquarel·la: Dona a la terrassa d'un cafè.

**Núm. 41: plafó explicatiu de la sala.** Penjat de la paret i titulat: "Modernisme i Noucentisme". Text escrit en català. Lletres estàtiques de color negre sobre fons platejat. Text format per 200 paraules, justificat centrat i amb una franja de color blau a la part inferior del plafó. Tipus de lletra Arial 24 i alçada d'1,28 m del terra. Dimensions del plafó 50 x 30 cm. A la part inferior del plafó hi ha una caixeta de color blanc i clavada a la paret, on al seu interior s'hi troben les traduccions en idiomes del text del plafó. Aquesta caixeta es troba a 0,80 m del terra i les dimensions són 25 x 30 cm.



Figura 131. Plafó explicatiu de la sala.

**Núm. 42: pintura a l'oli: Girona.**

Pintura a l'oli de Santiago Rusiñol, de 120 x 90 cm amb marc de fusta amb detalls daurats. Situada a una alçada del terra d'1,20 m. A la pintura hi surt representat el passeig arqueològic de Girona. També s'hi pot veure la Catedral i l'església de Sant Feliu. Hi predominen els colors marrons de les pedres i els verds de la vegetació. La cartel·la està situada a la part dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color blau, a 1,30 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 132. Pintura a l'oli: Girona.

**Núm. 43: pintura a l'oli: Entrada al cementiri.**

Pintura a l'oli de Santiago Rusiñol, de 70 x 90 cm amb marc de fusta daurat. Situada a una alçada del terra d'1,20 m. Pintura molt fosca on es poden observar les siluetes dels xiprers. La cartel·la està situada a la part dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color blau, a 1,30 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 133. Pintura a l'oli: Entrada al cementir.

#### **Núm. 44: Escultura de fang: els primers freds**

Esbós en fang de Miquel Blay a l'interior d'una vitrina i al damunt d'una peanya de fusta pintada de color blanc. Dimensions de la vitrina: 28 x 41 x 28 cm. Alçada de la peça respecte el terra: 1 m. Cartel·la situada verticalment a la banda dreta de la peanya, amb una franja de color blau, i 0,80 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.

231

---



Figura 134. Escultura de fang: els primers freds.



**Núm. 45: Escultura de fang: Girona**

Escultura de guix de Miquel Blay al damunt d'una peanya de fusta pintada de color blanc. Dimensions de la peça: 0,80 x 100 x 70 cm. Alçada de la peça respecte el terra: 0,5 m. Cartel·la situada verticalment a la banda esquerra de la peanya, amb una franja de color blau, i 0,370 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 135. Escultura de fang: Girona.

**Núm. 46: pintura a l'oli: retrat de dona.**

Pintura a l'oli de Francesc Vayreda, de 150 x 130 cm amb marc daurat. Situada a una alçada del terra de 0,80 m. A la pintura hi surt representada una noia rossa, nua i asseguda al mig d'una habitació amb moltes robes. Destaca el color rosa d'una de les robes del quadre però sobretot, les dimensions del llenç. La cartel·la està situada a la part esquerra del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color blau, a 1,30 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 136. Pintura a l'oli: retrat de dona.

**Núm. 47: xilografia.**

Reproducció d'una xilografia amb la representació d'un rellotge amb xifres romanes. Peça especial per a ser tocada, sobretot, per al recorregut de la visita per a invidents. Ve senyalitzada per una banda grisa a la part inferior de la peanya. La peça està col·locada horitzontalment, al damunt d'una peanya de color gris de 90 x 30 x 50 cm. La cartel·la de la peça està situada verticalment a la part davantera dreta de la peanya a uns 0,78 m del terra. La cartel·la és una banda adhesiva transparent amb lletra de color negre Arial 24 de dimensions 12 x 12 cm i amb una franja verda. A la part superior de la peanya, col·locat en posició horitzontal a 0,90 m, hi ha una banda adhesiva transparent amb el mateix text escrit en braille. Les dimensions d'aquesta banda adhesiva són: 23 x 8 cm.



Figura 137. Xilografia.

**Núm. 48: pintura a l'oli: Hisenda casolana.**

Pintura a l'oli de Josep Duran, de 40 x 50 cm amb marc daurat. Situada a una alçada del terra d'1,27 m. A la pintura hi surt representada una vella i una nena cosint. Els colors de la pintura són molt foscos, excepte, les cares i el tros de roba que cusen. La cartel·la està situada a la part dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color blau, a 1,10 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 138. Pintura a l'oli: Hisenda casolana.

**Núm. 49: pintura a l'oli: vigília de Corpus.**

Pintura a l'oli de Josep Duran, de 20 x 25 cm amb marc daurat. Situada a una alçada del terra d'1,27 m. A la pintura hi surt representada una noia amb un cistell al mig del camp, recollint herbes. La cartel·la està situada a la part dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color blau, a 1,10 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.



Figura 139. Pintura a l'oli: vigília de Corpus.

**Núm. 50: pintura a l'oli: pastor de bous descansant.**

Pintura a l'oli de Manuel Amell, de 45 x 30 cm amb marc daurat. Situada a una alçada del terra d'1,27 m. Hi podem veure un noi estirat al terra, situat en primer pla, i que no deixa de mirar-nos. Al fons es pot veure la part del darrere d'una vaca de color marró. La cartel·la està situada a la part dreta del quadre, col·locada verticalment, amb una franja de color blau, a 1,10 m del terra. Fons platejat amb lletres negres. Tipus de lletra Arial 18 i 22, text justificat a l'esquerra. Mides de la cartel·la: 10 x 10 cm.

235

---



Figura 140. Pintura a l'oli: pastor de bous descansant.

### Núm. 25: sala Punt de descoberta

Sala de 16,65 m<sup>2</sup> que permet al visitant explorar el món dels pigments. La sala presenta amb objectes reals, quins són els materials necessaris per poder pintar sobre fusta o sobre tela. Ensenya com s'elaboren els pigments i d'on provenen. No és una sala interactiva però mitjançant objectes i dibuixos dins vitrines, el visitant pot entendre com s'han fet moltes de les peces exposades al museu. Material penjat de la paret a una alçada d'1,30 i 1,80 m i material situat dins vitrines a una alçada de 0,80 m. Aquesta sala consta de 6 vitrines parietals, 1 racó amb material situat en prestatges i un plafó amb text informatiu.



Figura 141. Sala Punt de descoberta.

## 5.2.3. El Museu d'Història dels Jueus

### 5.2.3.1. La Institució

El Museu d'Història de la Ciutat dels Jueus és gestionat pel Patronat Call de Girona. Aquest Patronat és un organisme autònom que fou constituït l'any 1992 per l'Ajuntament de Girona, la Diputació de Girona i la Generalitat de Catalunya.

El Patronat té la tasca d'ocupar-se de la recuperació física i cultural de l'herència jueva gironina, la rehabilitació urbanística i la dinamització i promoció del call. Concretament, la seva Missió és la d'“*activar i gestionar el llegat patrimonial jueu a Girona, a través del Museu d'Història de la Ciutat dels Jueus i de l'Institut d'Estudis Nahmànides. Entre els seus objectius, destaquen el de reunir un fons arqueològic, material artístic que sigui representatiu del judaisme català medieval, i el de servir de punt de referència en els diferents àmbits de la recerca científica i especialitzada*” ( El Call de Girona, 2004).

La seu del Patronat és el Centre Bonastruc ça Porta, i compta amb tot d'entitats col·laboradores tant públiques com privades. El Centre acull també les dependències administratives de la Red de Juderías de España – Caminos de Sefarad, de la qual Girona n'és membre.

### **5.2.3.2. La col·lecció**

La majoria de les 113 peces que exposa el museu, provenen d'Europa Central i del sud d'Àfrica, tot i que en menor nombre d'Israel. El fons del museu però, es va incrementant cada any, ja que part del pressupost anual es destina a la compra d'objectes per a l'exposició permanent<sup>67</sup>. Un fet particular d'aquest centre és que la col·lecció de peces que exposa prové bàsicament de donacions i de cessions de peces de particulars i d'altres museus.

### **5.2.3.3. L'edifici**

L'edifici que acull el Museu d'Història de la Ciutat dels Jueus és el Centre Bonastruc ça Porta, número 8-10 del carrer de la Força. Aquest edifici, del 1492 al 1544 contenia la sinagoga i diversos espais de la comunitat jueva de la ciutat. Després de l'expulsió dels últims jueus i jueves de Girona l'any 1492, va ser venuda per l'aljama el mes de juliol de 1492. Com a resultat d'aquests fet, la sinagoga va ser inutilitzada i l'edifici va passar a ser propietat privada fins als anys 80 del segle xx (Birulés, 2008,34).

L'any 1979, l'escriptor Josep Tarrés va fundar l'Associació d'Amics Isaac el Cec, va participar activament en la recuperació arqueològica dels carrers del call jueu i va dinamitzar un espai

---

<sup>67</sup> Informació facilitada per la Tècnica del Museu d'història dels Jueus Gina Guillen.

lúdic a la casa Cella Canet número 8 del carrer de la Força. El va anomenar centre Isaac el Cec i el va convertir en un espai per a la realització d'activitats culturals. Però les dificultats econòmiques del centre cultural privat van acabar comportant que l'edifici número 8 passés a ser de titularitat pública (Birulés, 2008, 34).

L'any 1983 amb l'aprovació del *Pla Especial de Reforma Interior del Centre Històric* i sobretot l'any 1987 amb l'inici de la restauració del Call de Girona, l'edifici del centre Bonastruc ça Porta fou rehabilitat per a convertir-lo en l'actual nucli de la recuperació del llogat jueu de la ciutat (*El Call de Girona*, 2004).

En aquest sentit, les diferents dependències del museu han estat habilitades i adaptades a les noves necessitats museístiques en diferents fases: la primera l'any 2000, la segona el 2003, i la tercera l'any 2007 (*El Call de Girona*, 2004).

#### **5.2.3.4. La distribució dels espais públics**

L'edifici del Museu d'Història dels Jueus té 862 m<sup>2</sup>, dels quals, 431 m<sup>2</sup> contenen l'exposició permanent del museu. Les diferents dependències i espais expositius estan distribuïts al voltant de tres pisos comunicats per escales i ascensor. Totes les sales tenen els desnivells adaptats amb rampes. Ordenats de forma ascendent trobem:

A la planta Baixa del museu hi ha l'entrada-recepció amb el taulell de venda d'entrades i d'informació turística sobre el call, l'accés a la botiga de Sefarad, els lavabos i l'escala principal d'accés a les plantes superiors.

A la Primera planta hi trobem l'inici del recorregut de l'exposició permanent amb 6 sales, un petit jardí i l'escala d'accés a les plantes superiors i inferiors del museu.

A la segona planta s'ubica un jardí, un pati amb una estrella de David reproduïda al terra la cisterna, la continuació de l'exposició permanent amb quatre sales més, la sala destinada a les exposicions temporals, les oficines del Centre Bonastruc ça Porta i també l'escala principal d'accés a les plantes inferiors.

Finalment, a la Tercera planta hi ha les dependències de l'Institut d'Estudis Nahmànides, amb accés a través del pati, la biblioteca, la sala de conferències, i les oficines del Centre Bonastruc ça Porta.

### 5.2.3.5. El museu

El Museu d'Història de la Ciutat dels jueus narra, a través d'onze sales de l'exposició permanent, la història de les comunitats jueves de Catalunya, especialment la gironina, que varen viure durant més de sis segles, del IX al XV, en aquest territori. Per fer més proper aquest discurs al visitant, el museu utilitza suports audiovisuals, recreacions històriques, projeccions audiovisuals i de diapositives i textos en quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès).

La primera sala del museu és l'anomenada **La vida en comunitat**: a través d'un immens moble-vitrina, situat al mig de la sala i que acull en el seu interior tot d'objectes quotidians, el museu presenta els orígens de la comunitat jueva de Girona. La sala mostra troballes arqueològiques que foren usades en la quotidianitat dels jueus i de les jueves de Girona així com una imatge amb color que reproduïx a grans dimensions una família menjant en comunitat.

La segona sala del museu és la dedicada a **la comunitat i els calls**: amb molts plafons que contenen textos i reproduccions d'imatges, el museu presenta com la comunitat celebrava les festivitats religioses en diferents moments repartits al llarg de l'any i com la vida dels jueus està marcada per preceptes legals. L'ús de vitrines amb objectes rituals i pergamins originals es complementa amb la presència d'una maqueta del call jueu, dues reproduccions de vestits de l'època medieval i, sobretot, un audiovisual sense veu que versa sobre la forma de vida dels jueus a la ciutat de Girona a l'edat medieval.

La següent sala està situada en forma de petit passadís, com a pont entre la sala anterior i la següent i és dedicada a **La diàspora**: aquí el visitant observa un discret audiovisual sobre pobles catalans amb passat jueu i una imatge on es pot descobrir el poble jueu en la seva diàspora pel Mediterrani durant l'alt imperi romà.

**La sinagoga: nucli de la comunitat**: Aquest àmbit del museu mostra al visitant els objectes i indumentàries emprades pels jueus a l'interior de les sinagogues. Exceptuant un gran dibuix que es troba al fons de la sala, aquesta temàtica es presenta en la seva quasi totalitat en forma de vitrines. Grans contenidors de vidre que contenen objectes rituals, troballes arqueològiques i documents que fan referència a les sinagogues de Girona.



Seguint el recorregut del museu, el següent espai és l'anomenat **Montjuïc: fossar dels jueus**. En aquest espai visitant passeja al damunt de la fotografia d'un camp de flors que simula el cementiri jueu de Montjuïc. Al damunt, els originals de làpides funeràries són protegides per una peça de metacrilat. La mateixa sala mostra en un panell lluminós el recorregut que havien de fer les comitives fúnebres des del Call de Girona fins al fossar de Montjuïc.

Desplaçant-nos al segon pis, el primer àmbit que trobem és el dedicat a **L'herència cultural del judaisme català**. És en aquest espai, com de forma molt senzilla, es mostra un panell de gran format amb els noms de les persones il·lustres i destacades del judaisme català: Mossé ben Nahman, Hasdai Cresques, Nissim ben Reuben Girondí... Immediatament, el visitant entra al segon espai del museu dedicat a les professions i anomenat **El pa de cada dia: l'activitat professional**. Emprant panells lluminosos per mostrar imatges suggerents del món jueu, aquesta sala ens parla de l'artesanat, el comerç i el préstec monetari. La museografia combina fàcilment imatges de colors vius disposades als murs, vitrines amb pocs objectes originals i moltes imatges de documentació medieval.

Seguint el recorregut del museu, arribem a la sala anomenada **Coexistència de cultures: violència i persecució**. Pintades les parets de color roig, aquest àmbit presenta els canvis polítics i socials, les diferències ideològiques i les situacions de crisi que derivaren d'una situació de coexistència cap a una altra de violència. El recurs d'emprar reproduccions d'imatges de petit format en panells lluminosos és el més usat en aquesta sala del museu. Sobretot, imatges i textos disposats en petits espais emmarcats i combinats amb alguna televisió que mostra imatges fixes alternadament i un audiovisual que conté imatges i text.

Finalment, arribem a la última sala del museu: **societat conversa, inquisició, expulsió i diàspora**. Aquest últim àmbit de l'exposició permanent del museu empra el mateix joc de color roig a les parets per mostrar continuïtat temàtica. El museu acomiada el visitant explicant el moment més negre de la presència jueva a Girona. El 1478 els Reis Catòlics van crear el Tribunal del Santo Oficio de la Inquisición, per perseguir l'heretgia i imposar la fe cristiana. La sala gira entorn els horrors dels que van ser perseguits i torturats per practicar suposadament el judaisme en secret. Amb la mateixa tipologia de recurs expositiu, finalment s'abandona la sala a través d'un passadís de sostre baix, on simbòlicament el visitant es veu com si fos forçat a exiliar-se.

### 5.2.3.6. Activitats. Servei educatiu

Les activitats permanents del Museu d'Història de la Ciutat dels Jueus se centren sobretot en la vessant pedagògica i de difusió de la cultura jueva de la ciutat de Girona. Les activitats ofertes a totes les edats, tipologies de centres i nivells educatius consisteixen amb visites a l'interior del museu, però també amb itineraris organitzats pels carrers del call.

De les activitats presentades a continuació, les tres primeres es troben dins l'oferta educativa de la ciutat de Girona per centres d'ensenyament. Aquestes activitats no es duen a terme directament des del museu sinó que es fan a través de la Caseta de la Devesa<sup>68</sup>: *El Call de Girona. La nostra història, la nostra ciutat*: visita a l'interior del Museu per conèixer com ha evolucionat el call al llarg dels anys; *La Girona Jueva, el Call*: recorregut pel Call de Girona i *La vida als calls*: visita a l'interior de les sales del museu per conèixer les costums i la quotidianitat dels jueus de Girona a l'edat mitjana.<sup>69</sup>

La resta d'activitats, tot i trobar-se dins l'oferta educativa del museu, esdevenen també, activitats adreçades a tots els públics i a totes les edats: *Call Endins*: visita guiada per l'interior del museu on s'explica els aspectes de la vida quotidiana, festes, rituals i moments importants del cicle de la vida dels jueus. Aquesta visita s'ofereix des de l'1 de juny fins al 15 de setembre, de dimarts a diumenge a les 12 h del migdia. La resta de l'any, s'ofereix amb reserva prèvia; i *La Girona jueva sobre rodes*: itinerari guiat pels carrers del call al damunt d'un sistema de locomoció diferent i original, *Segway*. Amb reserva prèvia.

Segons les dades de la memòria del Museu d'Història dels Jueus de l'any 2009, les escoles usuàries de les activitats organitzades esdevenen aproximadament el 7% de visitants totals del museu (Museu d'Història dels Jueus, 2009, 37).

El museu dels jueus no té una oferta permanent d'activitats adreçades al públic familiar. De forma puntual el museu realitza tallers per famílies al llarg de l'any i de forma més continuada durant les vacances escolars d'estiu. Cada dimecres del mes de juliol i agost, a les 18:30 de la tarda es programen titelles, contes i llegendes al pati del museu. Durant dates especials i

---

<sup>68</sup> La Caseta de la Devesa és un equipament municipal, inaugurat el 5 de juny de 1993, com a Centre d'Educació Ambiental i Recursos Educatius de la ciutat. El seu programa participa de la filosofia de "Girona, Ciutat Educadora", amb activitats adreçades a centres educatius i a la ciutadania.

<http://www.girona.cat/caseta/quisom.html> (data de consulta 5-7-2010)

<sup>69</sup> [http://www.girona.cat/call/cat/serveis\\_educatius.php](http://www.girona.cat/call/cat/serveis_educatius.php) (data de consulta 29-6-2010)

assenyalades, com el Dia Internacional dels Museus o per les Fires de Sant Narcís, el museu del jueus programa activitats per a tots els públics com visites guiades o concerts<sup>70</sup>. A més, el primer diumenge de cada mes l'entrada al museu és gratuïta.

Pel visitant que fa la visita per lliure el museu no proporciona cap document ni mapa de les sales en el moment de l'adquisició de l'entrada. No obstant, el visitant té l'opció de comprar una petita però molt completa guia del museu, on s'explica la col·lecció, l'edifici i la institució (el preu és molt simbòlic, ja que tan sols costa 2€). Per contra, no existeix material didàctic dissenyat per al públic familiar ni fulls informatius que ajudin a orientar-se en el recorregut de la visita. Malgrat això el museu dels jueus també ofereix la possibilitat al visitant, d'adquirir una audioguia. El servei d'audioguia es va instaurar l'any 2006 per tal d'oferir al visitant la possibilitat de fer el recorregut del museu amb una guia acústica, traduïda en varis idiomes (català, castellà, anglès, francès i hebreu), atès que alguns dels idiomes no es troben en els plafons i textos del museu i, per tant, aquest fet permetia obrir les portes a més públics.

### **5.2.3.7. Dades de visites**

242

---

Segons la memòria de l'any 2007, el Museu d'Història de la Ciutat dels Jueus, va rebre un total de 96.889 visitants, l'any 2008 va enregistrar 82.113 usuaris i el 2009 en va rebre 79.233 (Patronat Call de Girona, 2009, 37). La distribució del perfil del visitant és la següent: un 70% és públic visitant individual, un 7% és públic escolar, un 20% és públic organitzat i un 3% seria el pertanyent a d'altres tipologies de visitants (Patronat Call de Girona, 2009, 37). La procedència dels visitants és un 47% de Catalunya, un 8% de la resta de l'estat Espanyol, un 22% d'Israel, un 16% d'Europa i un 7% d'Estats Units d'Amèrica (Patronat Call de Girona, 2008, 38). El museu dels jueus doncs, esdevé el museu de la ciutat de Girona que rep més visitants estrangers d'una mateixa destinació: Israel.

Una altra dada important a destacar és la dada del públic segons la seva franja d'edat: el 58% del públic del museu té entre 40 i 65 anys i tan sols el 9% del públic visitant es troba en la franja d'edat compresa entre 0 i els 16 anys.

---

<sup>70</sup> <http://www.girona.cat/call/cat/agenda.php?data=07/10> (data de consulta 7-7-10)

El nombre total d'usuaris del servei educatiu del Museu d'Història dels Jueus de Girona en col·laboració amb la Caseta de la Devesa és de 1038 nens i nenes l'any 2007 i de 873 l'any 2009. Pel que fa a les visites guiades o activitats educatives organitzades directament pel museu i dirigides a centres d'ensenyament, a l'any 2007 hi van assistir 908 persones i a l'any 2009 unes 946. El total de persones que visiten el museu a través de visites guiades realitzades l'any 2007 va ser de 1.946 (Patronat Call de Girona, 2007, 55) i de 1.819 l'any 2009 (Patronat Call de Girona, 2009, 57).

A més, durant el curs escolar 2008-2009, el 5% d'usuaris del servei educatiu han estat centres de primària, és a dir, alumnes amb edats compreses entre els 6 i 12 anys<sup>71</sup>.

Les dades estadístiques referents a l'ús de l'audioguia, ens permeten conèixer quin és l'estat i l'ús d'aquest sistema d'informació. L'any 2006, el museu va emprar 736 audioguies, l'any 2007 1.734, 1.007 l'any 2008, i finalment, 1.786 l'any 2009. Segons les dades estadístiques de la memòria de l'any 2009, l'idioma més sol·licitat és l'anglès, amb un 47% d'usuaris, el castellà amb un 17%, l'hebreu amb un 13%, el francès amb un 12% i finalment amb un 11% el català (Patronat Call de Girona, 2009, 51).

### **5.2.3.8. Les sales observades**

A continuació al llarg del següent capítol descriurem l'exposició de les sales estudiades. Primer d'una forma general i després per Unitats d'Atenció

#### **Sales 2, 3 i 4. Sales de la Maqueta**

Les sales número 2, 3 i 4 del Museu d'Història dels Jueus fan 34 m<sup>2</sup>, la seva forma és rectangular i no contenen esglaons. Tot i trobar-se en una mateixa sala, es poden diferenciar tres àmbits temàtics: el de la festivitat i les tradicions, el del cicle de la vida i el dels calls. La sala té un total de 3 vitrines, una maqueta, dos maniquins, dos racons amb material per saber-ne més, traduït a diferents idiomes (Català, castellà, anglès i francès), 18 peces exposades, un audiovisual, 2 plafons només amb imatge, 5 plafons lumínics amb imatge fixa i 8 plafons amb text.

La sala no disposa de música ambient però es pot sentir la banda sonora que acompanya l'audiovisual. La seva il·luminació és bàsicament artificial, tot i que també disposa de llum

---

<sup>71</sup> Informació facilitada per la Tècnica del Museu d'història dels Jueus Gina Guillen.

natural que entra a través de 2 finestres que disposen d'una fina cortina, que actua com a filtre lumínic.



244

Figura 142. Finestres.

La sala té una lluminositat que oscil·la entre els 15 lux (punt més fosc) i els 2400 lux (punt més il·luminat). No obstant, la il·luminació general de la sala se situa entre els 60 i els 15 lux. En espais concrets, però, la il·luminació marca punts màxims com els 240 lux de la vitrina exempta amb làmpada votiva, els 40 lux de les dues vitrines annexes, els 20 lux del plafó amb el mapa i els 20 lux de la maqueta i els 15 lux dels vestits<sup>72</sup>.

Pel que fa la temperatura, la sala de la maqueta del museu no té ni aire condicionat ni calefacció. Només compta amb un aparell deshumidificador. Per aquest motiu, a l'estiu hi fa molta calor, i a l'hivern, hi fa fred. La temperatura mitjana de la sala a l'estiu és de 27°C amb 34% d'humitat i de 19,2°C a l'hivern amb 33% d'humitat<sup>73</sup>.

<sup>72</sup>Dades obtingudes a través d'un luxímetre el dia 2 de setembre de 2010.

<sup>73</sup> Dades obtingudes el 19 d'agost del 2010 i el 26 de febrero del 2011.



Figura 143. Deshumidificador.

En aquesta sala hi ha un petit banc per seure, situat just al davant de l'audiovisual. Cal destacar també, el color de les parets. A tota la sala, el color predominant és el blanc trencat amb gris. En determinats espais de la sala, les parets són sense enguixar, permetent al visitant observar les pedres de l'estructura, però en altres, la paret està pintada de color blanc trencat amb gris. Tots els suports de les vitrines són de color negre i el terra és enrajolat i de color crema. Tots els plafons de la sala combinen el color crema amb una franja de color taronja - salmó.

245

A les sales 2, 3 i 4 del museu, cada peça exposada disposa de la seva cartel·la explicativa i descripció tècnica escrita en català. Els textos explicatius referent al context històric i a la sala en general estan escrits en català, castellà, francès i anglès, i estan repartits per l'espai seguint una mateixa tipologia. Les explicacions dels plafons són breus, amb una mitjana de 85 paraules, i es presenten mitjançant text parietal fosc sobre fons de color clar.



Figura 144. Cartel·les tipus.

El visitant no sap a quina sala del museu es troba perquè no hi ha cap indicador de sala. Tampoc hi ha cap altra element de senyalització que indiqui si el recorregut seleccionat és el correcte i si la direccionalitat és la que permet fer un discurs cronològic.



Figura 145. Cartells de direcció.

Només en determinats punts del museu, sobretot en escales d'accés a altres pisos, hi trobem un cartell de color vermell amb lletres blanques que indica la direcció de la sortida o de la continuació de la visita. Aquests cartells fan 20 x 20 cm i es troben a 1,5 m d'alçada. Combinen una gran fletxa indicadora de direcció amb la lletra Arial 120.



Figura 146. Vista general sala 5.

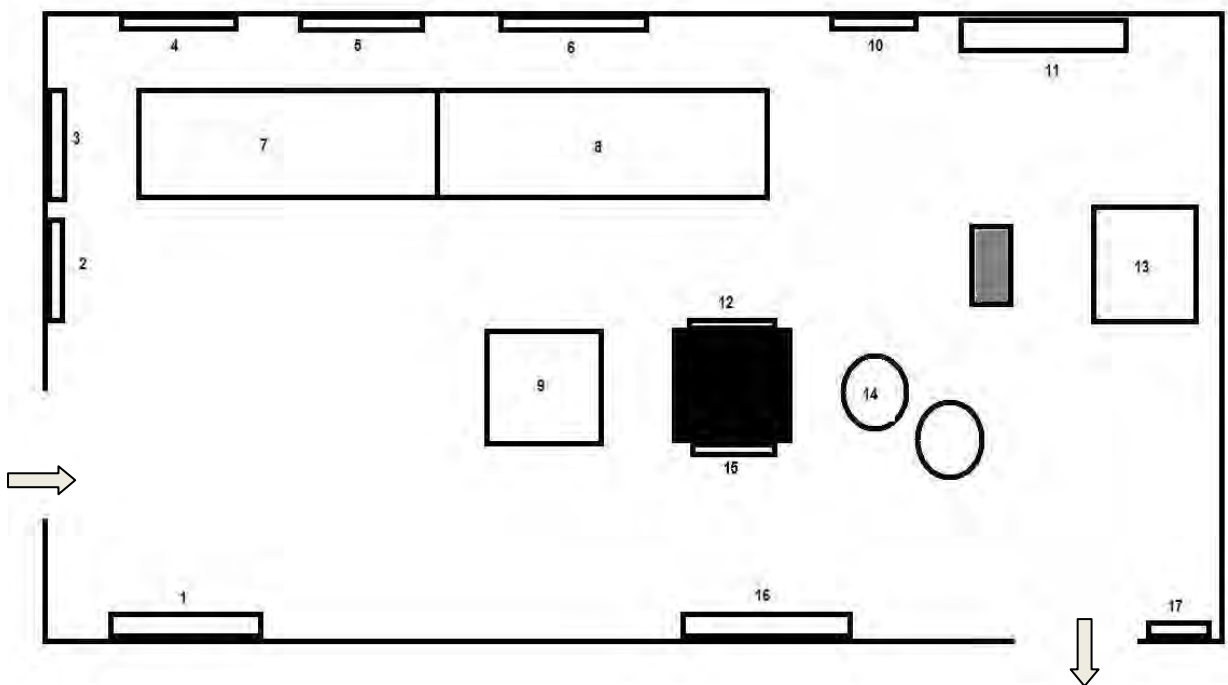


Figura 147. Croquis de la sala de la maqueta.



## Unitats d'Atenció:

### Núm. 1: plafó: “el bany ritual: el Micvé”.

Plafó d'1,20 x 1 x 0,6 m situat a una alçada d'1 m respecte el terra. El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 45 x 26 cm. El tipus de lletra del títol és Helvètica 66 negreta, i el tipus de lletra del text és Helvètica 60, justificat a l'esquerra i amb 77 paraules. Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Alçada d'1,40 m respecte el terra.

En aquesta mateix plafó, i a l'esquerra del text, hi ha una fotografia del Micvé de Besalú. Dimensions de la fotografia: 67 x 85 cm. Alçada d'1 m respecte el terra. A la fotografia hi destaca el color blau de l'aigua i el color groguenc de les pedres.



Figura 148. Plafó “el bany ritual: el Micvé”.

### Núm. 2: plafó: “Les aljames”.

Plafó d'1,50 x 1 x 0,6 m situat a una alçada d'1 m respecte el terra.

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 75 x 25 cm. El tipus de lletra del títol és Helvètica 66 negreta i el tipus de lletra del text és Helvètica 60, justificat a l'esquerra i amb 109 paraules. Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Alçada d'1,45 m respecte el terra.

Al damunt del plafó, en un cos independent, hi ha un plafó lumínic amb una imatge fixa que representa un grup de gent davant un senyor assegut en un tron, els dirigents d'una aljama. Dimensions de la imatge: 58 x 45 cm. Alçada de 2,05 m respecte el terra. A la imatge hi destaca el color blau i el color groc. La cartel·la de la imatge es troba a la part superior del plafó, al damunt de la franja de color salmó. Text centrat, tipus de lletra Helvètica 28 negreta, escrit en els quatre idiomes. Alçada d'1,80 m.

### Núm. 3: plafó: "Xabbat".

Plafó d'1,50 x 1 x 0,6 m. situat a una alçada d'1 m respecte el terra.

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 76 x 20 cm. El tipus de lletra del títol és Helvètica 66 negreta i el tipus de lletra del text és Helvètica 60, justificat a l'esquerra i de 96 paraules. Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Alçada d'1,45 m respecte el terra.

Al damunt del plafó, i en un cos independent, hi ha un plafó lumínic amb una imatge fixa que representa la benedicció del Xabbat. Dimensions de la imatge: 58 x 65 cm. Alçada de 2,05 m respecte el terra. A la imatge hi destaca el color blau i el color vermell i hi surt representat un personatge amb una copa a la mà. La cartel·la de la imatge es troba a la part superior del plafó, al damunt de la franja de color salmó. Text centrat, tipus de lletra Helvètica 28 negreta, escrit en quatre idiomes. Alçada d'1,80 m.

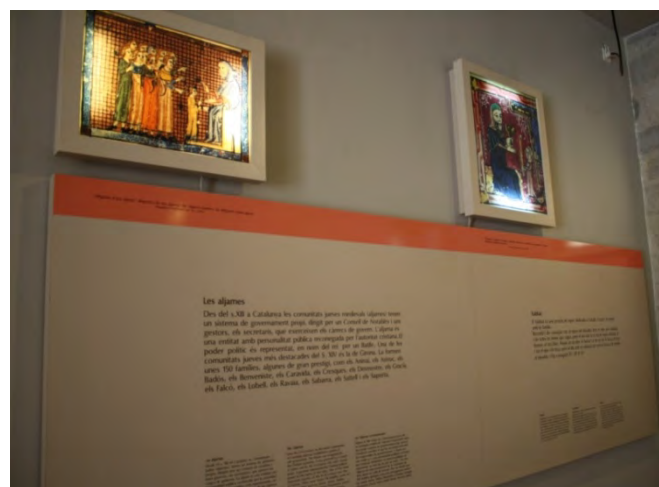


Figura 149. Plafó "Les aljames" i "Xabbat".

#### **Núm. 4: plafó: “El calendari i les festes”.**

Plafó d'1,50 x 1 x 0,6 m situat a una alçada d'1 m respecte el terra.

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 72 x 16 cm. El tipus de lletra del títol és Helvètica 66 negreta i el tipus de lletra del text és Helvètica 60, justificat a l'esquerra i amb 64 paraules. Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Alçada d'1,47 m respecte el terra.

Al damunt del plafó, en un cos independent, hi ha un plafó lumínic amb una imatge fixa que representa la roda del calendari. Dimensions de la imatge: 58 x 65 cm. Alçada de 2,05 m respecte el terra. A la imatge destaca el color blau, vermell i groc. Hi surt representat uns cercles amb lletres. La cartel·la de la imatge es troba a la part superior del plafó, al damunt de la franja de color salmó. Text centrat, tipus de lletra Helvètica 28 negreta, escrit en els quatre idiomes. Alçada d'1,80 m.

#### **Núm. 5: plafó: “El cicle de la vida”.**

Plafó d'1,50 x 1 x 0,6 m situat a una alçada d'1 m respecte el terra.

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 73 x 20 cm. El tipus de lletra del títol és Helvètica 66 negreta i el tipus de lletra del text és Helvètica 60, justificat a l'esquerra i de 93 paraules. Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Alçada d'1,46 m respecte el terra.

Al damunt del plafó, en un cos independent, hi ha un plafó lumínic amb una imatge fixa que representa una escena de casament jueu. Dimensions de la imatge: 58 x 60cm. Alçada de 2,05 m respecte el terra. A la imatge destaca el color blau, vermell i groc, i hi surten representats diferents personatges. La cartel·la de la imatge es troba a la part superior del plafó, al damunt de la franja de color salmó. Text centrat, tipus de lletra Helvètica 28 negreta, escrit en els quatre idiomes. Alçada d'1,80 m.



Figura 150. Plafó “El calendari i les festes” i “El cicle de la vida”.

### Núm. 6: plafó: “Les lleis de l’alimentació”.

Plafó d’1,50 x 1 x 0,6 m situat a una alçada d’1 m respecte el terra.

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 73 x 23 cm. El tipus de lletra del títol és Helvètica 66 negreta i el tipus de lletra del text és Helvètica 60, justificat a l’esquerra i de 110 paraules. Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Alçada d’1,47 m respecte el terra.

Al damunt del plafó, en un cos independent, hi ha un plafó lumínic amb una imatge fixa que representa una escena de degollament ritual. Dimensions de la imatge: 58 x 45cm. Alçada de 2,05 m respecte el terra. A la imatge s’observa de forma força explícita com es sacrifiquen animals per després poder consumir-los. La cartel·la de la imatge es troba a la part superior del plafó, al damunt de la franja de color salmó. Text centrat, tipus de lletra Helvètica 28 negreta i escrit en els quatre idiomes. Alçada d’1,80 m.



Figura 151. Plafó “Les lleis de l'alimentació”.

**Núm. 7: vitrina exempta amb estoig de mezuzà, plat de pesaj i làmpada Hanucà.**

Vitrina amb 8 peces entre les que es troben papers manuscrits emmarcats. Dimensions de la vitrina: 78 x 38 x 255 cm. Sostinguda per uns peus metàl·lics a una alçada de 70 cm. A l'interior de la vitrina és destacat un estoig de mezuzà, ja que se situa al damunt d'una peanya de metacrilat de 25 cm d'alt. La resta de les peces es troben a 0,70 m d'alçada respecte el terra. Les peces reben il·luminació directa de l'interior de la vitrina.

Les cartelles de les peces es troben a l'interior de la vitrina, al costat dret de cada peça i situades de forma inclinada. Les dimensions de la cartella són de 6 x 4 cm aproximadament. Tipus de lletra Helvètica 14 negreta, justificat centrat. Lletra negra sobre fons blanc. A la part inferior de la cartella hi ha una franja de color taronja.



Figura 152. Vitrina exempta amb estoig de mezuzà, plat de pesaj i làmpada Hanucà.

**Núm. 8: vitrina exempta amb meguilat d'Ester i Quetubà.**

Vitrina annexa a l'anterior amb 9 peces entre les que es troba un pergamí enrotllat i un plat decorat de colors blaus. Dimensions de la vitrina: 78 x 38 x 255 cm. Sostinguda per uns peus metàl·lics a una alçada de 70 cm. A l'interior de la vitrina, hi ha destacat el plat, ja que se situa al damunt d'una peanya de metacrilat d'10 cm d'alt, i uns segells situats al damunt d'una peanya de 21cm. La resta de les peces es troben a 0,70 m d'alçada respecte el terra. Les peces reben il·luminació directa de l'interior de la vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina, al costat inferior dret de cada peça i estan situades de forma inclinada. Les dimensions de la cartel·la són de 6 x 4 cm aproximadament. Tipus de lletra Helvètica 14 negreta i justificat centrat. Lletra negra sobre fons blanc. A la part inferior de la cartel·la hi ha una franja de color taronja.



Figura 153. Vitrina exempta amb meguilat d'Ester i Quetubà.

**Núm. 9: vitrina exempta amb làmpada votiva.**

Vitrina amb 1 peça: una làmpada votiva sostinguda de la part alta de la vitrina. Dimensions de la vitrina: 63 x 63 x 130 cm i sostinguda per uns peus metàl·lics a una alçada de 84 cm. La peça rep il·luminació directa de l'interior de la vitrina.

La cartel·la de la peça es troba a l'interior de la vitrina, al seu costat dret i situada de forma inclinada. Les dimensions de la cartel·la són de 6 x 4 cm aproximadament. Tipus de lletra Helvètica 14 negreta i justificat centrat. Lletra negra sobre fons blanc. A la part inferior de la cartel·la hi ha una franja de color taronja.



Figura 154. Vitrina exempta amb làmpada votiva.

**Núm. 10: plafó: "El Call de Girona".**

Plafó d'1 x 0,85 x 0,6 m situat a una alçada d'1,1 m respecte el terra.

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 70 x 20 cm. El tipus de lletra del títol és Helvètica 66 negreta i el tipus de lletra del text és Helvètica 60, justificat a l'esquerra i de 112 paraules. Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Alçada d'1,58 m respecte el terra.



Figura 155. Plafó: “El Call de Girona”.

### **Núm. 11: maqueta: “El Call de Girona”.**

Dimensions de la maqueta: 145 x 125 x 40 cm. Alçada d' 1,10 m respecte el terra. La maqueta està sostinguda de la paret i la visió que es té és totalment superficial. No està pintada de colors sinó que es manté el color de la fusta. A la maqueta es pot observar l'espai que ocupaven els carrers del call de Girona.





Figura 156. Maqueta: "El Call de Girona".

**Núm. 12: caixeta de metacrilat amb informació: "La vida comunitària "**

256

Petits plafons extraïbles de 24 x 35 x 0,2 cm escrits en quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès). Aquesta caixeta es troba a 0,95 m del terra i les dimensions són 56 x 80 x 10 cm. Aquests petits plafons combinen text amb dibuix i serveixen per aprofundir els continguts de la sala.



Figura 157. Caixeta de metacrilat tipus.

**Núm. 13: audiovisual.**

Columna vertical de fusta ( 171 x 60 x 80 cm) pintada de color vermell, amb pantalla de 40 x 30 cm disposada a una alçada d'1,21 m. L'audiovisual és una recreació virtual de la vida al call de Girona al segle XIV i té una durada de 6'35". L'audiovisual no té veu, només banda sonora que s'escampa per tota la sala. Acompanyant l'audiovisual, hi ha un petit banc al seu davant.



Figura 158. Audiovisual.

**Núm. 14: maniquins.**

Dos maniquins vestits amb la reproducció dels colors i la forma de la vestimenta de l'època. Les dimensions dels maniquins són de 100 x 175 x 40 cm i els colors predominants són el verd, el blanc, el lila, el groc i el vermell.

La cartel·la es troba a la columna del costat dels maniquins, situada de forma vertical i a una alçada d'1,37 m. Les dimensions de la cartel·la són 16 x 10 cm aproximadament. Tipus de lletra Arial 18 negreta. Justificat centrat. Lletres negres sobre fons blanc. A la part inferior de la cartel·la hi ha una franja de color taronja.



Figura 159. Maniquins.

**Núm. 15: caixeta de metacrilat amb informació: El Call.**

258

Petits plafons extraïbles de 24 x 35 x 0,2 cm escrits en quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès). Aquesta caixeta es troba a 0,95 m del terra i les dimensions són: 56 x 80 x 10 cm. Aquests petits plafons combinen text amb dibuix i serveixen per aprofundir els continguts de la sala.

**Núm. 16: plafó: "La Catalunya jueva".**

Plafó de 82 x 243 x 6 cm situat a una alçada de 74 cm respecte el terra.

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 73 x 20 cm. El tipus de lletra del títol és Helvètica 66 negreta i el tipus de lletra del text és Helvètica 60, justificat a l'esquerra i amb 84 paraules. Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Alçada d'1,48 m respecte el terra.

En aquesta mateix plafó, a l'esquerra del text, hi ha una imatge del mapa de Catalunya, amb tot de pobles i ciutats jueves assenyalades amb punts vermells. Dimensions de la imatge: 93 x 150 cm. Alçada d'1 m respecte el terra.



Figura 160. "La Catalunya jueva".

**Núm. 17: caixaeta de metacrilat amb informació: "Els primers jueus a Catalunya i a Girona".**

Petits plafons extraïbles de 24 x 35 x 0,2 cm escrits en quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès). Aquesta caixaeta es troba a 0,95 m del terra i les dimensions són de 56 x 80 x 10 cm. Aquests petits plafons combinen text amb dibuix i serveixen per aprofundir en continguts de la sala.

## Sala 6. Sala de la Sinagoga

La Sala número 4 del Museu d'Història dels Jueus fa 30 m<sup>2</sup> i la seva forma és rectangular. La sala té un total de 4 vitrines, una escenografia que reproduïx una porta d'una sinagoga, un racó amb material per saber-ne més traduït a diferents idiomes, 24 peces exposades i un plafó amb text.

La sala no disposa de música ambient però es pot sentir la banda sonora que acompanya els audiovisuals de les sales anteriors. La seva il·luminació és bàsicament artificial, tot i que també disposa de la llum natural que entra a través de 2 finestres que disposen d'una fina cortina que actua com a filtre lumínic.

La sala té una lluminositat que oscil·la entre els 13 lux (punt més fosc) i els 170 lux (punt més il·luminat). No obstant, la il·luminació general de la sala se situa entre els 90 i els 15 lux. En espais concrets, però, la il·luminació marca punts màxims com els 50 lux de les vitrines annexes, els 30 lux de la vitrina amb tefel.lins, els 40 lux de la vitrina amb documents de paper, els 13 lux de la reproducció de la porta i els 35 lux del text de la sinagoga<sup>74</sup>.

Pel que fa a la temperatura, la sala de la sinagoga del museu no té ni aire condicionat ni calefacció. En aquesta sala hi trobem dos radiadors de paret i un aparell des humidificador. Per aquest motiu, a l'estiu hi fa molta calor i a l'hivern, tot i tenir els radiadors, hi fa fred. La temperatura mitjana de la sala a l'estiu és de 27°C, amb 34% d'humitat, i de 20°C a l'hivern, amb 33% d'humitat<sup>75</sup>.



Figura 161. Radiador.

<sup>74</sup> Dades obtingudes a través d'un luxímetre, el dia 4 de setembre de 2010.

<sup>75</sup> Dades obtingudes amb un dattalogger el 19 d'agost del 2010 i el 26 de febrero de 2011.

En aquesta sala no hi ha seients per seure. A tota la sala, el color predominant és el blanc trencat amb gris. Tots els suports de les vitrines són de color negre i el terra, és enrajolat i de color crema. El plafó de la sala combina amb els de la sala anterior, de color crema amb una franja de color taronja - salmó. Al fons de la sala, però, destaca la barreja de colors amb la que ha estat decorat el plafó de l'escenografia.

Cada peça exposada disposa de la seva cartel·la explicativa i descripció tècnica escrita en català.

El visitant no sap a quina sala del museu es troba perquè no hi ha cap indicador de sala. Tampoc hi ha cap altra element de senyalització que indiqui si el recorregut seleccionat és el correcte i si la direccionalitat és la que permet fer un discurs cronològic.



Figura 162. Vista general de la sala 3.

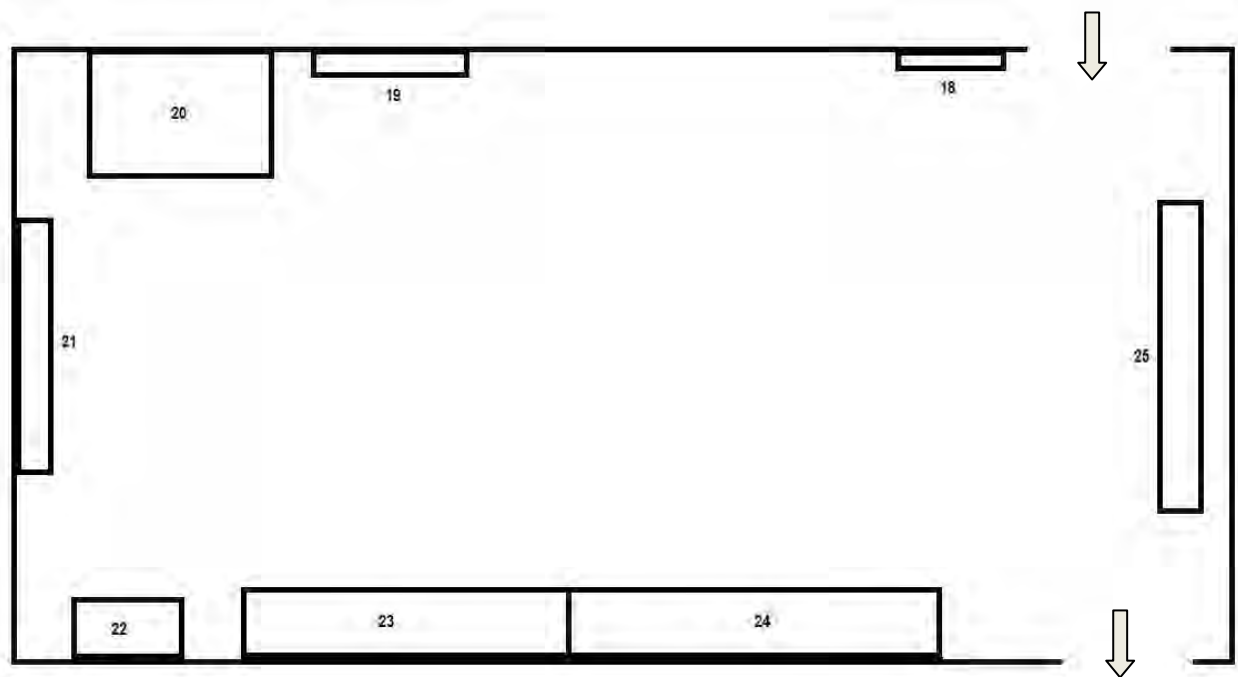


Figura 163. Croquis de la sala de la sinagoga.

**Unitats d'Atenció:**

**Núm. 18: caixeta de metacrilat amb informació: "La sinagoga".**

Petits plafons extraïbles de 24 x 35 x 0,2 cm escrits en quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès). Aquesta caixeta es troba a 0,95 m del terra i les dimensions són de 56 x 80 x 10 cm. Aquests petits plafons combinen text amb dibuix i serveixen per aprofundir en continguts de la sala.



Figura 164. Caixeta de metacrilat amb informació: La sinagoga.

**Núm. 19: plafó: “La sinagoga, el nucli de la comunitat”.**

Plafó de 80 x 100 x 6 cm situat a una alçada d’1 m respecte el terra. El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 70 x 29 cm. El tipus de lletra del títol és Helvètica 66 negreta i el tipus de lletra del text és Helvètica 60, justificat a l’esquerra i de 126 paraules. Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Alçada d’1,45 m respecte el terra.



Figura 165. Plafó “La sinagoga, el nucli de la comunitat”.

**Núm. 20: vitrina exempta amb Tefel.lins**

Vitrina amb 5 peces entre les que es troben Tefel.lins i un dibuix explicatiu de l’ús d’aquests. Dimensions de la vitrina: 78 x 73 x 93 cm. Sostinguda per uns peus metàl·lics a una alçada de 90 cm. Les peces reben il·luminació directa de l’interior de la vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l’interior de la vitrina, al costat dret de cada peça i situades de forma inclinada. Les dimensions de la cartel·la són de 6 x 4 cm aproximadament. Tipus de lletra Helvètica 14 negreta i justificat centrat. Lletres negres sobre fons blanc. A la part inferior de la cartel·la hi ha una franja de color taronja.





Figura 166. Vitrina exempta amb Tefel.lins.

**Núm. 21: escenografia i reproducció de la porta d'entrada de la sinagoga de Girona del segle XIV.**

Dimensions de la reproducció de la porta: 157,5 x 310 cm. Al seu interior hi ha una escenografia que representa l'interior d'una sinagoga. Dimensions de l'escenografia: 151 x 230 cm. Amb blaus, blancs i vermells.

La cartel·la es troba a la paret del costat dret, situada de forma vertical i a una alçada d'1,35 m. Les dimensions de la cartel·la són de 22 x 15 cm aproximadament. Tipus de lletra Arial 14 negreta i justificat centrat. Lletra negra sobre fons blanc. A la part inferior de la cartel·la hi ha una franja de color taronja.



Figura 167. Escenografia i reproducció de la porta d'entrada de la sinagoga de Girona del segle XIV.

**Núm. 22: làpida commemorativa de la sinagoga de Girona.**

Làpida de pedra sostinguda a la paret per una barra metàl·lica a 1 m d'alçada sense protecció. Dimensions de la làpida: 50 x 30 x 20 cm. A la part inferior de la làpida hi ha un plafó de 50 x 25 cm inclinat i situat a 80 cm del terra, on hi ha la transcripció amb lletres negres de la làpida. Plafó de color crema amb una banda taronja a la part inferior.

La cartel·la es troba a la paret del costat dret, situada de forma vertical, a una alçada d'1,35 m. Les dimensions de la cartel·la són de 22 x 15 cm aproximadament. Tipus de lletra Arial 14 negreta i justificat centrat. Lletra negra sobre fons blanc. A la part inferior de la cartel·la hi ha una franja de color taronja.



Figura 168. Làpida commemorativa de la sinagoga de Girona.

**Núm. 23: vitrina exempta amb sefer Torà, Rimmon, meil i tros de mappà.**

Vitrina amb 9 peces entre les que es troben llibres, un tros de roba blanca amb franges blaves i una funda de fusta del Torà. Dimensions de la vitrina: 78 x 230 x 175 cm. Sostinguda per uns peus metàl·lics a una alçada de 75 cm. A l'interior de la vitrina, mitjançant peanyes es destaquen dues peces: un llibre situat a 22 cm i una rajola de sinagoga situada a 10 cm. Les peces reben il·luminació directa de l'interior de la vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina, al costat esquerra de cada peça i situades de forma inclinada. Les dimensions de la cartel·la són de 6 x 4 cm aproximadament. Tipus de lletra Helvètica 14 negreta i justificat centrat. Lletra negra sobre fons blanc. A la part inferior de la cartel·la hi ha una franja de color taronja.



Figura 169. Vitrina exempta amb sefer Torà, Rimmon, meïl i tros de mappà.

**Núm. 24: vitrina exempta amb tros de mappà, estoig de Torà, Bíblia hebrea, Tal.lit i Mazor.**

Vitrina amb 4 peces entre les que es troba una funda de Torà de color vermell i un Torà enrotllat de grans dimensions (50 x 110 x 20 cm). Dimensions de la vitrina: 78 x 230 x 175 cm. Sostinguda per uns peus metàl·lics a una alçada de 75 cm. Les peces reben il·luminació directa de l'interior de la vitrina.

267

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina, al costat esquerra de cada peça i situades de forma inclinada. Les dimensions de la cartel·la són de 6 x 4 cm aproximadament. Tipus de lletra Helvètica 14 negreta i justificat centrat. Lletres negres sobre fons blanc. A la part inferior de la cartel·la hi ha una franja de color taronja.



Figura 170. Vitrina exempta amb tros de mappà, estoig de Torà, Bíblia hebrea, Tal.lit i Mazor.

**Núm. 25: vitrina exempta amb fragments de manuscrits.**

Vitrina amb 5 peces molt semblants entre elles. Manuscrits de diferents dimensions sostinguts verticalment al mig de la vitrina mitjançant un marc de metacrilat. Dimensions de la vitrina: 67 x 33 x 290 cm i sostinguda per uns peus metàl·lics a una alçada d'110 cm. Les peces reben il·luminació directa de l'interior de la vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina, al costat dret de cada peça i situades de forma inclinada. Les dimensions de la cartel·la són de 6 x 4 cm aproximadament. Tipus de lletra Helvètica 14 negreta, justificat centrat. Lletra negra sobre fons blanc. A la part inferior de la cartel·la hi ha una franja de color taronja.



Figura 171. Vitrina exempta amb fragments de manuscrits.

## Sala 10 i 11. Sala de la Inquisició

La sala número 10 del Museu d'Història dels Jueus fa 21,5 m<sup>2</sup> i la seva forma és rectangular i sense esglaons. Tot i trobar-se en una mateixa sala, es poden diferenciar dos àmbits temàtics: el de la coexistència de cultures i el de la societat conversa i la inquisició. La sala té un total de 2 vitrines, un audiovisual, un racó amb material per saber-ne més traduït a diferents idiomes, 4 peces exposades, 2 imatges mòbils en pantalles de televisió, 12 plafons lumínics amb imatges fixes, 2 mapes i 5 textos i 2 llistats de noms.

La sala no disposa de música ambient però es pot sentir la veu en off que prové de l'audiovisual del primer àmbit. La seva il·luminació és totalment artificial, ja que la sala no disposa de cap obertura amb llum natural i està dividida en dos espais, un primer amb pantalla audiovisual amb uns 20 lux aproximadament de llum ambient (sala 10) i un segon espai (sala 11), més il·luminat, amb aproximadament 50 lux de llum ambient. Les sales 10 i 11 del museu dels jueus tenen una lluminositat que oscil·la entre els 10 lux (punt més fosc) i els 500 lux (punt més il·luminat). No obstant, la il·luminació general de la sala se situa entre els 90 i els 15 lux. En espais concrets, però, la il·luminació marca punts màxims com els 500 lux de les imatges lluminoses, els 55 lux de l'interior de les vitrines, els 113 lux del text de l'expulsió, els 15 lux del text de la inquisició i els 40 lux del passadís de sortida de la sala<sup>76</sup>.

Pel que fa a la temperatura, la sala de la inquisició del museu no té ni aire condicionat ni calefacció. Per aquest motiu, a l'estiu hi fa molta calor, i a l'hivern, hi fa fred. La temperatura mitjana de la sala a l'estiu és de 29°C, amb 36% d'humitat, i d'19,9°C a l'hivern, amb 36 % d'humitat<sup>77</sup>.

En aquesta sala hi trobem un petit banc per seure, situat just al davant de l'audiovisual. A tota la sala, el color predominant és el vermell i el gris. Tots els suports de les vitrines són de color negre i el terra és enrajolat i de color crema. Tots els plafons de la sala mantenen una estètica diferent de les dues sales anteriors. Les explicacions dels plafons són més llargues que les de les sales anteriors, unes 140 paraules, i es presenten mitjançant text parietal clar sobre fons de color fosc. Cada peça exposada dins de les vitrines disposa de la seva cartel·la explicativa i descripció tècnica, escrita en català.

---

<sup>76</sup> Dades obtingudes a través d'un luxímetre el dia 4 de setembre de 2010.

<sup>77</sup> Dades obtingudes amb un dattalogger el 19 d'agost del 2010 i el 26 de febrero de 2011.

El visitant no sap a quina sala del museu es troba perquè no hi ha cap indicador de sala. Tampoc hi ha cap altre element de senyalització que indiqui si el recorregut seleccionat és el correcte i si la direccionalitat és la que permet fer un discurs cronològic.



Figura 172. Vista general de la sala.

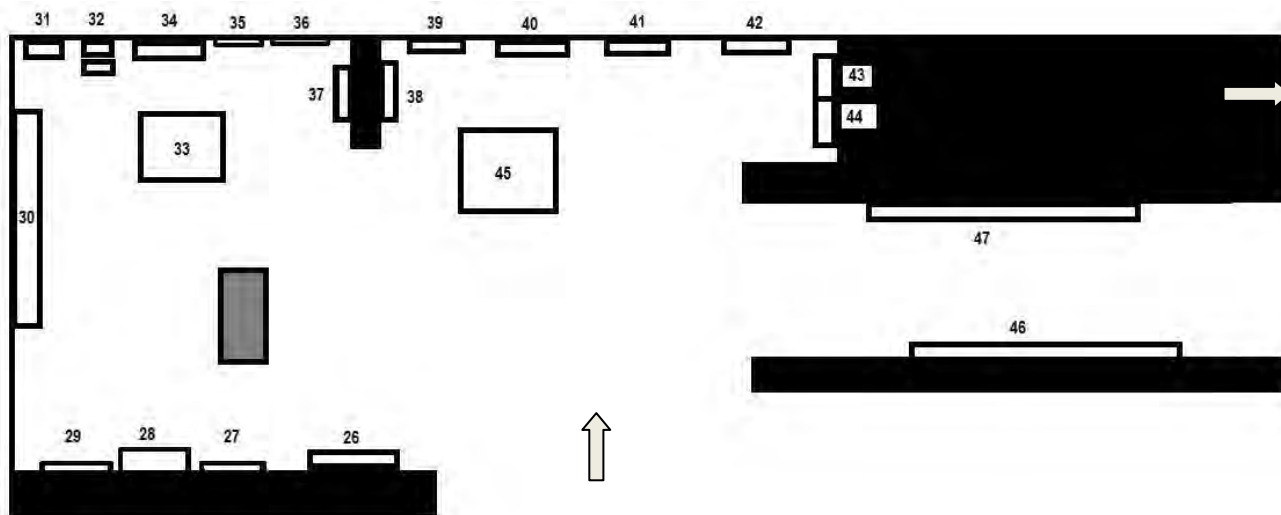


Figura 173. Croquis de la sala de la inquisició.

## Unitats d'Atenció

### Núm. 26: text: “Les difícils relacions amb la societat cristiana”.

Compost per un text parietal de 117 paraules escrit directament a la paret. Escrit en català amb lletra estàtica, el fons vermell i les lletres ocre. També apareix el text escrit amb castellà, francès i anglès (a la part inferior i en un plafó de color ocre amb lletres negres). Sense il·luminació artificial directa. Títol amb majúscules, negreta i Arial 66. Text justificat centrat. Text amb tipus de lletra Arial 60. Alçada d'1,5 m. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 75 x 25 cm.



Figura 174. Text: “Les difícils relacions amb la societat cristiana”.



**Núm. 27: mapa: “Disputes religioses entre judaisme i cristianisme”.**

El mapa es troba a una alçada d’1,45 m i ocupa un espai de 30 x 40 cm. Els colors del mapa són el vermell fosc i el gris clar i hi surt representat el continent europeu. Sense il·luminació artificial directa.



Figura 175. Mapa: “disputes religioses entre judaisme i cristianisme”.

**Núm. 28: tríptic de 4 imatges.**

4 plafons lumínics col·locats en forma de tríptic amb imatges fixes situats a 1,20 m del terra. Dimensions totals de l'espai de les imatges: 1,5 x 1,2 x 0,9 m. Hi surten representats jueus amb la vestimenta típica en època medieval. Imatges amb colors molt variats.

Cartel·les situades a la banda dreta i a una alçada d’1,44 i 1,5 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color taronja a la part inferior. Tipus de lletra Arial 14. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 6,5 x 9 cm.



Figura 176. Tríptic de 4 imatges.

**Núm. 29: text: “Llibres prohibits i llibres permesos als jueus de Girona”.**

Text parietal compost per 124 paraules i escrit directament a la paret. Escrit en català amb lletra estàtica, el fons vermell i les lletres ocres. Sense il·luminació artificial directa. Títol amb majúscules, negreta Arial 66. Text justificat centrat. Text amb tipus de lletra Arial 60 . Alçada d’1,9 m. Dimensions de l’espai que ocupa el text: 57 x 42 cm.

A la part inferior del text hi ha un llistat de noms escrits directament a la paret. Lletres ocres en fons vermell. Sense il·luminació artificial directe. Títol amb majúscules, negreta Arial 66. Text justificat a l’esquerra. Text amb tipus de lletra Arial 60 . Alçada de 80 cm. Dimensions de l’espai que ocupa el llistat: 60 x 100 cm.



Figura 177. Text: “Llibres prohibits i llibres permesos als jueus de Girona”.

**Núm. 30: audiovisual: “The Disputation”. UK, 1986.**

Es projecta un audiovisual que combina imatges fixes i amb moviment i text en moviment (lletres blanques sobre fons negre). L'audiovisual és en color, no té banda sonora però sí una veu en off que va parlant amb anglès. Es pot observar des d'un petit banc de color blanc. Dimensions de la pantalla: 2,15 x 3,20 m.

La cartel·la es troba a la paret del costat dret, situada de forma vertical i a una alçada d'1,52 m. Les dimensions de la cartel·la són de 8 x 8 cm aproximadament. Tipus de lletra Arial 14 i justificat centrat. Lletra negra sobre fons blanc. A la part inferior de la cartel·la hi ha una franja de color taronja.

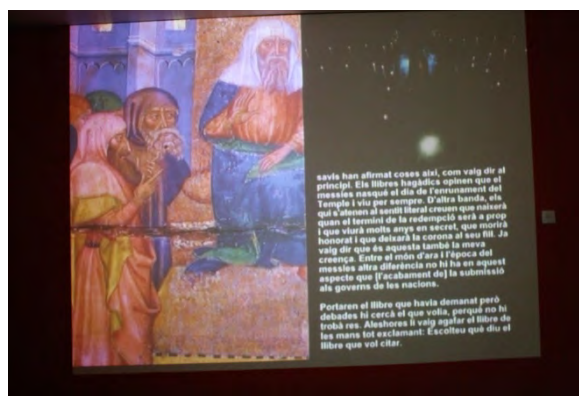


Figura 178. Audiovisual: “The Disputation”. UK, 1986.

**Núm. 31: text: “Les disputes”.**

Compost per un text parietal de 119 paraules escrit directament a la paret. Escrit en català amb lletra estàtica, el fons vermell i les lletres ocre. També apareix el text escrit amb castellà, francès i anglès (a la part inferior i en un plafó de color ocre amb lletres negres). Sense il·luminació artificial directa. Títol amb majúscules, negreta Arial 66. Text justificat centrat. Text amb tipus de lletra Arial 60 . Alçada d'1,48 m. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 75 x 26 cm.



Figura 179. Text: "Les disputes".

**Núm. 32: imatges mòbils en pantalla de televisor.**

2 pantalles de televisor amb imatges mòbils situades a 1,40 i 1,90 m del terra. Dimensions de les pantalles de televisor: 30 x 40 cm. Hi surten representats jueus amb la vestimenta típica en època medieval. Imatges amb colors molt variats.

Cartel·les situades a la banda esquerra i verticalment a una alçada d'1,44 i 1,5 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color taronja a la part inferior. Tipus de lletra Arial 14. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 6,5 x 9 cm.



Figura 180. Imatges mòbils en pantalla de televisor.

**Núm. 33: vitrina exempta amb carta dels jurats i llibre.**

Vitrina amb 2 peces: un llibre i un manuscrit. Dimensions de la vitrina: 63 x 63 x 33 cm. Sostinguda per uns peus metàl·lics a una alçada de 83 cm. Les peces reben il·luminació directa de l'interior de la vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina, al costat esquerre de cada peça i situades de forma inclinada. Les dimensions de la cartel·la són de 6 x 4 cm. aproximadament. Tipus de lletra Helvètica 14 negreta i justificat centrat. Lletra negra sobre fons blanc. A la part inferior de la cartel·la hi ha una franja de color taronja.



Figura 181. Vitrina exempta amb carta dels jurats i llibre.

**Núm. 34: imatge i fotografia de torre Gironella.**

2 plafons lumínics amb imatges fixes situats a 1,34 m del terra. Dimensions totals de l'espai de les imatges: 55 x 120 x 9 cm. Hi surten representats una crucificció i una fotografia en blanc i negre de l'espai de la ciutat de Girona conegut com a torre Gironella. Imatges amb colors molt variats la primera i amb blanc i negre la segona.

Cartel·les situades a la banda dreta i verticalment a una alçada d'1,44 i 1,5 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color taronja a la part inferior. Tipus de lletra Arial 14. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 6,5 x 9 cm.

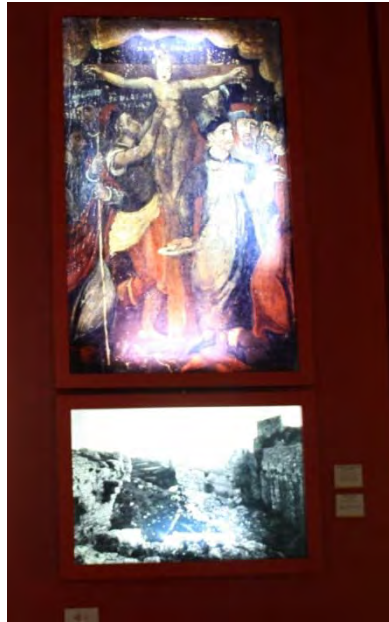


Figura 182. Imatge i fotografia de torre Gironella.

**Núm. 35: text: “La violència”**

Compost per un text parietal de 93 paraules escrit directament a la paret. Escrit en català amb lletra estàtica, el fons vermell i les lletres ocre. També apareix el text escrit amb castellà, francès i anglès (a la part inferior i en un plafó de color ocre amb lletres negres). Sense il·luminació artificial directa. Títol amb majúscules, negreta Arial 66. Text justificat centrat. Text amb tipus de lletra Arial 60 . Alçada d’1,55 m. Dimensions de l’espai que ocupa el text: 75 x 20 cm.

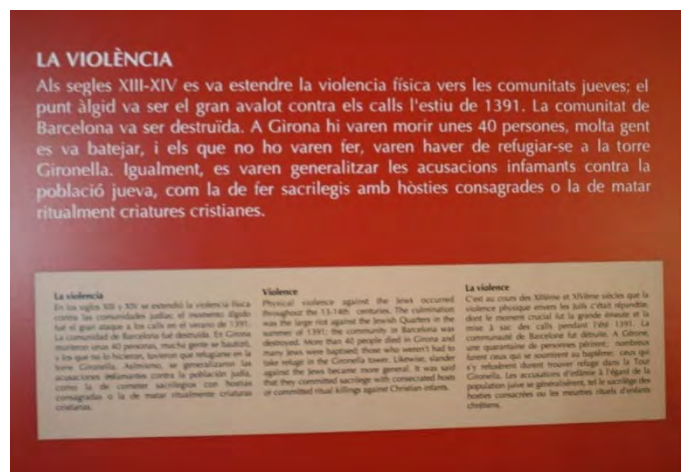


Figura 183. Text: “La violència”.

**Núm. 36: imatges de Fra Vicenç Ferrer i bateig de jueus.**

2 plafons lumínics amb imatges fixes situats a 1,14 m del terra. Dimensions totals de l'espai de les imatges: 55 x 135 x 9 cm. Hi surt representat un capellà i un bateig de jueus. Imatges amb colors poc variats i de tonalitat pàl·lida.

Cartel·les situades a la banda dreta, disposades verticalment a una alçada d'1,44 i 1,5 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color taronja a la part inferior. Tipus de lletra Arial 14. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 6,5 x 9 cm.



Figura 184. Imatges de Fra Vicenç Ferrer i bateig de jueus.

**Núm. 37: caixeta de metacrilat amb informació: Les disputes**

Petits plafons extraïbles de 24 x 35 x 0,2 cm i escrits en quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès). Aquesta caixeta es troba a 0,95 m del terra i les dimensions són 56 x 80 x 10 cm. Aquests petits plafons combinen text amb dibuix i serveixen per aprofundir en continguts.



Figura 185. Caixeta de metacrilat amb informació: Les disputes i les persecucions.

**Núm. 38: caixeta de metacrilat amb informació: "Les persecucions"**

Petits plafons extraïbles de 24 x 35 x 0,2 cm escrits en quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès). Aquesta caixeta es troba a 0,95 m del terra. Les seves dimensions són de 56 x 80 x 10 cm. Aquests petits plafons combinen text amb dibuix i serveixen per aprofundir en continguts.

**Núm. 39: text: "La societat conversa i la inquisició"**

Compost per un text parietal de 137 paraules escrit directament a la paret. Escrit en català amb lletra estàtica, el fons vermell i les lletres ocre. També apareix el text escrit amb castellà, francès i anglès (a la part inferior i en un plafó de color ocre amb lletres negres). Sense il·luminació artificial directa. Títol amb majúscules, negreta i Arial 66. Text justificat centrat. Text amb tipus de lletra Arial 60 . Alçada d'1,45 m. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 75 x 30 cm.



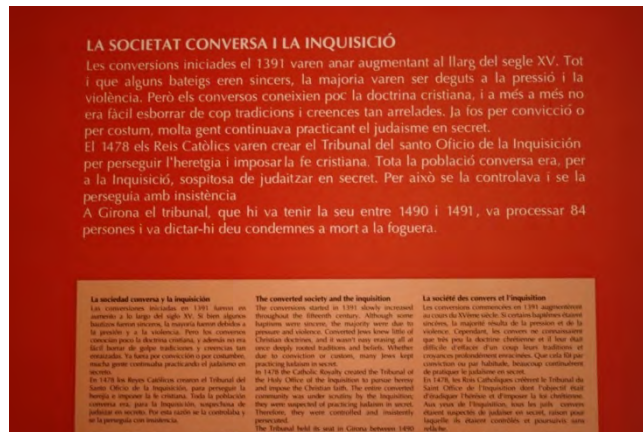


Figura 186. Text: “La societat conversa i la inquisició”.

**Núm. 40: imatges de la inquisició i autos de Fe.**

2 plafons lumínics amb imatges fixes situats a 0,83 m del terra. Dimensions totals de l’espai de les imatges: 55 x 145 x 9 cm. Hi surt representat una escena de la inquisició i un auto de Fe. La primera imatge està composta per la representació de diversos personatges decorats amb colors molt variats i la segona és un full de paper antic amb una creu al mig.

Cartel·les situades a la banda dreta i verticalment a una alçada d’1,44 i 1,5 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color taronja a la part inferior. Tipus de lletra Arial 14. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 6,5 x 9 cm.



Figura 187. Imatges de la Inquisició i el Autos de Fe.

**Núm. 41: text: “Llistat de conversos de Girona”.**

Llistat de noms escrits directament a la paret. Lletres ocre en fons vermell. Amb il·luminació artificial directa. Títol amb majúscules, negreta i Arial 66. Text justificat a l'esquerra. Text amb tipus de lletra Arial 60 . Alçada de 50 cm. Dimensions de l'espai que ocupa el llistat: 55 x 195 cm.



Figura 188. Text: “Llistat de conversos de Girona”.

**Núm. 42: text: “L’expulsió”**

Compost per un text parietal de 142 paraules escrit directament a la paret. Escrit en català amb lletra estàtica, el fons vermell i les lletres ocre. També apareix el text escrit amb castellà, francès i anglès (a la part inferior i en un plafó de color ocre amb lletres negres). Amb il·luminació artificial directa. Títol amb majúscules, negreta i Arial 66. Text justificat centrat. Text amb tipus de lletra Arial 60 . Alçada d’1,46 m. Dimensions de l'espai que ocupa el text: 75 x 30 cm.

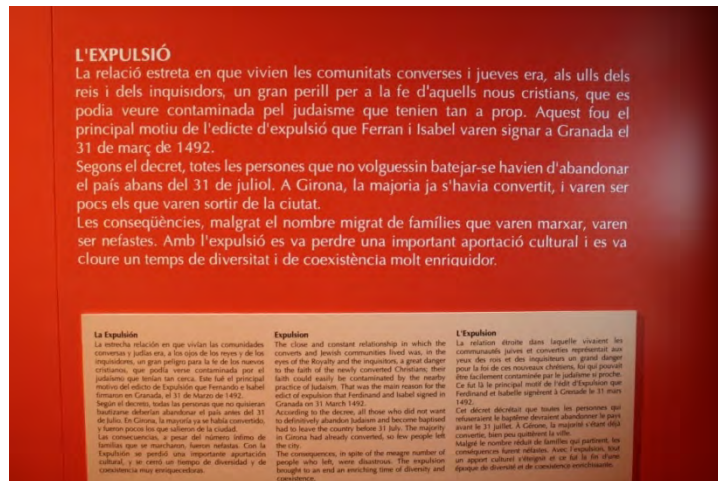


Figura 189. Text: "L'expulsió".

**Núm. 43: imatge d'Hagadà moresca**

Plafó lumínic amb imatge fixa situat a 1,22 m del terra. Dimensions de la imatge: 75 x 55 x 9 cm. Hi surten representats personatges vestits a l'interior d'una construcció típicament moresca. Imatge amb colors cridaners.

Cartel·la situada a la banda dreta i verticalment a una alçada d'1,44 m. Fons blanc amb lletres negres i amb una franja de color taronja a la part inferior. Tipus de lletra Arial 14. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 6,5 x 9 cm.



Figura 190. Imatge d'Hagadà moresca.

#### Núm. 44: mapa d'Europa de les expulsions

Mapa d'Europa de les expulsions. El mapa es troba a una alçada d'1,44 m i ocupa un espai de 30 x 40 cm. Els colors del mapa són el vermell fosc i el gris clar. Sense il·luminació artificial directa.



Figura 191. Mapa.

#### Núm. 45: vitrina exempta amb edicte de l'expulsió dels jueus i amb un auto de fe.

Vitrina amb 2 peces. L'edicte de l'expulsió dels jueus i un auto de fe. Dimensions de la vitrina: 63 x 63 x 33 cm. Sostinguda per uns peus metàl·lics a una alçada de 83 cm. Les peces reben il·luminació directe de l'interior de la vitrina.

Les cartelles de les peces es troben a l'interior de la vitrina, al costat esquerra i dret de cada peça i situades de forma inclinada. Les dimensions de la cartella són 6 x 4 cm aproximadament. Tipus de lletra Helvètica 14 negreta i justificat centrat. Lletra negra sobre fons blanc. A la part inferior de la cartella hi ha una franja de color taronja.

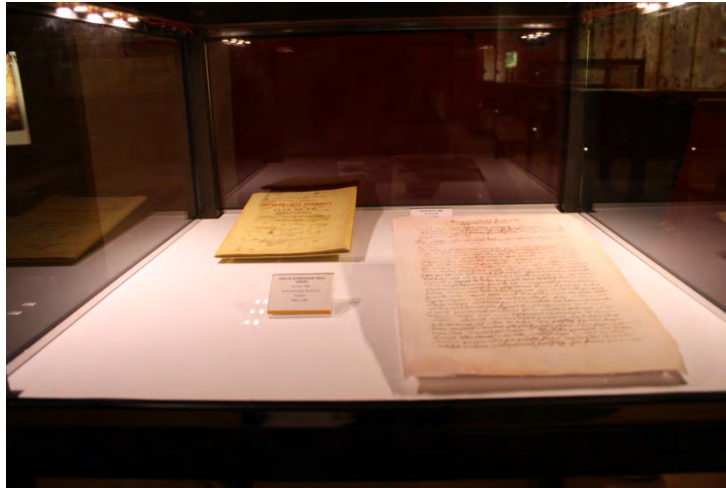


Figura 192. Vitrina exempta amb edicte de l'expulsió dels jueus i amb un Auto de Fe.

**Núm. 46: dibuix de l'Èxode.**

Plafó lumínic amb imatge fixa situat a 1,4 m del terra. Dimensions de la imatge: 140 x 40 cm. Hi surten representats personatges vestits amb robes de diferents colors, amb bosses a l'esquena, marxant d'algun lloc.

284



Figura 193. Dibuix de l'Èxode.

**Núm. 47: text i núvols.**

Text de 17 paraules situat a 70 cm del terra, un plafó de 2,70 x 0,20 m amb fons vermell (lletres blanques, Arial 155 sobre fons de color vermell). Aquest plafó es troba enmig de la

representació d'una gran fotografia de núvols, que fa d'escenari i acompanya al visitant en el moment de sortir de la sala.



Figura 194. Text i núvols.

#### 5.2.4. El Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona

##### 5.2.4.1. La Institució

285

El Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona de Catalunya (MAC) existeix en la seva fórmula jurídica actual a partir de la Llei de museus aprovada el 1990. Com a Museu Nacional, el seu objectiu és *"conservar, investigar i difondre els vestigis arqueològics que il·lustren l'evolució històrica, des de la prehistòria a l'època medieval de Catalunya"*<sup>78</sup>.

El MAC és un museu Nacional en xarxa, format per diverses seus: el museu arqueològic de Barcelona, el museu arqueològic de Girona, la ciutat grecoromana i museu d'Empúries, el conjunt històric d'Olièrdola, el jaciment ibèric i museu d'Ullastret, el Centre d'Arqueologia Subaquàtica de Catalunya (CASC)<sup>79</sup>.

Tot i ser de titularitat autonòmica, la gestió del MAC és duta a terme per una entitat autònoma, Museus d'Arqueologia, que té per objecte la gestió del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona de Catalunya i del Museu Nacional Arqueològic de Tarragona. El que es pretén dur a terme en aquesta institució des de l'any 2003, és impulsar i coordinar les

<sup>78</sup> <http://www.mac.cat/cat/Seus/Girona> (data de consulta: 30-06-2010)

<sup>79</sup> <http://www.mac.cat/cat/Seus/Girona> (data de consulta: 30-06-2010)

iniciatives vinculades amb la recerca, la conservació i la difusió del patrimoni arqueològic de Catalunya<sup>80</sup>.

#### **5.2.4.2. La col·lecció**

El Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona de Catalunya consta amb un fons d'objectes provinent de l'antic Museo Arqueológico Provincial. Actualment, totes les peces que rep el Museu, provenen d'excavacions arqueològiques de la ciutat de Girona o de les terres gironines que no tinguin un espai on conservar-les. A més, el MAC-Girona exhibeix peces arqueològiques que van des de la prehistòria fins a l'època romana, però no, d'època medieval, encara que es trobi ubicat a l'interior d'un edifici medieval. És per aquest motiu que el Museu no amplia la col·lecció exposada i només modifica peces del discurs museogràfic quan apareix una peça única en una troballa arqueològica o es planteja renovar les sales del museu. El total de peces exposades a les sales del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona de Catalunya-Girona és de 1.924<sup>81</sup>.

#### **5.2.4.3. L'edifici**

El monestir benedictí de Sant Pere de Galligants és un dels monuments més notables de l'art romànic català. Es va construir a la vora de la muralla nord de Girona, a la riba esquerra del riu Galligants. No se sap exactament quan es fundà aquest monestir, però sí que es tenen referències documentals del segle X. Es sap que la construcció del monestir es va iniciar quan Ramon Borrell va vendre a l'abat al 992, el domini sobre el barri de Sant Pere. A l'any següent, el cenobi va rebre una important donació de diners del testament del mateix comte que podria haver propiciat la primera construcció.

Al segle XII, amb l'ajuda de nous ingressos econòmics, es construí l'església de planta basilical amb transsepte, el claustre i s'ampliaren les dependències. A partir del segle XV l'activitat del monestir va començar a decaure fins que l'any 1835 es va produir la seva exclaustació. (torna a l'església). A partir de 1870 fou la seu del Museu Provincial de Belles Arts i Antiguitats que

---

<sup>80</sup> <http://www.mac.cat/cat/Seus/Girona> (data de consulta: 30-06-2010). En el moment final de la realització de la tesi el model de gestió està en procés de substitució pel d'una agència.

<sup>81</sup> Informació facilitada pels tècnics del museu Josep Maria Llorens i Carme Baqué.

s'instal·la en el claustre i sobreclaustre. Posteriorment, a aquests primers espais se n'incorporaran d'altres, com les sagristies, el cor o la mateixa església de Sant Pere de Galligants fins arribar a l'actualitat, quan el museu és integrat al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona de Catalunya a l'any 1993 (Llorens, 2011, 38).

#### **4.2.4.4. La distribució dels espais públics**

L'exposició permanent del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, s'ubica al llarg de 1.264,15 m<sup>2</sup>, tot i que el discurs museogràfic es reparteix bàsicament entre els 299,08 m<sup>2</sup> del sobreclaustre, i els 702,15 m<sup>2</sup> de la nau central de l'església del. Tot i que el claustre de 200,63m<sup>2</sup>, no s'inclou en el discurs museogràfic del museu, aquest forma part de l'edifici, conté algunes peces exposades i és pas obligat per accedir al sobreclaustre, on hi ha part de l'exposició permanent. En situar el museu a l'interior d'un antic monestir, l'accés a les sales de l'exposició permanent no estan adaptades per a rebre la visita de tot tipus de públic.

Just entrant a l'interior de l'església del monestir, a la banda dreta hi trobem la recepció i venda d'entrades, i a l'esquerra, la botiga del museu. Iniciant el recorregut o visita de forma cronològica, primer es travessa la nau central de l'església i el claustre romànic, per accedir mitjançant una escala al segon pis. A la part baixa de l'escala hi trobem els lavabos (sense canviadors per nens) i tot seguit, desplaçant-nos al segon pis, hi trobem l'inici del recorregut museogràfic del MAC-Girona. Al llarg de tot el sobreclaustre, el MAC mostra al visitant els vestigis arqueològics trobats a terres gironines des del paleolític fins a l'època romana. Situant-nos altra vegada a l'església del monestir, a la nau lateral hi trobem l'últim àmbit museïtzat del museu. Allà hi trobem aquelles peces de gran format que recorren aspectes de la vida romana a Girona com el comerç, la xarxa viària o l'alimentació.

#### **4.2.4.5. El museu**

Després de molts anys sense intervencions museogràfiques, les sales del MAC han experimentat recentment un procés d'adequació dels espais i millores dels discursos expositius. Així doncs, la seu de Girona del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona de Catalunya, a través bàsicament d'objectes arqueològics però també d'il·lustracions, textos



escrits en tres idiomes (català, castellà i anglès) i frisos cronològics explica l'activitat humana des de l'aparició de l'home fins a l'època tardo romana.

Iniciant el recorregut de la visita per la banda esquerra, el primer que es troba el visitant és amb un plafó de benvinguda i un fris cronològic per poder-nos situar en l'espai i el temps.

El primer àmbit del museu és l'anomenat: **Els homes caçadors i recol·lectors: el paleolític**. Mitjançant tres grans vitrines adossades a les parets i vitrines exemptes situades al mig del passadís, el primer àmbit presenta els primers indicis de poblament humà a Europa i a la península. En total, narra la història que s'inicia fa uns 700 mil anys i finalitza fa uns 7.500 anys amb el començament del neolític. La majoria de les peces exposades provenen de les coves de Serinyà, com l'Arbreda o la Bora Gran d'en Carreras, però el més interessant d'aquestes vitrines és la forma en què es presenten les eines prehistòriques i com mostren de forma pedagògica el procés d'elaboració, mitjançant la combinació dels objectes amb imatges que il·lustren aquest procés.

El segon àmbit del museu al qual s'arriba sense complicació, ja que el recorregut de l'exposició és continu i circular, és **La revolució neolítica**. En aquest àmbit trobem restes arqueològiques provinents de la Draga (Banyoles), i també en aquest espai es mostra el fenomen del megalitisme, un fenomen molt característic de les comarques de Girona. Les vitrines, els textos i els dibuixos són els recursos expositius emprats també en aquest espai.

Seguint l'ordre cronològic, arribem a **l'edat dels metalls**. Uns grans dibuixos a la paret ens mostren de quina forma s'obtenien les eines metàl·liques i sobretot, en què consistia la metal·lúrgia. L'àmbit de l'edat dels metalls comença amb la descoberta del coure i ens explica l'ocupació de cavitats naturals, la reutilització de megàlits i la inhumació col·lectiva. A l'igual que la resta dels àmbits del museu, les vitrines exemptes situades al mig del passadís són els recursos emprats per mostrar algunes fotografies i sobretot les peces arqueològiques relacionades amb aquest període. Al final d'aquesta etapa apareix la siderúrgia del ferro, un dels avenços tecnològics més importants de la prehistòria. És en aquest punt de l'àmbit que destaca l'espasa d'empunyadura d'antenes de Camallera, situada també a l'interior d'una vitrina exempta.

De forma òbvia al observar les restes arqueològiques situades a l'interior de les vitrines, podem comprovar com arribats en aquest punt del discurs, les peces exposades canvien considerablement. Peces de vidre i ceràmica decorades amb colors molt vius porten a l'àmbit de **les colonitzacions**. A diferència de la resta d'àmbits de l'exposició, aquest àmbit és potser

un dels més curts. No obstant, reforça el seu discurs un parell de vitrines, un dibuix de dimensions mitjanes i situat a l'interior d'una de les vitrines i un altre dibuix de grans dimensions situat a la paret.

Per arribar a l'àmbit de **la cultura ibèrica**, s'ha d'entrar a l'interior d'una sala quadrangular disposada com a "cul de sac". Emprant moltes vitrines, tant a la les parets de la sala com a la part central de l'espai la formació de la cultura ibèrica. Les restes arqueològiques que es troben exposades en aquesta sala provenen dels jaciments d'Ullastret, Mas Castellar de Pontós, Castell de la Fosca de Palamós, Sant Julià de Ramis o la Creueta. A la sala hi destaca l'ara de marbre del jaciment ibèric de Mas Castellar (Pontós), un altar monolític en forma de columna coronada per un capitell jònic, situada al mig de la sala i protegida per una vitrina d'igual format i dimensions que la resta de vitrines del centre de la sala.

L'últim àmbit del sobreclaustre és el de **la romanització**. A les vitrines d'aquest àmbit hi podem trobar nines de terracotta, representacions de déus i mites i objectes personals de tot tipus. Amb la romanització doncs, el museu acomiada al visitant i l'invita a visitar més restes arqueològiques a la nau lateral de l'església del monestir.

Sortint del sobreclaustre i anant a l'església, a les naus laterals s'exposen diverses peces de gran format que a les sales del museu no tenen cabuda. Recentment restaurades, es poden observar escultures, mil·liaris, inscripcions o capitells de Girona i Caldes de Malavella. També hi trobem àmfores i grans recipients, sepulcres romans i altars paleocristians de Roses i Empúries.

Una peça que cal destacar és el mosaic de Bel·lerofont de la vil·la de can Pau Birol, situat al transepte de la nau central i exposat a peu de terra. Al costat oposat del mosaic, hi trobem la reproducció de la rosassa de la façana de l'església.

#### **5.2.4.6. Ativitats. El servei educatiu**

La seu del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona de Catalunya a Girona es troba al monestir benedictí de Sant Pere de Galligants. Al ser un edifici emblemàtic i molt visitat per turistes i grups, l'oferta educativa del museu es veu diversificada. Per una banda, el museu rep grups escolars provinents del Punt de Benvinguda que amb guies oficials realitzen una visita general al museu i a l'edifici. També la Diputació, amb els seus propis guies, accedeix a l'església, claustre i museu dins un itinerari general que sol durar tot el dia i que inclou altres

indrets de la ciutat o de la comarca. Per altra banda, el museu té la seva pròpia oferta educativa.

En trobar-se el museu d'arqueologia, en el marc incomparable d'un monestir romànic, el museu ofereix dues tipologies d'activitats. En primer lloc, el museu ofereix activitats relacionades amb l'edifici, l'Edat mitjana i els monjos benedictins, i per l'altra, la prehistòria i l'època antiga, representat per la col·lecció de restes arqueològiques que exposa el museu i provinents de les comarques de l'Empordà, el Gironès i la Selva. Segons les dades estadístiques del curs escolar 2008-2009, les escoles usuàries de les activitats organitzades pel servei educatiu, esdevenen aproximadament el 13% de visitants totals del museu<sup>83</sup>.

Pel que fa a l'oferta educativa de visites didàctiques aquestes es centren sobretot en la part del museu dedicada a l'arqueologia i van dirigides al públic de primària i de secundària: *De la pedra al PVC. Una visita original al museu, Llepa't els dits amb la història!*. Les dues visites compten amb el suport de material educatiu adaptat a cada cicle i d'una petita part pràctica.

El MAC Girona també ofereix una sèrie de Tallers Didàctics. Pel que fa als tallers que treballen sobretot l'antiguitat i el món romà a partir de les peces exposades a les sales del museu són: *Les innovacions a la prehistòria*, dirigit a primària (cicles mitjà i superior), secundària i batxillerat, *Llegim la vida dels romans*, per primària (cicles mitjà i superior), *Com era una ciutat romana com Girona?* Per cicle superior de primària i secundària i *Interpretem les inscripcions romanes de Sant Pere de Galligants adreçat a batxillerats*. I els tallers dirigits a l'edat mitjana i als monjos del monestir de Sant Pere de Galligants, hi trobem: *La vida en el monestir de Sant Pere de Galligants* per primària (cicles inicial i mitjà), *L'escriptura medieval per primària* (cicles mitjà i superior), secundària i batxillerat, *Els vitralls: una artesanía d'època medieval per primària* (cicles mitjà i superior), secundària i batxillerat.

Com a novetat, a l'any 2009 s'ha ofert la maleta didàctica *Els ibers: avenços tècnics i culturals*, uns recursos educatius adreçats a les escoles perquè puguin treballar conceptes del museu sense la necessitat de desplaçar-se.

Finalment, el MAC Girona també ofereix a les escoles el *Crèdit variable d'ampliació La Ruta dels Ibers*, adreçat a secundària, a l'àrea de ciències socials.

Pel que fa a l'oferta educativa adreçada al públic familiar, el museu compta amb una proposta unificada amb la del públic general. L'últim diumenge de cada mes, des del mes d'abril fins al

---

<sup>83</sup> Informació facilitada pel Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona

mes d'octubre, el museu ofereix als visitants, una visita teatralitzada i gratuïta per conèixer de forma entretinguda i divertida, la vida i la quotidianitat dels monjos i de la gent del segle XII, a través de les restes visibles al monestir: *pare Abat! Hi ha pelegrins!* Aquesta activitat, ja consolidada, esdevé la única activitat permanent, programada per a públic no escolar i amb una forta vessant didàctica.

Aquesta mateixa activitat, amb els continguts revisats i adaptats a necessitats curriculars específiques, a partir de l'any 2011 s'ha ofert per a escoles amb la particularitat i especificitat de fer-la en llengua anglesa. Actualment, el MAC és l'únic museu de la ciutat que contempla la possibilitat de treballar conceptes curriculars de matèries de ciències socials, relacionats i conduïts mitjançant una llengua estrangera estudiada a l'escola, en el marc d'una activitat cultural i de museu.

En períodes de vacances escolars, el museu organitza tallers familiars i per nens, com per exemple, un taller de cistelleria, un de mosaic i un altre de màscares teatrals. En períodes especials com Fires de Sant Narcís, Temps de Flors, Dia Internacional dels museus, Setmana de la Ciència, Jornades Europees de Patrimoni, Nit dels Museus o Jornades d'Arqueologia de Girona, el museu programa visites guiades, tallers o activitats específiques per aquestes celebracions. A més, l'últim diumenge de cada mes, l'entrada al museu és gratuïta.

---

291

Un darrer servei que ofereix el MAC-Girona quan el visitant individual adquireix l'entrada del museu, és el de proporcionar-li un plànol amb una breu explicació escrita en quatre idiomes diferents: català, castellà, anglès i francès. A l'inici del recorregut, a l'interior de l'església del monestir i immediatament al costat de la recepció, el visitant pot consultar una guia (amb la informació més detallada sobre el material exposat al museu) en format paper i escrita en quatre idiomes. No obstant, no existeix material didàctic dissenyat pel públic familiar per fer mentre es visiten les sales del museu.

#### **5.2.4.7. Dades de visites**

Segons les dades facilitades pels tècnics del museu, el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, l'any 2009 ha rebut un total de 36.730 visitants (visitants a l'exposició permanent ja que no hi ha hagut cap exposició temporal a l'any 2009), a diferència dels 25.443 rebuts l'any

2008, descens ocasionat pel tancament per remodelació del museu durant els mesos d'abril, maig i juny. El museu ha anat augmentant el nombre de visitants anual any rere any: l'any 2005 va rebre 31.964 visitants, el 2006 en va rebre 32.101 i el 2007 un total de 32.780<sup>84</sup>.

Segons les dades estadístiques recollides l'any 2008, el 84% dels visitants del MAC – Girona va ser públic individual, el 13% grups escolars i el 3% restant, grups turístics o altres. L'any 2009 en canvi, les dades aportades són que el 75% del públic general del museu és públic individual, el 20% és públic escolar i el 5% restant són grups<sup>85</sup>.

Segons un estudi de públic fet en motiu del Pla Director de l'any 2001, els trets bàsics dels visitants del MAC – Girona es corresponen a un visitant individual entre 25 i 44 anys, que visita el museu per primera vegada i que es troba a la ciutat de Girona per motius vacacionals. La seva formació és d'una persona amb estudis mitjos o superiors i que visita el museu perquè vol ampliar coneixement. La durada aproximada de la visita al MAC – Girona és de 30 minuts a la col·lecció d'arqueologia i de 30 minuts més per descobrir l'edifici (Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona de Catalunya, 2001, 9).

El curs escolar 2008-2009, el nombre total d'usuaris del propi servei educatiu del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona de Catalunya – Girona, sense comptabilitzar els grups del Punt de Benvinguda i els de la Diputació, és de 4.721 nens i nenes d'edats compreses entre els 6 i els 20 anys.

Pel que fa als alumnes d'edats compreses entre els 6 i els 12 anys, el museu ha rebut al llarg del curs escolar 2008-2009, un total de 1.334 nens i nenes<sup>86</sup>, un 22% menys que el curs escolar anterior, registrant un total de 1.716 nens i nenes d'edats compreses entre els 6 i els 12 anys<sup>87</sup>.

#### **5.2.4.8. Les sales observades**

A continuació al llarg del següent capítol descriurem l'exposició de les sales estudiades. Primer d'una forma general i després per Unitats d'Atenció

##### Sala 1. Paleolític

---

<sup>84</sup> Informació facilitada pel Museu d'Arqueologia de Catalunya – Girona

<sup>85</sup> Informació facilitada pel Museu d'Arqueologia de Catalunya – Girona

<sup>86</sup> Informació facilitada pel Museu d'Arqueologia de Catalunya – Girona

<sup>87</sup> Informació facilitada pel Museu d'Arqueologia de Catalunya – Girona

La Sala número 1 del MAC- Girona fa 58 m<sup>2</sup> i la seva forma és allargassada i sense esglaons (tot i que per accedir-hi s'ha de pujar una escala no habilitada per cadires de rodes o cotxets). Té un total de 7 vitrines, un racó amb la informació de les peces en tres idiomes (català, castellà i anglès), 143 peces exposades, 7 reproduccions i 7 plafons amb textos.

La sala no disposa de música ambient i la il·luminació de l'espai és bàsicament artificial, tot i que també disposa de la llum natural que entra per una gran finestra que comunica amb l'exterior i per quatre finestres més que comuniquen amb el claustre. La sala té una lluminositat aproximada de 360 lux, tot i que varia molt depenent de l'hora del dia i de l'estació de l'any<sup>88</sup>.

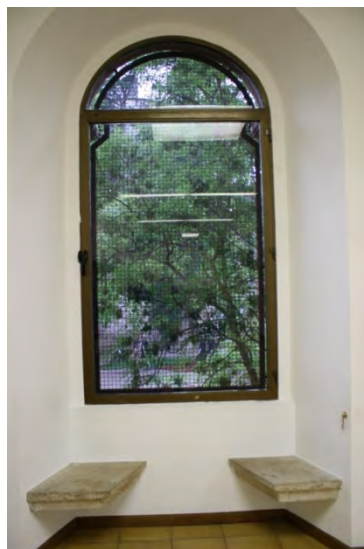


Figura 195. Finestra.

Pel que fa a la temperatura, la sala 1 del museu no té ni aire condicionat ni calefacció. Per aquest motiu, a l'estiu hi fa molta calor, i a l'hivern, tot i tenir un petit radiador, hi fa molt fred. La temperatura mitjana de la sala a l'estiu és de 28°C amb 48% d'humitat i de 12,7°C a l'hivern amb 63% d'humitat.<sup>89</sup>

---

<sup>88</sup> Dades obtingudes a través d'un luxímetre el dia 2 de setembre de 2010.

<sup>89</sup> Dades obtingudes amb un datalogger el 17 d'agost del 2010 i el 14 de febrer de 2011



Figura 196. Radiador.

A cap espai de la sala hi ha cadires per seure, tot i que de forma improvisada, molts visitants utilitzen els festejadors de la finestra de l'inici del recorregut. Pel que fa el color de les parets predomina el blanc, contrarestant amb el color terrós de les rajoles del terra. L'altre color que destaca en aquesta sala és el marró de la fusta que emmarca les vitrines de vidre i les finestres. Les peanyes de sustentació de les vitrines són de metacrilat marró i peus metal·litzats.

Les peces exposades a l'interior de les vitrines no disposen d'una cartel·la individual. Cada una va identificada amb un número de color negre sobre fons transparent, la informació de la qual, es troba en una cartel·la general amb la descripció tècnica, escrita en català. Els textos explicatius referent al context històric i a la sala en general, estan repartits per l'espai seguint la mateixa tipologia en quant a presentació. Tots ells són plafons amb la combinació de text i dibuix, i sense il·luminació artificial directa.

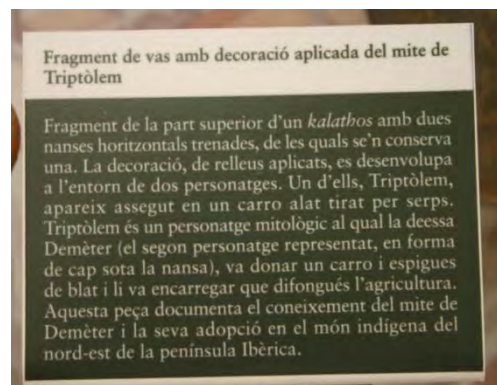


Figura 197. Cartel·les tipus.

El visitant sap a quina sala del museu es troba perquè just al sostre de l'entrada troba una banderola de color verd amb lletres de color verd fosc que li indica que entra a l'àmbit del museu dedicat al paleolític. Aquesta banderola és de forma allargada i fa 2 x 0,80 m. El text està escrit en català, castellà i anglès, tipus de lletra Times New Roman cursiva i de 16 cm de grandària. Ni al llarg de la sala ni al terra, no es troba cap més element de senyalització que indiqui si el recorregut seleccionat és el correcte. No obstant, abans d'entrar a les sales del museu, el visitant pot observar un cartell a la banda esquerra de la porta d'entrada. En aquest cartell de 30 x 20 cm i situat a 1,53 m d'alçada, es pot observar la planta de l'església i el claustre i el que trobaran a l'interior del sobreclaustre: "la Prehistòria i l'Antiguitat", escrit en 3 idiomes (castellà, anglès i francès) amb lletra Arial 22 de color vermell sobre fons blanc.



Figura 198. Banderola de senyalització de la sala i Cartells de senyalització i orientació.



Figura 199. Vista general sala 1.



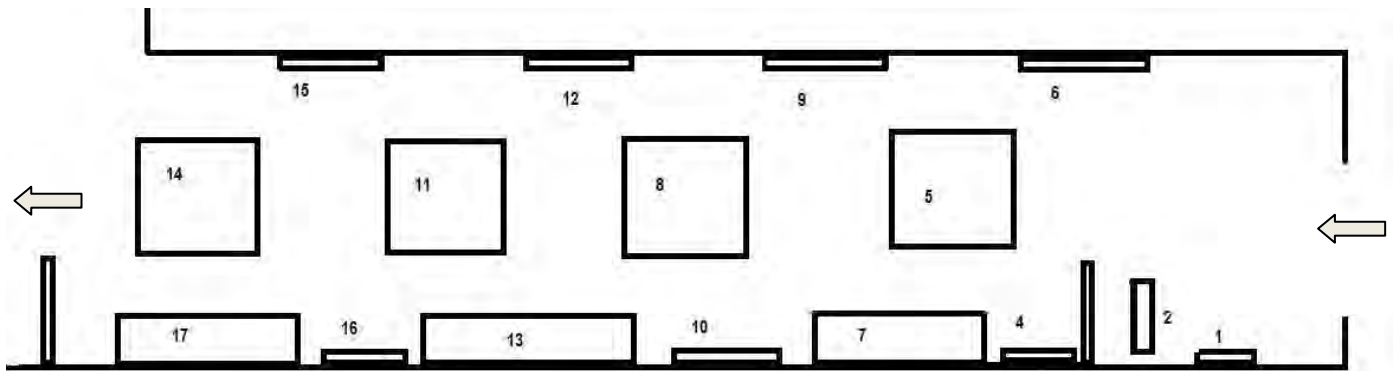


Figura 200. Croquis de la sala 1.

**Unitats d'Atenció:**

**Núm. 1: caixeta de fusta amb informació de les peces del museu.**

Dossiers en tres idiomes (català, castellà i anglès). Aquesta caixeta es troba a 1,30 m del terra i les dimensions són 50 x 50 cm. Els dossiers fan 20 x 30 cm.



Figura 201. Caixeta de fusta amb informació de les peces del museu.

**Núm. 2: plafó de benvinguda.**

Exempt, amb posició vertical i titulat: "Benvinguts" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana). El text explicatiu del plafó està escrit en català, castellà i anglès. Lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Text de dos paràgrafs i 160

paraules, justificat centrat i amb un dibuix. Tipus de lletra Times New Roman 120 el títol i 48 el text. Text escrit en català, castellà i anglès. Dimensions del plafó: 60 x 2 x 180 cm. Espai destinat al text: 50 x 27 cm i situat a 1,5 m respecte el terra. El dibuix que l'acompanya és un fris cronològic dels períodes de la prehistòria i de la història. Cada etapa va identificada amb un color, que és el mateix que serveix per delimitar les diferents sales del museu, els textos i les cartel·les. Espai destinat al dibuix: 55 x 30 cm i situat a 0,9m respecte el terra.



Figura 202. Plafó de benvinguda.

#### **Núm. 4: plafó del Cau del Duc.**

Plafó de 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1,14 m respecte el terra i titulat: "El Cau del Duc" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana, Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 35 x 20 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (85 paraules) i Times New Roman 30 (113 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,40 m respecte el terra.

Combinació de text, fotografia i dibuix. Espai destinat a la fotografia i dibuix: 38 x 50 cm. Alçada d'1,60 m respecte el terra. El dibuix a color representa la fisonomia ideal d'un homo Heidelbergensis, i la fotografia, també a color, representa una imatge del jaciment.

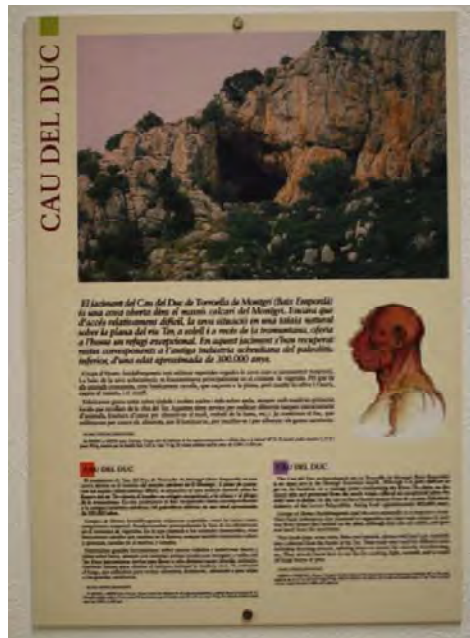


Figura 203. Plafó del Cau del Duc.

### Núm. 5: vitrina exempta del paleolític inferior.

Vitrina amb 9 peces de les quals en destaquen les eines lítiques de grans dimensions. Dimensions de la vitrina: 100 x 100 x 50 cm, situada al damunt d'una peanya de metacrilat a una alçada de 80 cm. A l'interior de la vitrina, a part de les 9 peces, hi ha 5 fotografies a color on es pot observar de forma seqüencial, el procés d'elaboració d'una eina lítica. Les fotografies estan situades en una plataforma de 25 cm d'alt a l'interior de la vitrina. La resta de les peces es troben a 1,30 m d'alçada respecte el terra i al damunt d'una plataforma de color blanc.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina disposada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color verd. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la

seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.



Figura 204. Vitrina exempta del paleolític inferior.

#### **Núm. 6: plafó del paleolític inferior**

Plafó de 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1 metre respecte el terra i titulat: "El Paleolític Inferior" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó és en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 35 x 20 cm. El text és compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (51 paraules) i Times New Roman 30 (153 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,40 m respecte el terra.

Combinació de text i dibuix. Espai destinat al dibuix: 38 x 50 cm. Alçada d'1,60 m respecte el terra. El dibuix representa el mapa de les comarques gironines i destaca una peça de la exposició: un pic.



Figura 205. Plafó del paleolític inferior.

#### Núm. 7: vitrina parietal del paleolític inferior.

Vitrina amb 14 peces de les quals en destaquen eines lítiques de grans dimensions, i una rèplica d'un crani. Dimensions de la vitrina: 200 x 120 x 70 cm, situada al damunt d'unes barres metàl·liques de 75cm. La vitrina es troba dividida per la meitat per un prestatge de vidre on s'hi col·loquen les peces. Al fons de la vitrina hi ha un gran dibuix fet amb aquarel·la en què representa una escena relacionada amb la forma de vida dels habitants del paleolític inferior. Dimensions del dibuix: 200 x 120 cm.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color verd. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.

Dins la vitrina, en destaquen dues cartel·les amb el fons verd i les lletres blanques. Aquestes cartel·les serveixen per destacar una de les peces i aportar-ne més informació tècnica. La cartel·la fa 10 x 15 cm, una està disposada horitzontalment a 0,80 cm, i l'altra verticalment a 1,30 cm, i el tipus de lletra és Times New Roman 12 i justificat centrat.



Figura 206. Vitrina parietal del paleolític inferior.

#### **Núm. 8: vitrina exempta del paleolític mitjà.**

Vitrina amb 11 peces de les quals en destaquen les eines lítiques on predominen els tons blancs. Dimensions de la vitrina: 100 x 100 x 50 cm, situada al damunt d'una peanya de metacrilat a una alçada de 80 cm. A l'interior de la vitrina, a part de les 11 peces, hi ha col·locades 6 fotografies a color on es pot observar de forma seqüencial, el procés d'elaboració d'una eina lítica. Les fotografies estan situades en una plataforma de 25 cm d'alt a l'interior de la vitrina. La resta de les peces es troben a 1,30 m d'alçada respecte el terra i al damunt d'una plataforma de color blanc.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color verd. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.

Dins la vitrina, en destaca una cartel·la amb el fons verd i les lletres blanques. Aquesta cartel·la serveix per destacar una de les peces i aportar-ne més informació tècnica. La cartel·la fa 10 x 15 cm, està disposada horitzontalment i el tipus de lletra és Times New Roman 12 i justificat centrat.



Figura 207. Vitrina exempta del paleolític mitjà.

#### **Núm. 9: plafó del paleolític mitjà.**

Plafó de 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1 metre respecte el terra i titulat: "El Paleolític Mitjà" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 35 x 20 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (37 paraules) i Times New Roman 30 (128 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,35 m respecte el terra.

Combinació de text i dibuix. Espai destinat al dibuix: 38 x 50 cm. Alçada d'1,55 m respecte el terra. El dibuix representa el mapa de les comarques gironines i destaca una peça de la exposició: un nucli levallois.



Figura 208. Plafó del paleolític mitjà.

**Núm. 10: plafó dels caçadors neandertals de Can Rubau i dels Ermitons.**

Plafó de 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1,14 m respecte el terra i titulat: "Els caçadors Neandertals de Can Rubau i dels Ermitons" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 35 x 20 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (28 paraules) i Times New Roman 30 (212 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,4 m respecte el terra.

Combinació de text, fotografia i dibuix. Espai destinat a la fotografia i dibuix: 38 x 50 cm. Alçada d'1,6 m respecte el terra. El dibuix a color representa la fisonomia d'un homo Neanderthalensis, i la fotografia, també a color, una imatge del jaciment.





Figura 209. Plafó dels caçadors neandertals de Can Rubau i dels Ermitons.

**Núm. 11: vitrina exempta del paleolític superior.**

Vitrina amb 32 peces de les quals en destaca un collaret. Dimensions de la vitrina: 100 x 100 x 50 cm, situada al damunt d'una peanya de metacrilat a una alçada de 80 cm. A l'interior de la vitrina, a part de les 32 peces, trobem 5 fotografies a color on es pot observar de forma seqüencial, el procés d'elaboració d'una eina lítica. Les fotografies estan situades en una plataforma de 25 cm d'alt a l'interior de la vitrina. La resta de les peces es troben a 1,30 m d'alçada respecte el terra i al damunt d'una plataforma de color blanc.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color verd. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.

Dins la vitrina, en destaca una cartel·la amb el fons verd i les lletres blanques. Aquesta cartel·la serveix per destacar una de les peces i aportar-ne més informació tècnica. La cartel·la fa 10 x 15 cm, està disposada horitzontalment i el tipus de lletra és Times New Roman 12 i justificat centrat.



Figura 210. Vitrina exempta del paleolític superior.

**Núm. 12: plafó del paleolític superior.**

Plafó de 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1 metre respecte el terra i titulat: "El Paleolític Superior" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 35 x 20 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (48 paraules) i Times New Roman 30 (130 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,35 m respecte el terra.

Combinació de text i dibuix. Espai destinat al dibuix: 38 x 50 cm. Alçada d'1,55 m respecte el terra. El dibuix representa el mapa de les comarques gironines i destaca una peça de la exposició: un arpó.



Figura 211. Plafó del paleolític superior.

**Núm. 13: vitrina parietal del paleolític mitjà.**

Vitrina amb 30 peces de les quals en destaquen eines lítiques de petites dimensions, ossos d'animals i una rèplica d'un crani. Dimensions de la vitrina: 200 x 120 x 70 cm, situada al damunt d'unes barres metàl·liques de 75cm. La vitrina es troba dividida per la meitat per un prestatge de vidre on s'hi col·loquen les peces. Al fons de la vitrina hi ha un gran dibuix fet amb aquarel·la en què representa una escena relacionada amb la forma de vida dels habitants del paleolític mitjà, en concret, homes obtenint aliments. Dimensions del dibuix: 200 x 120 cm.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color verd. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.



Figura 212. Vitrina parietal del paleolític mitjà.

**Núm. 14: vitrina exempta de l'epipaleolític.**

Vitrina amb 7 peces exposades, de les quals en destaquen les peces de sílex de petites dimensions. Dimensions de la vitrina: 100 x 100 x 50 cm, situada al damunt d'una peanya de metacrilat a una alçada de 80 cm. A l'interior de la vitrina, a part de les 7 peces, hi trobem 5 fotografies a color on es pot observar de forma seqüencial, el procés d'elaboració d'una eina lítica. Les fotografies estan situades en una plataforma de 25 cm d'alt a l'interior de la vitrina. La resta de les peces es troben a 1,30 m d'alçada respecte el terra i al damunt d'una plataforma de color blanc.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color verd. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.



Figura 213. Vitrina exempta de l'epipaleolític.

#### Núm. 15: plafó de l'epipaleolític / Mesolític.

Plafó de 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1 metre respecte el terra i titulat: "L'epipaleolític / mesolític" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

308

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 35 x 20 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (26 paraules) i Times New Roman 30 (120 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,35 m respecte el terra.

Combinació de text i dibuix. Espai destinat al dibuix: 38 x 50 cm. Alçada d'1,55 m respecte el terra. El dibuix representa el mapa de les comarques gironines i destaca una peça de la exposició: estris tallats en sílex.



Figura 214. Plafó de l'epipaleolític / Mesolític.

**Núm. 16: plafó de la Bora Gran d'en Carreras.**

Plafó de 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1,14 m respecte el terra i titulat: "La Bora Gran d'en Carreras" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 35 x 20 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (25 paraules) i Times New Roman 30 (150 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,40 m respecte el terra.

Combinació de text, fotografia i dibuix. Espai destinat a la fotografia i dibuix: 38 x 50 cm. Alçada d'1,60 m respecte el terra. El dibuix a color representa la fisonomia d'un homo sapiens, i la fotografia, també a color, una imatge del jaciment.



Figura 215. Plafó de la Bora Gran d'en Carreras.

**Núm. 17: vitrina parietal del paleolític superior.**

Vitrina amb 40 peces de les quals en destaquen eines lítiques de petites dimensions, hams, restes de petxines i una rèplica d'un crani. Dimensions de la vitrina: 200 x 120 x 70 cm, situada al damunt d'unes barres metàl·liques de 75cm. La vitrina es troba dividida per la meitat per un prestatge de vidre on s'hi col·loquen les peces i a la part superior dreta, per un altre petit prestatge també de vidre. Al fons de la vitrina hi ha un gran dibuix fet amb aquarel·la en què representa una escena relacionada amb la forma de caçar dels habitants del paleolític superior. Dimensions del dibuix: 200 x 120 cm.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color verd. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.

Dins la vitrina, en destaca una cartel·la amb el fons verd i les lletres blanques. Aquesta cartel·la serveix per destacar una de les peces i aportar-ne més informació tècnica. La cartel·la fa 10 x

15 cm, i està disposada verticalment a 1,30 cm aproximadament, i el tipus de lletra és Times New Roman 12 i justificat centrat.



Figura 216. Vitrina parietal del paleolític superior.



#### Sala 4. El món ibèric

La Sala número 4 del MAC- Girona abasta 55 m<sup>2</sup> i la seva forma és totalment quadrada, sense esglaons i en forma de cul de sac (s'entra i es surt per la mateixa porta sense marcar cap recorregut específic). Té un total de 9 vitrines, 241 peces exposades i 7 plafons amb textos.

La sala no disposa de música ambient ni d'àudios. La seva il·luminació és bàsicament artificial, tot i que també disposa de la llum natural que entra a través d'una petita finestra. La sala té una lluminositat aproximada de 370 lux. No obstant, en espais concrets, però, la il·luminació marca punts màxims com els 520 lux de la vitrina exempta de l'ara.<sup>90</sup>

Pel que fa a la temperatura, la sala 4 del museu no té ni aire condicionat ni calefacció. Per aquest motiu, a l'estiu hi fa molta calor i a l'hivern hi fa molt fred. La temperatura mitjana de la sala a l'estiu és de 28°C amb 48% d'humitat i de 16°C a l'hivern amb 51,5% d'humitat<sup>91</sup>.

En aquesta sala hi trobem dues cadires per seure. És la única sala del museu que en té. Cal destacar també, el color de les parets. A tota la sala, el color predominant és el blanc, contrarestant amb el color terrós de les rajoles del terra. L'altre color que destaca en aquesta sala, a l'igual que a la resta, és el marró de la fusta que emmarca les vitrines de vidre i les finestres. Les peanyes de sustentació de les vitrines són de metacrilat marró i peus metal·litzats.

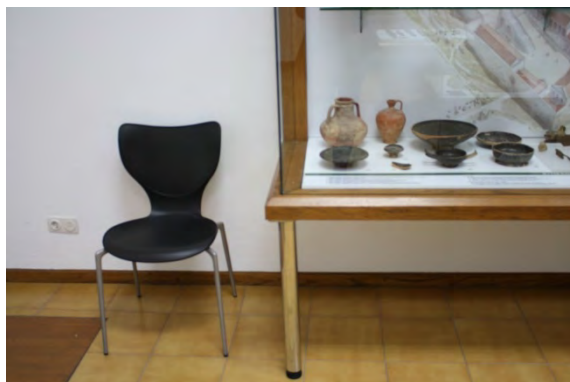


Figura 217. Una de les dues cadires per seure.

<sup>90</sup> Dades obtingudes a través d'un luxímetre el dia 2 de setembre de 2010.

<sup>91</sup> Dades obtingudes amb un datalogger el 17 d'agost del 2010 i el 24 de febrer de 2011

Les peces exposades a l'interior de les vitrines no disposen d'una cartel·la individual. Cada una va identificada amb un número de color negre sobre fons transparent, la informació de la qual, es troba en una cartel·la general amb la descripció tècnica, escrita en català. Els textos explicatius referent al context històric i a la sala en general, estan repartits per l'espai seguint la mateixa tipologia en quant a presentació. Tots ells són plafons amb la combinació de text i dibuix, i sense il·luminació artificial directa.

El visitant sap a quina sala del museu es troba perquè just al sostre de l'entrada, hi troba una banderola de color verd fosc amb lletres grogues que li indica que entra a l'àmbit del museu dedicat a la cultura ibèrica. Aquesta banderola és de forma allargada i fa aproximadament 2 x 0,80 m. El text està escrit en català, castellà i anglès, tipus de lletra Times New Roman cursiva i de 16 cm de grandària. Ni al llarg de la sala ni al terra, no es troba cap més element de senyalització que indiqui si el recorregut seleccionat és el correcte.

En el cas de la sala 4, la banderola de color verd es troba a l'exterior de la sala, juntament amb un parell de vitrines. Per tant, el museu sobreentén que el visitant sabrà que les peces exposades a la sala 4, també corresponen a la cultura iber.



Figura 218. Banderola de senyalització i accés a la sala.



Figura 219. Vista general sala 4.

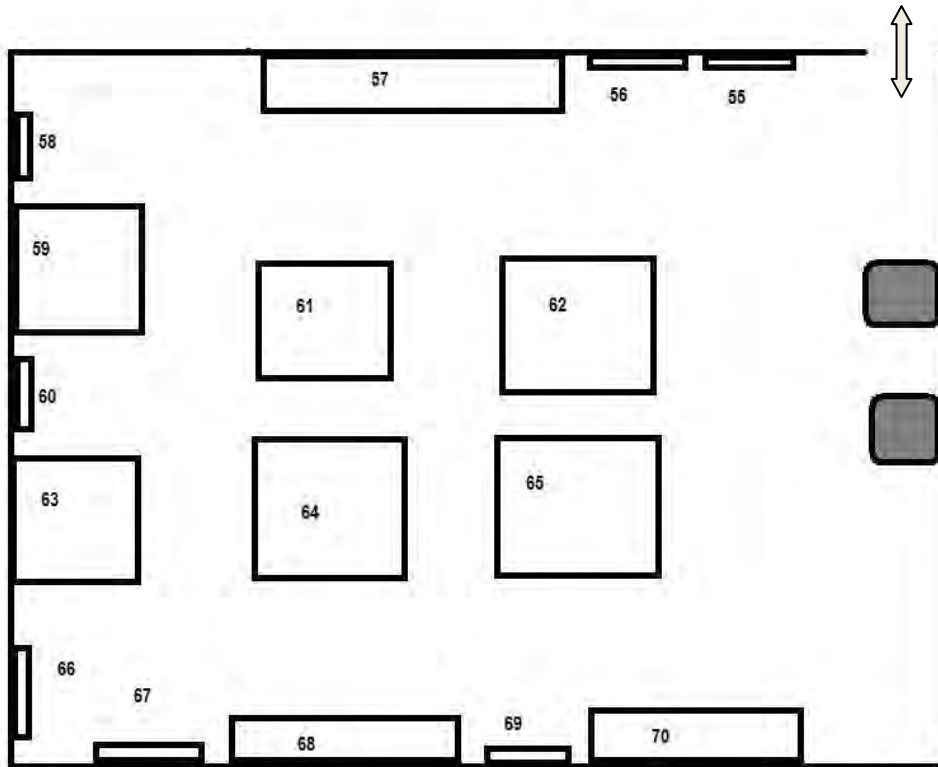


Figura 230. Croquis de la sala 4.

## Unitats d'Atenció:

### Núm. 55: plafó de l'artesanat i la vida quotidiana.

Plafó de 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1,14 m respecte el terra i titulat: "Artesanat i vida quotidiana" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 50 x 15 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (33 paraules) i Times New Roman 30 (165 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,4 m respecte el terra.

Combinació de text i dibuix. Espai destinat al dibuix: 45 x 50 cm. Alçada d'1,6 m respecte el terra. El dibuix, una aquarel·la a color, representa una escena de l'època amb dues dones teixint.



Figura 231. Plafó de l'artesanat i la vida quotidiana.

### Núm. 56: plafó de l'arribada dels romans.

Plafó de 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1,14 m respecte el terra i titulat: "L'arribada dels romans" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 50 x 15 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (43 paraules) i Times New Roman 30 (171 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,4 m respecte el terra.

Combinació de text i dibuix. Espai destinat al dibuix: 45 x 50 cm. Alçada d'1,6 m respecte el terra. El dibuix, una aquarel·la a color, representa un legionari romà i un mapa de les comarques gironines.



Figura 232. Plafó de l'arribada dels romans.

#### **Núm. 57: vitrina parietal de la romanització.**

Vitrina amb 36 peces, la majoria de les quals, són ceràmiques. Dimensions de la vitrina: 200 x 120 x 70 cm, situada al damunt d'unes barres metàl·liques de 75cm. La vitrina es troba dividida per la meitat per un prestatge de vidre on s'hi col·loquen les peces. Al fons de la vitrina hi ha un gran dibuix fet amb aquarel·la en què representa la ciutat de Gerunda. Dimensions del dibuix: 200 x 120 cm.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color verd fosc. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.

Dins la vitrina, en destaca una cartel·la amb el fons verd fosc i les lletres blanques. Aquesta cartel·la serveix per destacar una de les peces i aportar-ne més informació tècnica. La cartel·la fa 10 x 15 cm, està disposada verticalment a 1,30 cm aproximadament, i el tipus de lletra és Times New Roman 12 i justificat centrat.



Figura 233. Vitrina parietal de la romanització.

#### **Núm. 58: plafó de la religió.**

Plafó de 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1,14 m respecte el terra i titulat: "La religió" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 50 x 15 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (34 paraules) i Times New Roman 30 (164 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,4 m respecte el terra.

Combinació de text i fotografia. Espai destinat a la fotografia: 42 x 52 cm. Alçada d'1,6 m respecte el terra. La imatge de la fotografia és un fragment d'un calat amb representació de Triptòlem i Dèmeter. En aquesta fotografia destaca el color blau del fons.



Figura 234. Plafó de la religió.

#### Núm. 59: vitrina parietal de la religió.

318

Vitrina amb 27 peces exposades. La majoria són peces de ceràmica representant la imatge dels déus ibers. Dimensions de la vitrina: 97 x 97 x 50 cm, situada al damunt d'una peanya de metacrilat a una alçada de 75 cm.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color verd fosc. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.

Dins la vitrina, en destaquen dues cartel·les amb el fons verd i les lletres blanques. Aquestes cartel·les serveixen per destacar una de les peces i aportar-ne més informació tècnica. Les cartel·les fan 10 x 15 cm, estan disposades horitzontalment a 0,75 cm, i el tipus de lletra és Times New Roman 12 i justificat centrat.



Figura 235. Vitrina parietal de la religió.

**Núm. 60: plafó de la societat, l'armament i la llengua.**

Plafó 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1,14 m respecte el terra i titulat: “La societat, l'armament i la llengua” (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 20 x 35 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (58 paraules) i Times New Roman 30 (153 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,4 m respecte el terra.

Combinació de text i dibuix. Espai destinat al dibuix: 45 x 50 cm. Alçada d'1,6 m respecte el terra. El dibuix, una aquarel·la a color, representa el mapa de la península amb les tribus ibèriques i unes esteles amb inscripcions.





Figura 236. Plafó de la societat, l'armament i la llengua.

**Núm. 61: vitrina exempta amb ara.**

Vitrina amb una sola peça de marbre. La forma és una base de columna amb un acabament amb dos volutes. Dimensions de la vitrina: 70 x 700 x 70 cm, situada al damunt d'una peanya de metacrilat a una alçada de 70 cm.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 10 x 15 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre fons de color verd fosc i el text amb tipus de lletra Times New Roman 12 i justificat centrat.



Figura 237. Vitrina exempta amb ara.

**Núm. 62: vitrina exempta de la vida quotidiana.**

Vitrina amb 44 peces de diferents materials, on en destaquen els collarets i les arracades. A l'interior de la vitrina hi ha una petita peanya circular, de 12 cm d'alçada i del mateix color blanc del fons de la vitrina, que serveix per destacar algunes de les peces exposades. Al seu damunt hi trobem alguns collarets, una peça davantera i penjoll de cinturó. Dimensions de la vitrina: 100 x 100 x 50 cm, situada al damunt d'una peanya de metacrilat a una alçada de 80 cm.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color verd. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.

Dins la vitrina, en destaca una cartel·la amb el fons verd fosc i les lletres blanques. Aquesta cartel·la serveix per destacar una de les peces i aportar-ne més informació tècnica. La cartel·la fa 10 x 15 cm, està disposada horitzontalment a 0,95 m aproximadament, i el tipus de lletra és Times New Roman 12 i justificat centrat.



Figura 238. Vitrina exempta de la vida quotidiana.

### Núm. 63: vitrina parietal de la llengua i l'escriptura.

Vitrina amb 19 peces exposades. La majoria són peces de ceràmica amb inscripcions i monedes de petites dimensions. Dimensions de la vitrina: 97 x 97 x 50 cm, situada al damunt d'una peanya de metacrilat a una alçada de 75 cm.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color verd fosc. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.

Dins la vitrina, en destaquen dues cartel·les amb el fons verd i les lletres blanques. Aquestes cartel·les serveixen per destacar una de les peces i aportar-ne més informació tècnica. Les

cartel·les fan 10 x 15 cm, estan disposades horitzontalment a 0,75 cm, i el tipus de lletra és Times New Roman 12 i justificat centrat.



Figura 239. Vitrina parietal de la llengua i l'escriptura.

#### Núm. 64: vitrina exempta de l'armament.

Vitrina amb 10 peces metàl·liques que corresponen a armes ibèriques. Dimensions de la vitrina: 100 x 100 x 50 cm, situada al damunt d'una peanya de metacrilat a una alçada de 80 cm.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color verd. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.

Dins la vitrina, en destaca una cartel·la amb el fons verd fosc i les lletres blanques. Aquesta cartel·la serveix per destacar una de les peces i aportar-ne més informació tècnica. La cartel·la fa 10 x 15 cm, està disposada horitzontalment a 0,80 m aproximadament, i el tipus de lletra és Times New Roman 12 i justificat centrat.



Figura 240. Vitrina exempta de l'armament.

**Núm. 65: vitrina exempta de l'artesanat.**

Vitrina amb 26 peces metàl·liques relacionades amb el treball de l'agricultura, fusaioles per teixir i estris de pesca. Dimensions de la vitrina: 100 x 100 x 50 cm, situada al damunt d'una peanya de metacrilat a una alçada de 80 cm.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color verd. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.

Dins la vitrina, en destaca una cartel·la amb el fons verd fosc i les lletres blanques. Aquesta cartel·la serveix per destacar una de les peces i aportar-ne més informació tècnica. La cartel·la fa 10 x 15 cm, està disposada horitzontalment a 0,80 m aproximadament, i el tipus de lletra és Times New Roman 12 i justificat centrat.



Figura 241. Vitrina exempta de l'artesanat.

### Núm. 66: plafó de la l'economia, el comerç i la moneda.

Plafó de 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1,14 m respecte el terra i titulat: "Economia, comerç i moneda" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 25 x 25 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (40 paraules) i Times New Roman 30 (144 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,4 m respecte el terra.

Combinació de text i dibuix. Espai destinat al dibuix: 45 x 50 cm. Alçada d'1,6 m respecte el terra. El dibuix consisteix amb la representació d'un mapa de les zones properes al mar mediterrani, a dues tintes, i la imatge de dues monedes.

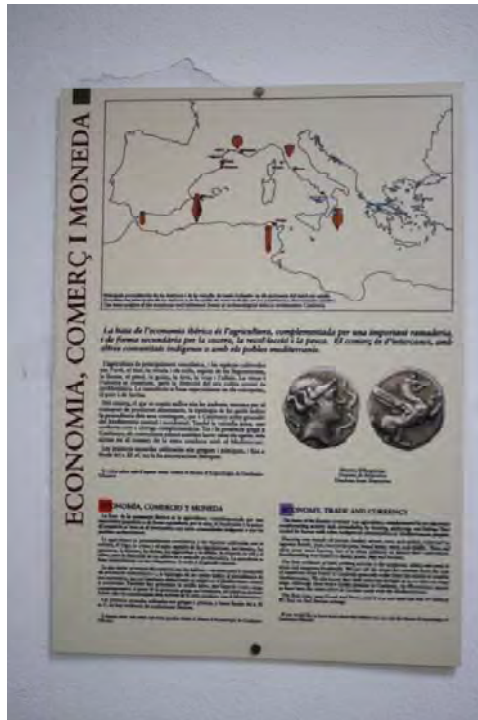


Figura 242. Plafó de l'economia, el comerç i la moneda.

**Núm. 67: plafó dels tallers ceràmics.**

Plafó de 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1,14 m respecte el terra i titulat: "Els tallers ceràmics" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 25 x 26 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (45 paraules) i Times New Roman 30 (142 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,4 m respecte el terra.

Combinació de text i dibuix. Espai destinat al dibuix: 45 x 50 cm. Alçada d'1,6 m respecte el terra. El dibuix consisteix amb la representació del procés d'elaboració d'una peça ceràmica mitjançant un torn i a mà.



Figura 243. Plafó dels tallers ceràmics.

**Núm. 68: vitrina parietal dels tallers ceràmics.**

Vitrina amb 26 peces, la majoria de les quals, són objectes ceràmics. Dimensions de la vitrina: 200 x 120 x 70 cm, situada al damunt d'unes barres metàl·liques de 75cm. La vitrina es troba dividida per la meitat per un prestatge de vidre on s'hi col·loquen les peces. Al fons de la vitrina hi ha un gran dibuix fet amb aquarel·la en què representa una casa ibèrica amb el seu forn ceràmic. Dimensions del dibuix: 200 x 120 cm.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color verd fosc. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.

Dins la vitrina, en destaca una cartel·la amb el fons verd fosc i les lletres blanques. Aquesta cartel·la serveix per destacar una de les peces i aportar-ne més informació tècnica. La cartel·la fa 10 x 15 cm, està disposada horitzontalment a 0,80 cm i el tipus de lletra és Times New Roman 12 i justificat centrat.





Figura 244. Vitrina parietal dels tallers ceràmics.

**Núm. 69: plafó del camp a la taula.**

Plafó de 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1,14 m respecte el terra i titulat: "Del camp a la taula" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 15 x 50 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (49 paraules) i Times New Roman 30 (245 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,4 m respecte el terra.

Combinació de text i dibuix. Espai destinat al dibuix: 45 x 50 cm. Alçada d'1,6 m respecte el terra. El dibuix consisteix amb la representació, a color, de l'ús de les sitges mitjançant quatre vinyetes. També l'acompanya un mapa de les comarques gironines.

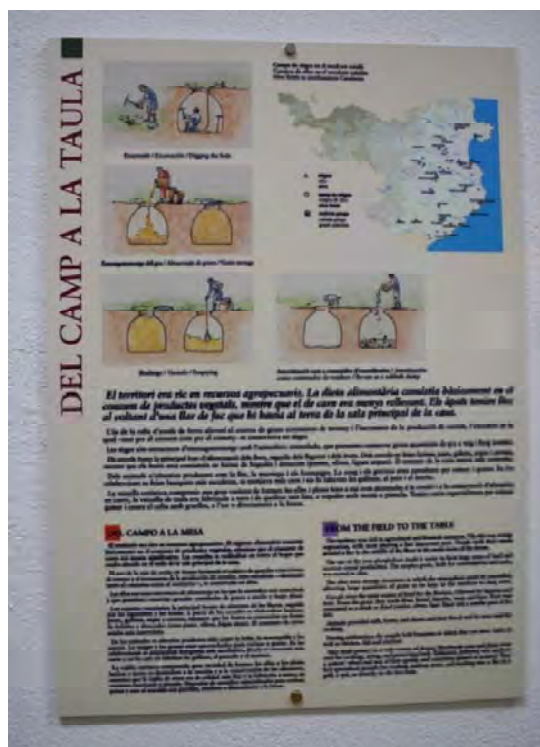


Figura 245. Plafó del camp a la taula.

**Núm. 70: vitrina parietal del camp a la taula.**

Vitrina amb 25 peces, la majoria de les quals, són objectes ceràmics de grans dimensions. Dimensions de la vitrina: 200 x 120 x 70 cm, situada al damunt d'unes barres metàl·liques de 75cm. La vitrina es troba dividida per la meitat per un prestatge de vidre on s'hi col·loquen les peces. Al fons de la vitrina hi ha un gran dibuix fet amb aquarel·la en què representa una família a punt de realitzar un àpat. Dimensions del dibuix: 200 x 120 cm.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color verd fosc. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.

Dins la vitrina, en destaquen tres cartel·les amb el fons verd i les lletres blanques. Aquestes cartel·les serveixen per destacar una de les peces i aportar-ne més informació tècnica. Les cartel·les fan 10 x 15 cm, i estan disposades, dues horitzontalment a 0,75 cm, i l'altre, verticalment a 1,30 m. El tipus de lletra és Times New Roman 12 i justificat centrat.



Figura 246. Vitrina parietal del camp a la taula.

## Sala 5. La romanització

La Sala número 5 del MAC- Girona fa 43 m<sup>2</sup> i la seva forma és allargassada i sense esglaons. Té un total de 6 vitrines, 207 peces exposades, i 6 plafons amb textos.

La sala no disposa de música ambient ni d'àudios. La seva il·luminació és bàsicament artificial, tot i que també disposa de la llum natural que entra a través de 2 finestres. La sala té una lluminositat aproximada de 450 lux, tot i que varia molt depenent de l'hora del dia i de l'estació de l'any<sup>92</sup>.

Pel que fa a la temperatura, la sala 5 del museu no té ni aire condicionat ni calefacció. Per aquest motiu, a l'estiu hi fa molta calor, i a l'hivern, hi fa molt fred. La temperatura mitjana de la sala a l'estiu és de 28°C amb 48% d'humitat i de 13°C a l'hivern amb 63% d'humitat<sup>93</sup>.

A cap espai de la sala hi trobem cadires per seure. Cal destacar també, el color de les parets. A tota la sala, el color predominant és el blanc, contrarestant amb el color terrós de les rajoles del terra. L'altre color que destaca en aquesta sala és el marró de la fusta que emmarca les vitrines de vidre i les finestres. Les peanyes de sustentació de les vitrines són de metacrilat marró i peus metal·litzats.

Les peces exposades a l'interior de les vitrines no disposen d'una cartel·la individual. Cada una va identificada amb un número de color negre sobre fons transparent, la informació de la qual, es troba en una cartel·la general amb la descripció tècnica, escrita en català. Els textos explicatius referent al context històric i a la sala en general, estan repartits per l'espai seguint la mateixa tipologia en quant a presentació. Tots ells són plafons amb la combinació de text i dibuix, i sense il·luminació artificial directe.

El visitant sap a quina sala del museu es troba perquè just al sostre de l'entrada, hi troba una banderola de color morat amb lletres grogues que li indica que entra a l'àmbit del museu dedicat a la romanització. Aquesta banderola és de forma allargada i amida 2 x 0,80 m. El text està escrit en català, castellà i anglès, tipus de lletra Times New Roman cursiva i de 16 cm de grandària. Ni al llarg de la sala ni al terra, no es troba cap més element de senyalització que t'indiqui si el recorregut seleccionat és el correcte. Et pots guiar si coneixes a priori l'evolució cronològica dels períodes de la història, o si ho has mirat prèviament en el plafó de benvinguda.

---

<sup>92</sup> Dades obtingudes a través d'un luxímetre el dia 2 de setembre de 2010.

<sup>93</sup> Dades obtingudes el 17 d'agost del 2010 i el



Figura 247. Banderola de senyalització de la sala.



Figura 248. Vista general sala 5.

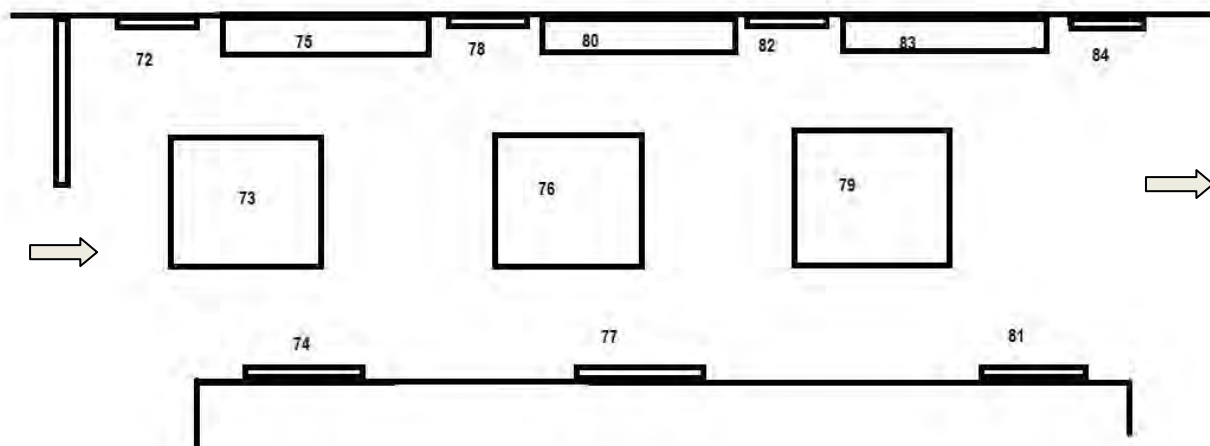


Figura 249. Croquis de la sala 5.

#### Unitats d'Atenció:

##### Núm. 72: plafó de l'època romana.

Plafó de 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1,16 m respecte el terra i titulat: "Època romana" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 60 x 20 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (46 paraules) i Times New Roman 30 (193 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,4 m respecte el terra.

Combinació de text i dibuix. Espai destinat al dibuix: 45 x 50 cm. Alçada d'1,6 m respecte el terra. El dibuix consisteix amb un mapa de les comarques gironines i la imatge d'una olpa de vidre.



Figura 250. Plafó de l'època romana.

**Núm. 73: vitrina exempta del món urbà: la ciutat.**

Vitrina amb 32 peces de diferents materials. En destaca una peça de marbre amb forma de peu, una llàntia de ceràmica i recipients de vidre. Dimensions de la vitrina: 100 x 100 x 50 cm, situada al damunt d'una peanya de metacrilat a una alçada de 80 cm.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color rosat. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.

Dins la vitrina, en destaca una cartel·la amb el fons rosat i les lletres blanques. Aquesta cartel·la serveix per destacar una de les peces i aportar-ne més informació tècnica. La cartel·la fa 10 x 15 cm, està disposada horitzontalment a 0,80 m aproximadament, i el tipus de lletra és Times New Roman 12 i justificat centrat.



Figura 251. Vitrina exempta del món urbà: la ciutat.

**Núm. 74: plafó: "El món urbà: la ciutat".**

Plafó de 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1 metre respecte el terra i titulat: "El món urbà: la ciutat" (títol dispost verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 50 x 15 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (61 paraules) i Times New Roman 30 (158 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,4 m respecte el terra.

Combinació de text i dibuix. Espai destinat al dibuix: 45 x 50 cm. Alçada d'1,6 m respecte el terra. El dibuix és una aquarel·la que representa la restitució hipotètica de com devia ser un carrer de la ciutat de *Gerunda*.





Figura 252. Plafó del món urbà: la ciutat.

#### **Núm. 75: vitrina parietal del món rural: les vil·les.**

Vitrina amb 40 peces, la majoria de les quals, són objectes ceràmics i metàl·lics. Entre les peces en destaca una cantimplora i un gran plat de ceràmica. Dimensions de la vitrina: 200 x 120 x 70 cm, situada al damunt d'unes barres metàl·liques de 75cm. La vitrina es troba dividida per la meitat per un prestatge de vidre on s'hi col·loquen les peces. Al fons de la vitrina hi ha un gran dibuix fet amb aquarel·la en què representa una domus romana. Dimensions del dibuix: 200 x 120 cm.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color rosat. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.

Dins la vitrina, en destaca una cartel·la amb el fons rosat i les lletres blanques. Aquesta cartel·la serveix per destacar una de les peces i aportar-ne més informació tècnica. La cartel·la fa 10 x 15 cm, està disposada horitzontalment a 0,80 m aproximadament, i el tipus de lletra és Times New Roman 12 i justificat centrat.



Figura 253. Vitrina parietal del món rural: les vil·les.

**Núm. 76: vitrina exempta de la societat romana: vida social i vida domèstica.**

Vitrina amb 35 peces de diferents materials i objectes tant curiosos com unes nines, el suport per un mirall de mà, i unes llànties metàl·liques amb forma de peu. A l'interior de la vitrina hi ha una petita peanya circular, de 12 cm d'alçada i del mateix color blanc del fons de la vitrina, que serveix per destacar algunes de les peces exposades. Al seu damunt hi trobem alguns collarets (un de colors variats) i arracades. Dimensions de la vitrina: 100 x 100 x 50 cm, situada al damunt d'una peanya de metacrilat a una alçada de 80 cm.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color rosat. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.

Dins la vitrina, en destaca una cartel·la amb el fons rosat i les lletres blanques. Aquesta cartel·la serveix per destacar una de les peces i aportar-ne més informació tècnica. La cartel·la fa 10 x 15 cm, està disposada horitzontalment a 0,80 m aproximadament, i el tipus de lletra és Times New Roman 12 i justificat centrat.



Figura 254. Vitrina exempta de la societat romana: vida social i vida domèstica.

**Núm. 77: plafó: "La societat romana: vida social i vida domèstica".**

Plafó de 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1 metre respecte el terra i titulat: "La societat romana: vida social i vida domèstica" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 50 x 15 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (51 paraules) i Times New Roman 30 (190 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,4 m respecte el terra.

Combinació de text i dibuix. Espai destinat al dibuix: 35 x 40 cm. Alçada d'1,6 m respecte el terra. El dibuix és una aquarel·la que restitueix l'interior d'una domus amb 3 personatges representant una escena quotidiana.



Figura 255. Plafó "La societat romana: vida social i vida domèstica".

**Núm. 78: plafó: "El món rural, les vil·les".**

Plafó de 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1,16 m respecte el terra i titulat: "El món rural: les vil·les" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 20 x 35 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (20 paraules) i Times New Roman 30 (218 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,6 m respecte el terra.

Combinació de text i dibuix. Espai destinat al dibuix: 55 x 30 cm. Alçada d'1,45 m respecte el terra. El dibuix és una aquarel·la que restitueix hipotèticament una vil·la.



Figura 256. Plafó del món rural, les vil·les.

**Núm. 79: vitrina exempta de la tardoantiguitat.**

Vitrina amb 18 peces de diferents materials. Un objecte exposat és una balança. Dos dels objectes de la vitrina són destacats per una peanya quadrangular, de 12 i 10 cm d'alçada i del mateix color blanc del fons de la vitrina, que serveix per destacar: un ponderal de bronze i un plat amb peu trepanat, respectivament.

Dimensions de la vitrina: 100 x 100 x 50 cm, situada al damunt d'una peanya de metacrilat a una alçada de 80 cm.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color rosat. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.

Dins la vitrina, en destaquen dues cartel·les amb el fons rosat i les lletres blanques. Aquestes cartel·les serveixen per destacar una de les peces i aportar-ne més informació tècnica. Les cartel·les fan 10 x 15 cm i estan disposades horitzontalment a 0,80 cm. El tipus de lletra és Times New Roman 12 i justificat centrat.



Figura 257. Vitrina exempta de la tardoantiguitat.

#### **Núm. 80: vitrina parietal del món laboral: l'economia i el comerç.**

Vitrina amb 42 peces, la majoria de les quals, són objectes ceràmics i de vidre. Dimensions de la vitrina: 200 x 120 x 70 cm, situada al damunt d'unes barres metàl·liques de 75cm. La vitrina es troba dividida per la meitat per un prestatge de vidre on s'hi col·loquen les peces. Al fons de la vitrina hi ha un gran dibuix fet amb aquarel·la en què representa una vaixell romà amb les mercaderies. Dimensions del dibuix: 200 x 120 cm.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color rosat. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.

Dins la vitrina, en destaquen dues cartel·les amb el fons rosat i les lletres blanques. Aquestes cartel·les serveixen per destacar una de les peces i aportar-ne més informació tècnica. Les cartel·les fan 10 x 15 cm, estan disposades, una horitzontalment a 0,80 cm, i l'altre verticalment a 1,30 m. El tipus de lletra és Times New Roman 12 i justificat centrat.



Figura 258. Vitrina parietal del món laboral: l'economia i el comerç.

**Núm. 81: plafó de la tardoantiguitat.**

Plafó de 60 x 85 cm, situat a una alçada d'1 metre respecte el terra i titulat: "La tardoantiguitat" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

342

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 18 x 60 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (70 paraules) i Times New Roman 30 (167 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,40 m respecte el terra.

Combinació de text i dibuix. Espai destinat al dibuix: 60 x 40 cm. Alçada d'1,60 m respecte el terra. El dibuix és un mapa que representa les comarques gironines i una fotografia d'un ponderal de bronze de forma circular.



Figura 259. Plafó de la tarodoantiguitat.

**Núm. 82: plafó del món laboral: l'economia i el comerç.**

Plafó de 60 x 85 cm i titulat: "El món laboral: l'economia i el comerç" (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 15 x 50 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (39 paraules) i Times New Roman 30 (216 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d'1,40 m respecte el terra.

Combinació de text i dibuix. Espai destinat al dibuix: 48 x 40 cm. Alçada d'1,60 m respecte el terra. El dibuix és una restitució d'un magatzem amb dolia d'una vil·la romana.





Figura 260. Plafó del món laboral: l'economia i el comerç.

**Núm. 83: vitrina parietal del món de les creences i els rituals: religió, funerari i cristianisme.**

Vitrina amb 40 peces, la majoria de les quals, són objectes ceràmics. També hi trobem una arqueta, i unes plaques metàl·liques. Dimensions de la vitrina: 200 x 120 x 70 cm, situada al damunt d'unes barres metàl·liques de 75 cm. La vitrina es troba dividida per la meitat per un prestatge de vidre on s'hi col·loquen les peces. Al fons de la vitrina hi ha un gran dibuix fet amb aquarel·la en què representa el sacrifici d'un animal al damunt d'un altar. Dimensions del dibuix: 200 x 120 cm.

La cartel·la es troba a l'interior de la vitrina situada de forma horitzontal. Les dimensions de la cartel·la són 90 x 13 cm. En destaca el títol amb lletres blanques sobre franja de color rosat. Tipus de lletra Times New Roman 120 i títol justificat centrat. Cada número de peça amb la seva nomenclatura està escrit amb Times New Roman 18, combinant la cursiva i lletra de color negre sobre fons de color blanc.

Dins la vitrina, en destaquen quatre cartel·les amb el fons rosat i les lletres blanques. Aquestes cartel·les serveixen per destacar una de les peces i aportar-ne més informació tècnica. Les cartel·les fan 10 x 15 cm, estan disposades, tres horitzontalment a 0,80 cm, i la quarta verticalment a 1,30 m. El tipus de lletra és Times New Roman 12 i justificat centrat.



Figura 261. Vitrina parietal del món de les creences i els rituals: religiós, funerari i cristianisme.

**Núm. 84: plafó del món de les creences i els rituals: religiós, funerari i cristianisme.**

Plafó de 60 x 85 cm i titulat: “El món de les creences i els rituals: religiós, funerari i cristianisme” (títol disposat verticalment a la banda esquerra del plafó i amb lletres de color grana Times New Roman 110).

El text explicatiu del plafó està en lletra estàtica amb fons crema i lletres negres. Espai destinat al text: 16 x 48 cm. El text està compost per unes línies a mode de resum i per un fragment explicatiu amb més contingut. Tipus de lletra Times New Roman 34, negreta i cursiva pel títol (37 paraules) i Times New Roman 30 (227 paraules) pel text. Text escrit en català, castellà i anglès. Alçada d’1,40 m respecte el terra.

Combinació de text i dibuix. Espai destinat al dibuix: 35 x 40 cm. Alçada d’1,60 m respecte el terra. El dibuix és una restitució hipotètica d’un espai de culte domèstic a la vil·la de Vilauba.



Figura 262. Plafó del món de les creences i els rituals: religió, funerari i cristianisme.

## 5.2.5. El Museu del Cinema

346

### 5.2.5.1. La institució

El Museu del Cinema està gestionat a través d'una fundació. La Fundació Museu del Cinema– Col·lecció Tomàs Mallol va ser constituïda el 22 d'abril de l'any 1994 com a fundació privada de caràcter cultural dins el Registre de fundacions de la Generalitat de Catalunya.

Com és preceptiu en les fundacions, aquesta també està regida per un patronat. Els membres que el formen són: diferents representants polítics de l'Ajuntament de Girona, el col·leccionista Tomàs Mallol i la seva família.

La Missió del Museu del Cinema és el *"foment, la difusió, l'ensenyament i la investigació de l'art i la tècnica del cinema i de la representació de les imatges al llarg del temps, a través de la conservació, documentació, estudi, divulgació i exposició permanent de la col·lecció Tomàs Mallol i d'altres objectes cinematogràfics que en el futur es vagin adquirint. Aquest objectiu comporta l'organització de tot tipus d'activitats formatives, divulgatives o de recerca que*

*responguin a la finalitat abans esmentada*” (Laporte, Casadesús i Tolosana, 1997, 34). La missió del museu comporta un objectiu bàsic: atreure el màxim nombre d’usuaris i visitants tant al museu com a les seves activitats, i aconseguir que els que ja l’han visitat hi tornin (Laporte, Casadesús i Tolosana, 1997, 35).

### **5.2.5.2. La col·lecció**

El Museu del Cinema compta amb un fons d’objectes de cinema i precinema que s’emmarca en el període comprès entre mitjans del segle XVII i el 1970, tot i que el gruix de la col·lecció es pot datar entre la segona meitat del segle XVIII i el primer terç del segle XX.

El museu està constituït eminentment a partir de la col·lecció de Tomàs Mallol, composta aproximadament per 20.000 unitats de les quals es troben exposades unes 1.200. Aquesta extensa i única col·lecció, adquirida per l’ajuntament de Girona el 1994, consta de 8.000 objectes, aparells i accessoris precinematogràfics i del cinema dels primers temps, prop de 10.000 documents amb imatges fixes com fotografies, cartells, gravats, dibuixos i pintures, 800 films de tot tipus i una biblioteca amb més de 700 llibres i revistes<sup>94</sup>. Actualment, el museu segueix augmentant la seva col·lecció a partir de donacions de particulars i d’adquisicions esporàdiques<sup>95</sup>.

### **5.2.5.3. L’edifici**

L’edifici del museu es troba en ple centre urbà de la ciutat de Girona, en el barri anomenat El Mercadal, el qual destaca per la seva activitat comercial, de restauració i residencial. Davant del Museu hi ha dos grans espais públics: la Plaça de Santa Susanna i la Plaça de la Constitució.

Els orígens d’aquesta construcció s’han d’anar a buscar en l’anomenada “Casa de les Aigües” del barri del Mercadal. La història d’aquest edifici es remunta a l’any 1897 quan Alfons Llena, propietari de l’empresa subministradora de l’aigua de Girona, va comprar un edifici del carrer Perill. Arrel d’aquest fet, aquest edifici es va convertir en la central receptora de les aigües procedents del rec Monar i del manantial de “La Gerundense”, situat allà mateix (Nadal, 1992).

---

<sup>94</sup> [www.museudelcinema.org](http://www.museudelcinema.org) (data de consulta: 20-7-10)

<sup>95</sup> Informació facilitada per Montserrat Puigdevall, tècnica del Museu del Cinema-Col·lecció Tomàs Mallol.

L'any 1898 es va fer la torre que encara avui constitueix una imatge característica del barri gironí del Mercadal

Després d'anys d'inutilitat, es reformà totalment l'interior de la "Casa de les Aigües" per a encabir-hi el Museu del Cinema l'any 1998 (Birulés, 2008, 85). De l'estructura original només en queda la façana i la torre (Museu del Cinema, 2009a).

L'edifici compta amb dues façanes (la del carrer Sèquia i la del carrer Perill) remodelades i adaptades a les necessitats comunicatives del continent. Aquesta museïtzació de l'espai exterior del museu consisteix en tapiar gairebé totes les finestres del Museu amb imatges al·lusives a peces de l'exposició permanent que s'il·luminen de nit. També destaca a la façana, la il·luminació d'una gran lletra A situada a la cornisa de la teulada del Museu per la seva façana del carrer Sèquia, que correspon a un poema visual de Joan Brossa (Museu del Cinema, 2008).

#### **5.2.5.4. Distribució dels espais públics**

La superfície construïda del museu és de 3.027 m<sup>2</sup> i la útil de 2.500 m<sup>2</sup> aproximadament. Les diferents dependències i espais expositius estan distribuïts al voltant de quatre pisos comunicats per ascensors i escales. Ordenats de forma ascendent hi trobem:

A la planta baixa del museu hi ha el vestíbul-recepció i taquilla del museu, la botiga i guarda-roba, la sala d'exposicions temporals, els lavabos (sense canviadors per nens), un audiovisual, el vestíbul dels ascensors i l'escala principal d'accés a les plantes superiors.

A la primera planta hi trobem el taller pedagògic, el darrer àmbit de l'exposició permanent, l'Institut d'Estudis del Museu del Cinema (biblioteca), els despatxos dels tècnics i del director del museu, la sala d'audiovisuals i l'escala principal d'accés a les plantes superiors i inferiors del museu.

La segona planta està destinada totalment a la ubicació de l'exposició permanent i hi ha també l'escala principal d'accés a plantes superiors i inferiors

Finalment a la tercera planta hi trobem l'inici del recorregut de l'exposició permanent i l'escala principal d'accés a la planta superior o terrat i a les inferiors.

### 5.2.5.5. El museu

Ja des de la seva creació, el museu ha seguit una línia expositiva molt pedagògica. Combina al llarg del recorregut, una museografia pedagògica amb rerefons científic, combinada amb una presentació lúdica dels objectes (Laporte, Casadesús i Tolosana, 1997, 37). Per aquest motiu el museu utilitza suports audiovisuals, projeccions de diapositives, vídeos i textos en quatre idiomes (català, castellà, francès i anglès). A més, el mètode expositiu emprat, permet al visitant l'observació directa d'efectes visuals, escenografies i la manipulació de rèpliques d'objectes interactius.

S'inicia el discurs de la col·lecció permanent amb el visionat d'un audiovisual que fa de pròleg de l'exposició permanent. El seu objectiu és introduir al visitant en la història dels intents fets per la humanitat en fascinar els espectadors a través de la projecció d'imatges en moviment.

Després de pujar amb ascensor al tercer pis, el visitant es troba amb el primer àmbit de l'exposició permanent: "Sortint de les ombres".

Només sortir de l'ascensor, i entrar a l'espai "Sortint de les ombres", la foscor de la sala desapareix tènueament per la il·luminació discreta d'un focus, que obliga a mirar les peces de la vitrina que es troben a la banda esquerra de la sala. La música de fons desperta la curiositat pel que es troba darrere una pantalla, hàbilment il·luminada, i que atrau a qualsevol visitant perquè jugui i experimenti amb la seva pròpia ombra. Aquest àmbit, que presenta l'inici dels espectacles fonamentats bàsicament per la llum, la foscor i la pantalla, utilitza tres recursos escènics força diferents. A la banda dreta de la sala, hi ha una quantitat important de vitrines que contenen objectes relacionats amb l'art dels orígens de les ombres xineses. Però el que realment atreu l'atenció d'aquesta sala és la presència d'unes figures d'ombres manipulables pel visitant i un audiovisual de grans dimensions molt senzill i entenedor.

"El domini de la llum": la càmera obscura permet observar, a l'interior d'una habitació sense llum, el reflex dels fenòmens exteriors del món. Aquest és el concepte que pretén explicar el segon àmbit del museu. Emprant literalment una sala a les fosques com a cambra fosca, un forat a la paret de la façana del museu i tres pantalles disposades estratègicament, el visitant pot observar i entendre el funcionament del fenomen de la llum (fonament tècnic de la fotografia i el cinema).

"El domini esdevé joc": aquest espai, petit i una mica apartat del recorregut del visitant, mostra com el mirall, que també permet captar imatges efímeres del món, és capaç de generar

jocs òptics que criden l'atenció de la ciència i l'esoterisme. La forma en què es presenten les peces és a l'interior de vitrines i la sala permet interactuar amb un parell de jocs experimentals.

“L'encanteri d'una làmpada”: per poder presentar l'invent de la llanterna màgica realitzat dos-cents anys abans de l'invent del cinema, el museu ofereix a l'espectador tot un seguit de manipulables, audiovisuals i objectes únics situats a l'interior de les vitrines. En un espai fosc per permetre apreciar els colors de les plaques de llanterna màgica exposades en vitrines, el visitant descobreix a partir de la manipulació de dos reproduccions de llanternes, el funcionament i la diversitat. Per acabar d'entendre els diferents usos de la llanterna màgica com a primer projector d'imatges en forma d'espectacle multitudinari d'entreteniment, l'espai del museu permet gaudir de dos audiovisuals: un amb les fantasmagories i l'altre amb la llanterna com a eina pedagògica.

“Fixant la imatge del món / El món per un forat”: en un espai destinat a l'observació curiosa i quasi xafardera, aquest àmbit permet conèixer com els homes del segle XVII i XVIII, aconseguien eines per calcar les imatges captades per la càmera obscura i així, sense moure's de casa, poder conèixer ciutats i paratges llunyans. Com si fos una persona del segle XVIII, el visitant pot recórrer aquest espai del museu tot mirant pels múltiples forats dels “Mondo Nuovos”. Més que vitrines, el que troben en aquest espai són peces de grans dimensions que només poden ser enteses quan miren per l'únic forat. Al mig de la sala però, hi destaca un diorama circular que atreu les mirades dels visitants pel to eròtic de les seves imatges.

“Fixant la imatge del món / La química substitueix el pintor”: com a conseqüència de l'àmbit anterior, el museu descobreix al visitant com a partir de 1839 l'esforç de la química permet fixar permanentment les imatges captades per la càmera obscura. El naixement de la fotografia es presenta a través d'una pantalla interactiva, panells molt gràfics amb frisos cronològics del període tractat en l'àmbit, un espai de participació i descoberta del funcionament de la càmera fotogràfica (per relacionar els aspectes tècnics de la cambra fosca amb la fotografia) i vitrines amb peces i exemples de càmeres de fotografiar. També en aquest espai es permet mirar per forats, tot i que al no trobar-se en el recorregut habitual del visitant, i presentar-se força dissimulat, costa més que se n'adonin de la possibilitat de tornar a mirar pel forat.

“La imatge pren moviment”: just entrant a la segona planta, la museografia del museu canvia força. L'àmbit denominat “la imatge pren moviment” esdevé pràcticament un espai d'interacció amb les reproduccions fetes dels objectes de les vitrines. Un caleidoscopi gegant recreant espai i visitants a través del joc de miralls, fa que una vitrina passi quasi desapercebuda. Però el que realment atreu l'atenció, és una taula amb quatre peces manipulables que demostren les teories iniciades i desenvolupades per científics com Newton o Faraday. La descoberta i manipulació d'aquests artefactes, fa descobrir al públic un nou espai destinat a l'experimentació. Un Taumàtrop, un fenaquistoscopi, un zootròp, un praxinoscopi i un praxinoscopi teatre gegants, es manipulen per conèixer com a causa de les deficiències de la percepció de l'ull humà, la visualització a gran velocitat d'imatges estàtiques genera una il·lusió de moviment. La disposició d'aquestes reproduccions, així com la il·luminació centrada en ells, fa que els originals exposats en vitrines passin més desapercebuts. Tan sols, la presència de pantalles amb imatges animades intercalades amb les peces de les vitrines desperta curiositat per l'observació de peces originals.

Quasi sense solució de continuïtat, s'entra a l'espai anomenat “Els límits d'una aliança”: durant la segona meitat del segle XIX, científics i industrials construïren nous artefactes de projecció i visualització d'imatges combinant invents anteriors. Aquest petit àmbit consta fonamentalment d'objectes situats a l'interior de les vitrines que el visitant poques vegades hi para atenció. No compta de cap element expositiu diferent.

“La cursa”: amb l'ús d'audiovisuals, objectes únics i panells explicatius, el Museu del Cinema narra com en els vint anys anteriors a l'invent del cinema, científics i inventors d'arreu del món encetaren una cursa cap al descobriment de la projecció d'imatges fotogràfiques en moviment. Tot i que a la banda esquerra de la sala, els panells són poc cridaners per l'ús dels colors blanc i negre, a la banda dreta, la diversitat de colors crea en canvi l'efecte contrari. Pantalles amb imatges amb moviment, pòsters i finalment un Kinetoscopi on el visitant que pot mirar pels forats, descobreix els passos previs al cinematògraf.

“Un moment per a la història”: una sala decorada amb cortines vermelles, cadires de fusta i un cinematògraf simulant una projecció. A la pantalla, imatges en blanc i negre, algunes amb elements un xic còmics. Aquesta és la forma en què el museu pretén fer viatjar al visitant fins el dia 28 de desembre de 1895, quan els germans Lumière presentaren al soterrani del Gran Café de París, la primera projecció pública de pagament amb un aparell de la seva invenció: el cinematògraf. Degut a la força atractiva de l'audiovisual, la vitrina que se situa al seu darrere



amb originals no atrau masses mirades. Cosa que sí fa, en canvi, la pantalla de plasma situada a l'interior que explica amb imatges el funcionament intern del cinematògraf.

“La màgia arriba al cinema”: utilitzant altra vegada un audiovisual i una escenografia adequada a la època, el museu mostra el mag Georges Méliès (1861 – 1938), descobridor de les possibilitats il·lusòries del cinematògraf.

Travessant unes cortines com si es sortís del teatre, s'entra a l'espai del museu anomenat “Les eines del cinema”. A partir de la primera dècada del segle xx, el cinema es revelà com a potent mitjà que permet acostar a l'espectador en el coneixement del món. Les eines, la tècnica, l'art i la indústria cinematogràfica es mostren en aquest àmbit ple d'objectes exposats en vitrines i col·locats sense vitrines tal i com devien anar col·locats a la realitat.

Dirigint-se a una sala en forma de cul de sac i no massa fàcil de trobar pel visitant, es pot trobar un nou espai: “El món en directe”. En aquest àmbit, s'exposen exemples de les primeres televisions. I és que amb l'aparició de la televisió als anys 1920-1930, les imatges reals en moviment poden arribar potencialment a qualsevol llar del món.

Com a espai destinat al cinema actual, el museu compta amb “La fàbrica dels somnis. Col·lecció Maite Mínguez Ricart”. A través d'un acord de col·laboració signat l'any 2002 entre el Museu del Cinema de Girona i la Col·lecció Maite Mínguez Ricart de Barcelona, en aquest àmbit del museu s'exposa de forma semi permanent objectes originals relacionats amb el món del cinema de tots els temps. Són objectes curiosos i mitòmans disposats quasi individualment en vitrines verticals. Acompanyant aquest espai, es compta amb un audiovisual que repassa escenes de pel·lícules que han fet història com *The Seven Year Itch* de Billy Wilder (1955), *Superman* de Ricahrd Donner (1978)...

Ja per acabar aquesta planta, arribem a l'últim àmbit: “Així es fa cinema avui”. Aquest és un espai destinat al repòs i a la contemplació. En una sala independent i a les fosques, un audiovisual mostra el "making of" de com s'ha fet una pel·lícula actual.

La primera planta és la més petita de totes. Només baixar per les escales el visitant es troba amb “El cinema amateur”, l'últim espai de l'exposició permanent que ens mostra el tram final de la història. Al llarg d'un passadís ornamentat, a banda i banda, amb vitrines atapeïdes d'objectes, la museografia situa al visitant a principis del segle xx, on les principals empreses especialitzades en la fabricació de càmeres i projectors popularitzen els aparells de cinema de petit format, destinades a un públic no professional.

Al final del passadís, es localitza l'espai destinat al "Cinema infantil / el Cine NIC". Aquí s'ofereix al visitant la possibilitat de conèixer una de les joguines amb més èxit als anys 30 del segle passat. El cine NIC, el primer aparell de projecció d'imatges animades pensat per a ser utilitzat per nens.

Amb vitrines penjades a les parets de la sala amb exemplars de bandes NIC i dues pantalles de plasma amb la representació del moviment dels dibuixos representats en les bandes, aquest apartat de l'àmbit queda un pèl amagat per la disposició de l'espai. En canvi, amb menys il·luminació, destaca la immensa vitrina amb exemplars d'aparells NIC, joguines que diverteixen als infants i els permeten descobrir el misteri de la projecció i l'animació d'imatges. Aquest àmbit, però, no s'acaba aquí. Sovint es posa al descobert l'espai dels tallers amb tot de reproduccions de petit format de joguines òptiques, on lliurement el visitant es pot asseure a les taules i remenar tantes joguines com vol. Finalment, una pantalla animada a l'interior d'una vitrina escassament il·luminada, un moble-vitrina amb dues imatges superposades, i un espai canviant anomenat "Homenatge a..." (on s'exposen fotografies originals d'un determinat personatge cinematogràfic), posen el punt i final a la història del cinema i precinema de la col·lecció Tomàs Mallol.

#### **5.2.5.6. Activitats. El servei educatiu**

El servei educatiu del museu del cinema és un departament amb molt moviment que genera una gran quantitat d'oferta pedagògica a les escoles del territori. Engegat en el moment de la creació del museu, i potenciat al llarg dels anys, les escoles usuàries de les activitats organitzades pel servei educatiu, esdevenen aproximadament el 48% de visitants totals del museu (Museu del cinema, 2007).

El servei educatiu del Museu del Cinema, gestionat al 100% a partir dels tècnics del museu, disposa d'un ampli programa d'activitats dirigides als escolars de totes les edats:

S'ofereixen dues modalitats d'activitats permanents al museu per a l'etapa escolar d'infantil: *teatre d'ombres: el primer cinema*, i una altra anomenada *El conte s'anima: de les ombres al cinema*.

De forma temporal i en dates concretes, també s'ofereixen les següents activitats: *Mostra de cinema d'animació* als cinemes de Girona i el *Taller d'educació i lectura d'imatges* amb un

docent convidat. L'oferta educativa de primària és molt més extensa. Conta amb diverses modalitats d'activitats, entre elles la visita general *El cinema abans del cinema*. La majoria d'elles, s'efectuen a partir de la combinació de visita al museu i de taller: *Teatre d'ombres: el primer cinema*, *El conte s'anima: de les ombres al cinema*, *Cinema mut: fem de Charlot!*, *Llanterna màgica: de la imatge a l'espectacle*, *Trucs i trucatges: la màgia en el cinema dels orígens*, *Posem so a una pel·lícula de dibuixos animats*, *Tallers d'educació i lectura d'imatges*, *Chomón per la mainada i L'escola al cinema*.

Finalment el museu també ofereix la possibilitat de desplaçar-se a l'aula amb una maleta didàctica: *La màgia de l'animació*.

La dinàmica de les activitats d'ESO és molt similar a la de primària però amb continguts adaptats al cicle. Per això també s'ofereix la possibilitat de fer la visita general al museu: *El cinema abans del cinema*, la maleta didàctica de *La màgia de l'animació* i *La imatge d'en Quixot* o diferents modalitats de tallers i visites: *Llanterna màgica: de la imatge a l'espectacle*, *Fotografia*, *A la recerca de la tercera dimensió*, *Tècnica de la imatge*, *Animació per la pau*, *L'art de les il·lusions òptiques*, *Cinema mut: fem de Charlot!*, *Música i Cinema*, *Objectiu Cinema*, *Taller d'educació i lectura d'imatges i Cinema i guerra*.

Pel que fa a les activitats per batxillerat, s'ofereix la visita general al museu: *El cinema abans del cinema*, un cicle de cinema i joves i les següents activitats: *Fotografia*, *Cinema mut: fem de Charlot!*, *A la recerca de la tercera dimensió*, *Tècnica de la imatge*, *Animació per la pau*, *L'art de les il·lusions òptiques*, *Objectiu Cinema*, *Tallers d'educació i lectura d'imatges i Cinema i guerra*.

Per a cicles formatius, a part de la visita general : *El cinema abans del cinema*, també s'ofereixen les següents activitats: *Llanterna màgica: de la imatge a l'espectacle*, *Fotografia*, *Música i cinema*, *Cinema mut: fem de Charlot!*, *Tallers de creació i lectura d'imatges i Cinema i guerra*.

Finalment, el museu també compta amb una oferta específica per al públic d'educació especial. La visita general a les sales del museu desapareix per donar pas a activitats – tallers com: *El conte s'anima: de les ombres al cinema*, *Teatre d'ombres: el primer cinema* *Mostra de cinema d'animació*.

Per a públic familiar, el Museu del Cinema no compta amb una oferta sòlida d'activitats. De forma puntual i per Nadal, el museu organitza tallers per a nens i nenes en context familiar i els caps de setmana de tot l'any, programa el passi de curtsmetratges de *Chomón* i cinema Mut, així com diferents capítols de les Tres Bessones.

La resta d'activitats que ofereix el museu del cinema són adreçades al públic general. Cada dissabte a les 18h i cada diumenge a les 12h, el visitant del museu pot assistir a una visita guiada per les sales. Els mesos de juliol i agost, i durant les Fires i Festes de Sant Narcís (la Festa major de la ciutat de Girona, que va des del 29 d'octubre al 1 de novembre), la visita general a les sales del museu es fa cada dia a les 12 del migdia.

Aquesta mateixa visita, també s'ofereix per a grups d'adults que la vulguin fer fora d'aquest horari, amb prèvia concertació telefònica.

En moments especials de l'any com la setmana Temps de Flors, el mes de juliol, el dia Internacional dels museus, la nit del museus, l'aniversari del museu o altres, el museu organitza diferents activitats que varia o modifica segons l'any.

L'activitat més oferta és una visita teatralitzada a l'interior de les sales del museu, amb una temàtica que es redissenya cada any. A més, el primer diumenge de cada mes, l'entrada al museu és gratuïta.

A diferència dels altres museus del GironaMuseus, el Museu del Cinema no ofereix cap tipus de material orientatiu sobre el recorregut del museu quan el visitant adquireix la seva entrada. Tampoc existeix material didàctic dissenyat pel públic familiar per fer mentre es recorren les sales del museu.

#### **5.2.5.8. Dades de visites**

Segons la memòria de l'any 2008, el Museu del Cinema de Girona va comptabilitzar un total de 71.365 visitants dels quals el 22% eren escolars. Del total de visitants del museu l'any 2008, un 23% varen ser famílies, i només el 4% va ser públic menor de 14 anys (Museu del Cinema, 2008, 62).

La diversitat de procedències geogràfiques dels visitants individuals a l'exposició permanent, mostra un 46% de visitants estrangers de fora l'Estat Espanyol, un 41% de visitants procedents

de Catalunya i un 13% de visitants procedents de la resta d'Espanya (Museu del Cinema, 2008, 66).

L'any 2009, el Museu del Cinema ha rebut un total de 49.956 visitants de l'exposició permanent i uns 15.500 visitants a les exposicions temporals, comptabilitzant doncs, un total de 65.456 visitants l'any 2009<sup>96</sup>, segons les dades oficials que registra el Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya. La nota mitjana que li han atorgat els visitants individuals al global del museu ha estat de 8,75 sobre 10 (Museu del cinema, 2009b, 69), a diferència de l'otorgada l'any 2008, que fou de 8,9 sobre 10 (Museu del Cinema, 2008, 5).

El servei educatiu del museu va comptabilitzar un total de 23.411 usuaris el curs escolar 2007-2008 i de 23.732 el curs escolar 2008-2009 (Museu del Cinema, 2009c, 5). La procedència dels centres d'ensenyament, usuaris del servei educatiu són: de Girona capital el 51%, de la resta de comarques gironines el 14%, de la resta de Catalunya el 29%, d'altres comunitats Autònomes d'Espanya l'1% i finalment, dels països de la resta d'Europa el 5% (Museu del Cinema, 2008, 30). A més, l'any 2009, el 38% d'usuaris del servei educatiu han estat centres de primària, és a dir, nens amb edats compreses entre els 6 i 12 anys, registrant un total de 9.018 nens i nenes (Museu del Cinema, 2009c, 9).

#### **5.2.5.9. Les sales observades**

A continuació al llarg del següent capítol descriurem l'exposició de les sales estudiades. Primer d'una forma general i després per Unitats d'Atenció

##### **Sala 1. Sortint de les Ombres:**

La sala número 1 del Museu del Cinema fa aproximadament 76,25 m<sup>2</sup>. La seva forma és quadrada. Té un total de 8 vitrines, un espai per jugar amb la ombra del propi cos, un audiovisual, un teatret d'ombres per manipular, 1 televisor, 58 peces exposades i 8 textos diferents.

---

<sup>96</sup>

<http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.9cf6e0ecb7825f175a2a63a7b0c0e1a0/?vgnextoid=856e3dc9dffae110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnextchannel=856e3dc9dffae110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnextfmt=default> (data de consulta 8- 7-10)

La sala disposa de música ambient provinent de l'audiovisual que es projecta a la mateixa sala. Aquest, sense narrador, es va repetint de forma continuada.

La il·luminació del museu és artificial, ja que totes les obertures que donen a l'exterior estan tapiades. Així doncs, la sala 1 del Museu del Cinema s'il·lumina en la seva totalitat, de forma artificial. Per una banda, hi ha un focus que il·lumina les peces penjades de les parets, i, per l'altra, una il·luminació més diàfana i general per a tota la sala. L'aspecte lumínic juga un paper importantíssim en aquesta sala. El tema que es desenvolupa mitjançant les peces exposades es refereix al món de les ombres i, per tant, també al de la llum. És per aquest motiu que en el primer espai de la sala, un joc de llums descobreix l'espai al visitant. Quan s'entra a la sala, tot és fosc. En creuar el punt on es troba una gran pantalla, la llum general de la sala s'encén i juntament amb ella, un focus que permet a l'espectador descobrir una forma d'espectacle basada amb la manipulació del cos i crear sensacions mitjançant l'ombra.

La sala té una lluminositat que oscil·la entre els 5 lux (punt més fosc) i els 336 lux (punt més il·luminat). La il·luminació general de la sala es troba entre els 40 i els 5 lux, i en destaca els 10 lux de la vitrina de les esferes, els 336 lux del text introductor de sala, els 24 lux del plafó amb imatges per a fer amb ombromania, els 3 lux del banc per seure, els 5 lux dels textos de les vitrines i els 72 lux de les peces emmarcades i penjades a la paret<sup>97</sup>.

Tot i ser una sala força petita, el visitant pot asseure's i descansar en un banc situat just al davant d'una immensa pantalla audiovisual. Una pantalla on s'hi veu un espectacle d'ombres com si d'una companyia de titelles se n'encarregués de fer-ho *in-situ*.

Pel que fa a la temperatura, la sala 1 del museu té aire condicionat i calefacció. Per aquest motiu, a l'estiu s'hi està fresc, i a l'hivern, s'hi està calent. Al ser però una sala amb molta vitrina i molta llum artificial, la temperatura de la sala tendeix més cap a altes temperatures que a baixes. La temperatura mitjana de la sala a l'estiu és de 26,7°C amb 50,3% d'humitat i de 19,7°C a l'hivern amb 30,8% d'humitat<sup>98</sup>.

---

<sup>97</sup> Dades obtingudes a través d'un luxímetre el dia 4 de setembre de 2010.

<sup>98</sup> Dades facilitades pel propi museu.

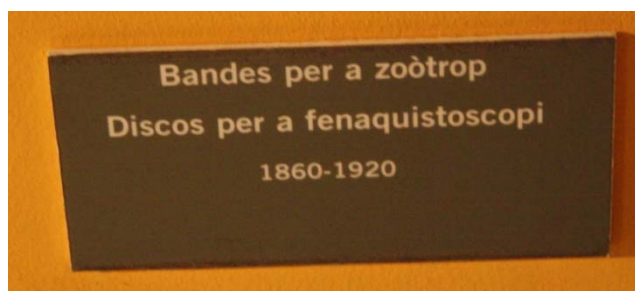


Figura 263. Cartel·la tipus

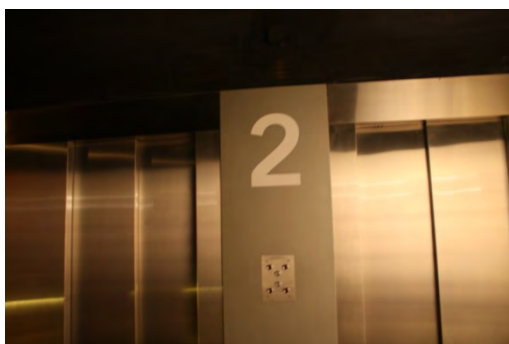


Figura 264. Senyalització de pis

Cal destacar el color de les parets. Tot i que la majoria de les parets de la sala estan cobertes per vitrines, el color que predomina en aquest espai, tant pel fons de vitrines com per les mateixes parets, és el color taronja. El terra és de color gris, per aquest motiu, alguns elements expositius del museu, com en el cas del teatret d'ombres de la sala 1 o una paret de l'entrada, són decorats de color gris.

Un cop el visitant entra a la sala, no li cal saber a quina es troba. L'ascensor que han agafat a la planta baixa del museu et porta directament a la primera sala i inici del recorregut. Per si hi hagués dubte però, a la paret mitgera entre els dos ascensors hi trobem el número que correspon a la sala. Aquest no rep il·luminació directa però és de color blanc sobre fons gris i fa 41 cm. En el cas del Museu del Cinema, l'ordre de la visita és circular. No són necessaris massa indicadors ni senyalització (només cal en espais de confusió com són els accessos per l'escala, per poder realitzar el correcte en ordre descendent). La pròpia col·lecció i la disposició de la museografia va conduint cap a la direcció correcte.



Figura 265. Vista general sala 1.

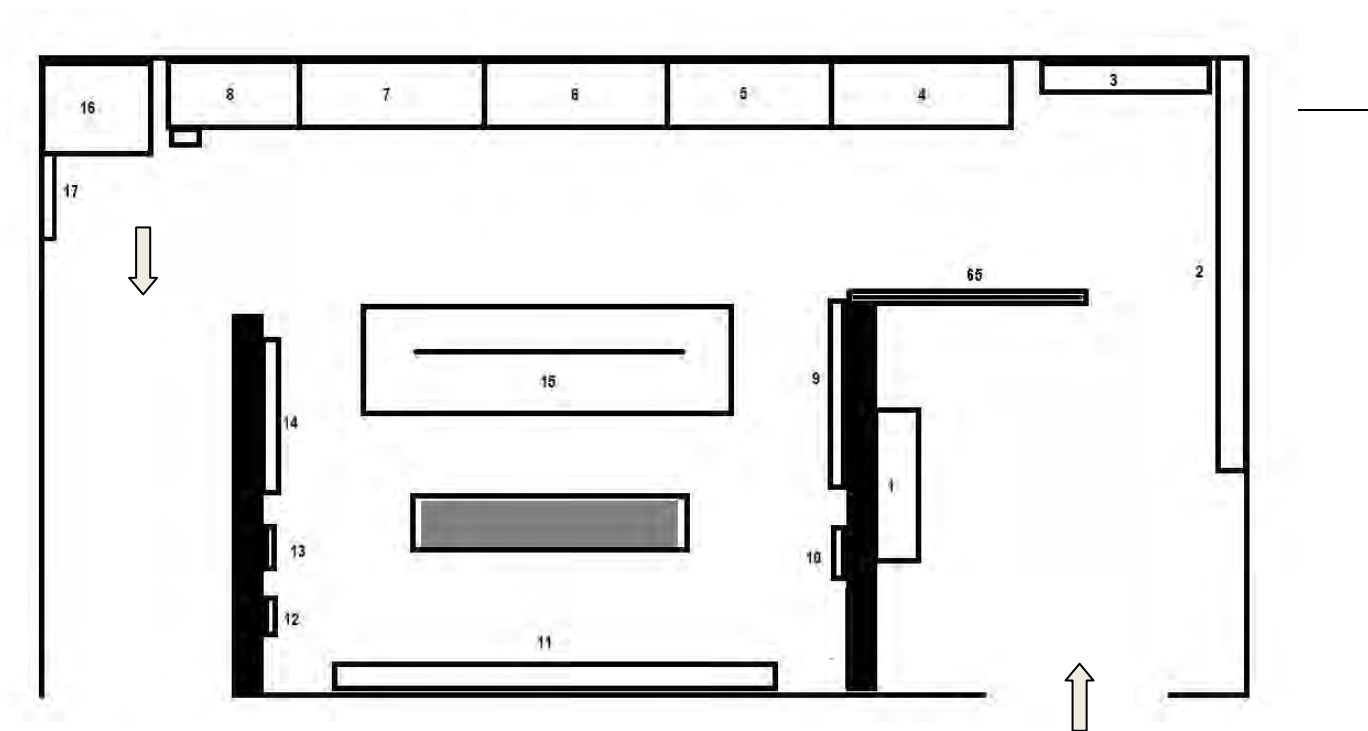


Figura 266. Croquis de la sala 1.



## **Unitats d'Atenció:**

### **Núm. 1: vitrina parietal amb esferes de metall perforades de la Xina i peana de color gris.**

Alçada total: 0,90 m. Mides de la Vitrina: 2m d'allargada, 0,90 mm d'alçada i 0,5 m de fondària. És fàcil d'observar per a nens i nenes ja que els objectes es troben a una alçada de 0,60 m. A l'interior de la vitrina es troben 3 objectes. Il·luminació directa externa a la vitrina i petita il·luminació interna de dins de la vitrina. Depenent del moviment del visitant, la il·luminació varia, creant efectes d'ombra a la paret grisa.

Les tres peces tenen la seva pròpia cartel·la situada a l'interior de la vitrina, en posició horitzontal. Fons gris i lletres blanques. Tipus de lletra Arial 14 i text justificat centrat. Text escrit en català. Alçada de 0,60 m respecte del terra. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm.

Explicació amb text: "Esferes de metall perforades". Situat verticalment a la part superior dreta de la vitrina a una alçada de 0,96 m. Fons gris amb lletres blanques. Tipus de lletra Arial 20, text justificat a l'esquerra i amb 78 paraules. Text escrit en català, castellà, anglès i francès. Dimensions del plafó: 45x15 cm.



Figura 267. Vitrina parietal amb esferes de metall perforades de la Xina.

### **Núm. 2: plafó introductor de la sala.**

Penjat de la paret i titulat: "Sortint de les ombres".

Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Lletres estàtiques de color taronja sobre fons blanc. Text format per 12 paraules, justificat a l'esquerra i amb uns dibuixos que l'acompanyen. Tipus

de lletra Times New Roman 78 i en cursiva. Alçada d'1,5 m del terra. Dimensions del plafó amb text: 0,60 x 2,40 m.

Dibuixos esquemàtics d'ombromania oriental. De color negre sobre fons blanc. Dimensions del plafó amb dibuixos: 1,20 x 2,4 m. També al seu costat hi trobem un dibuix provinent d'algun gravat antic. El dibuix és de línia molt fina i de color negre sobre fons blanc. Dimensions del dibuix: 1,10 x 2,40 m.

A la esquerra d'aquests dibuixos hi trobem un altre text on s'explica una llegenda amb 79 paraules. Situat verticalment a una alçada d'1,5 m. respecte del terra. Fons blanc amb lletres taronges. Tipus de lletra Times New Roman 78 Cursiva i text justificat a l'esquerra. Text escrit en català, castellà, anglès i francès. Dimensions del plafó del text: 0,56 x 2,4 m.



Figura 268. Plafó introductori de la sala.

### Núm. 3: vitrina

Vitrina parietal amb una titella de grans dimensions per espectacles d'ombres. Encastada a la paret de la sala de color taronja. Vitrina de 0,96 x 1,5 m i situat a una alçada de 0,44 m del terra. Il·luminació directa de dins de la vitrina per poder observar la qualitat translúcida dels seus materials.



Figura 269. Vitrina.

#### **Núm. 4: vitrina: “Els orígens”.**

Vitrina parietal de grans dimensions: 1,80 x 1,80 m. Al seu interior es troben un munt d'objectes relacionats amb el món de les ombres. En destaquen les figures de teatre d'ombres de Java i una pantalla de televisor de 38 x 30 cm de pantalla, situada a ran de terra, que reproduïx la forma de manipular de les figures exposades. Les peces a l'interior de la vitrina es troben penjades de la paret o recolzades mitjançant prestatges. En aquesta vitrina hi ha un total de 5 peces de grans dimensions. La il·luminació de les peces es fa des de l'interior de la mateixa vitrina, de forma que es puguin apreciar les qualitats dels materials.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina. Depenent de la ubicació de les peces, les cartel·les es troben col·locades de forma horitzontal o de forma vertical. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l'espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d'aquest espai.

Text escrit en un plafó de color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada 0 md'1,80 m. Manca d'il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l'esquerra i amb 66 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,40 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 270. Vista general de les vitrines 4, 5, 6, 7, 8 i 9.



Figura 271. Vitrina: "Els orígens".

**Núm. 5: vitrina: "Un nou art de narrar".**

Vitrina parietal de grans dimensions: 1,80 x 1,80 m i annexa a l'anterior. Al seu interior s'hi troben un munt d'objectes relacionats amb el món de les ombres. En destaquen les figures de teatre d'ombres de l'Índia, entre elles una amb forma de toro. Els colors de les figures són molt vius, predominant entre els altres el color vermell. Les peces a l'interior de la vitrina es troben penjades de la paret i sostingudes mitjançant prestatges. En aquesta vitrina hi ha un total de 7 peces de grans dimensions. La il·luminació de les peces es fa des de l'interior de la mateixa vitrina, de forma que es puguin apreciar les qualitats dels materials.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina. Depenent de la ubicació de les peces, les cartel·les es troben col·locades de forma horitzontal o de forma vertical. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l'espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d'aquest espai.

Text escrit en un plafó de color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada 0 md'1,80 m. Manca d'il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l'esquerra i amb 44 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,40 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 272. Vitrina: "Un nou art de narrar".

**Núm. 6: vitrina: "Els espectacles d'ombres arriben a occident".**

Vitrina parietal de grans dimensions: 1,80 x 1,80 m i annexa a l'anterior. Al seu interior es troben un munt d'objectes relacionats amb el món de les ombres occidentals. En destaquen les figures de teatre d'ombres turques, una reproducció d'un gravat on es veu un personatge occidental fent ombres, i titelles amb indumentàries curioses com Karagoz o soldats. Els colors de les figures són bàsicament els negres i els vermells. Les peces a l'interior de la vitrina es troben penjades de la paret i sostingudes mitjançant diferents prestatges els quals, no són accessibles per a totes les alçades. En aquesta vitrina hi ha un total de 17 peces. La il·luminació de les peces es fa des de l'interior de la mateixa vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina. Depenent de la ubicació de les peces, les cartel·les es troben col·locades de forma horitzontal o de forma vertical. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l'espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d'aquest espai.

Text escrit en un plafó de color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada 0 md'1,80 m. Manca d'il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l'esquerra i amb 37 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,8 x 0,4 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.

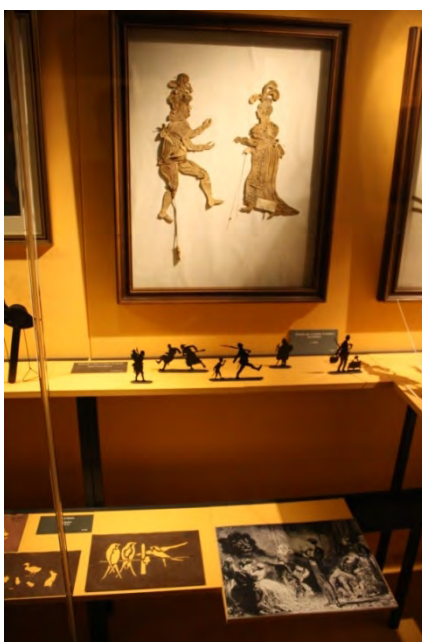


Figura 273. Vitrina: "Els espectacles d'ombres arriben a occident".

#### **Núm. 7: vitrina: "Expansió de les ombres a l'Europa Occidental".**

Vitrina parietal de grans dimensions: 1,80 x 1,80 m i annexa a l'anterior. Al seu interior es troben un munt d'objectes relacionats amb el món de les ombres a Europa. En destaquen les figures de teatre d'ombres com "el diablo de la cesta", siluetes d'ombra blanca i un cartell publicitari penjat al fons de la vitrina. Els colors que predominen en aquesta vitrina són el negre i el blanc. Algunes d'aquestes peces exposades poden resultar familiars al públic. Al teatret situat al mig de la sala, el visitant pot manipular unes rèpliques. Les peces a l'interior de la vitrina es troben penjades de la paret i sostingudes mitjançant prestatges a diferents nivells i

no del tot assequibles. En aquesta vitrina hi ha un total de 16 peces de petites dimensions. La il·luminació de les peces es fa des de l'interior de la mateixa vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina. Depenent de la ubicació de les peces, les cartel·les es troben col·locades de forma horitzontal o de forma vertical. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l'espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d'aquest espai.

Text escrit en un plafó de color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada 0 md'1,80 m. Manca d'il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l'esquerra i amb 35 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,40 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 274. Vitrina: "Expansió de les ombres a l'Europa Occidental".

#### **Núm. 8: vitrina: "Teatrets d'ombres".**

Vitrina parietal de grans dimensions: 1,80 x 1,80 m i annexa a l'anterior. Al seu interior es troben un munt d'objectes relacionats amb els teatrets d'ombres. Destaquen les bandes de teatre d'ombres en miniatura, siluetes retallables per a teatrets d'ombres i un teatret d'ombres que acciona la llum interior mitjançant un pedal (degudament senyalat amb una

fletxa a la vitrina i amb un punt vermell al pedal) situat a l'exterior de la vitrina. Els colors que predominen en les peces d'aquesta vitrina són el negre i el blanc. Les peces a l'interior de la vitrina es troben penjades de la paret i recolzades mitjançant prestatges. En aquesta vitrina hi ha un total de 24 peces. La il·luminació de les peces es fa des de l'interior de la mateixa vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina. Depenent de la ubicació de les peces, les cartel·les es troben col·locades de forma horitzontal o de forma vertical. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l'espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d'aquest espai.

Text escrit en un plafó de color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada d'1,80 m. Manca d'il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l'esquerra i amb 41 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,40 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 275. Vitrina: "Teatrets d'ombres".



**Núm. 65: pantalla per a la pràctica de l'ombromania**

Pantalla de color crema amb marc de fusta i il·luminació directa per a poder practicar l'ombromania. Dimensions de la pantalla: 0,5 x 2,20 x 2 m.



Figura 276. Pantalla per a la pràctica de l'ombromania.

**Núm. 9: plafó amb el manual d'instruccions d'us de l'ombromania.**

368

Plafó de color blanc penjat de la paret. No conté text, només dibuixos esquemàtics de color negre sobre fons blanc. Dimensions del plafó: 1,20 x 2,40 m. Situat arran de terra.



Figura 277. Plafó amb el manual d'instruccions d'us de l'ombromania.

**Núm. 10: cartell espectacle de pre-cinema.**

Predomina el color verd i el color vermell. Hi surten representades bàsicament lletres. Protegit dins un marc de color negre i amb vidre. Dimensions: 75,5 x 101 cm. Situat a 1,20 m del terra.

Cartel·la de la peça situada a la part inferior dreta, en posició vertical. Fons gris i lletres blanques. Tipus de lletra Arial 14. Text escrit en català. Alçada d'1,12 m respecte el terra. Dimensions de la cartel·la: 14 x 7 cm.



Figura 278. Cartell espectacle de pre-cinema.

**Núm. 11: pantalla audiovisual.**

Es projecta un espectacle d'ombres. Entre els personatges que s'hi representen hi ha un aneguet i diverses figures d'ombres de Java. L'audiovisual és en blanc i negre, té banda sonora i es pot observar assegut en un banc. Durada de l'audiovisual és de 3'35". Dimensions de la pantalla: 2,1 x 1,6 m.



Figura 279. Pantalla audiovisual.

**Núm. 12: cartell espectacle de pre-cinema.**

Predomina el color crema i el negre. Hi surt representada la silueta d'un soldat. Protegit dins un marc daurat i amb vidre. Dimensions: 77 x 59 cm. Situat a 1,20 m del terra.

370

Cartel·la de la peça situada a la part inferior dreta, en posició vertical. Fons gris i lletres blanques. Tipus de lletra Arial 14 i text justificat al centre escrit en català. Alçada d'1,12 m respecte el terra. Dimensions de la cartel·la: 14x7 cm.



Figura 280. Cartell espectacle de pre-cinema.

**Núm. 13: manual d'instruccions d'ús per a l'ombromania.**

A partir de cartolines de la xocolata Comet. Predominen els colors vermell, blau i negre. Hi surten representades diferents formes de fer ombres amb les mans. Protegit dins un marc negre i amb vidre. Dimensions: 42 x 64 cm. Situat a 1,20 m del terra.

Cartel·la de la peça situada a la part inferior dreta, en posició vertical. Fons gris i lletres blanques. Tipus de lletra Arial 14 i text justificat al centre escrit en català. Alçada d'1,12 m respecte el terra. Dimensions de la cartel·la: 14 x 7 cm.



Figura 281. Manual d'instruccions d'ús per a l'ombromania.

**Núm. 14: plafó amb el manual d'instruccions d'us de l'ombromania.**

Plafó de color blanc penjat de la paret. No conté text, només dibuixos esquemàtics de color negre sobre fons blanc. Dimensions del plafó: 1,20 x 2,40 m. Situat arran de terra.



Figura 282. Plafó amb el manual d'instruccions d'us de l'ombromania.

**Núm. 15: teatret d'ombres manipulable de color gris.**

Disposat al mig de la sala i accessible pels dos costats. Consta de 3 figures metàl·liques que poden ser manipulades per uns i observades (l'ombra) per altres. Dimensions del teatret: 1,78 x 1,98 x 0,35 m. Alçada respecte el terra: 1 m.



Figura 283. Teatret d'ombres manipulable de color gris.

**Núm. 16: vitrina amb ombres sediciosos.**

Vitrina parietal amb dos bastonets sostinguts per dues estructures metàl·liques que, gràcies a la il·luminació, permeten observar una ombra amagada en el relleu. Vitrina de 0,75 x 0,75 x 2,10 m. La il·luminació de la vitrina prové de la il·luminació directa del plafó amb text que l'acompanya.



Figura 284. Vitrina amb ombres sediciosos.

### Núm. 17: plafó de les ombres sediciosos.

Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Lletre estàtica de color taronja sobre fons blanc. Text format per 100 paraules, justificat a l'esquerra. Tipus de lletra Arial 76. Dimensions del plafó amb text: 2,4 x 60 m. Situat a 1,20 m del terra. L'acompanya un dibuix fet a una sola tinta de l'ombra que s'ha de veure a l'interior de la vitrina a través de bastons. De color negre sobre fons blanc. Dimensions de l'espai que ocupa el dibuix: 44 x 22 cm. Situat a 1,97m del terra.

373

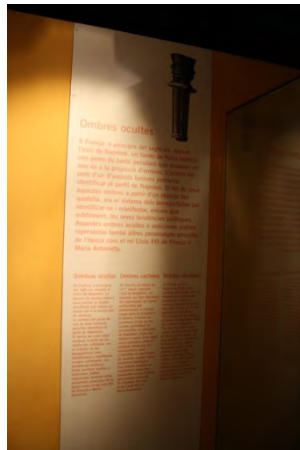


Figura 285. plafó de les ombres sediciosos.

### Sala 8. La imatge pren moviment

La Sala número 8 del Museu del Cinema fa aproximadament 129m<sup>2</sup> i la disposició del seu espai recorda la forma de la lletra "L". Té un total de 10 vitrines, 6 reproduccions de material de les vitrines per ser manipulat, un caleidoscopi de grans dimensions amb un audiovisual, 3 televisors, 169 peces exposades i 10 textos diferents.

La sala no disposa de música ambient, ni de bandes sonores dels audiovisuals. Tots ells projecten imatges sense veu ni música.

La il·luminació de la sala 8 del Museu del Cinema, a l'igual que a totes les sales del museu, s'il·lumina en la seva totalitat de forma artificial. Per una banda, hi ha focus que il·luminen els textos de les parets i els manipulables de la sala, i per l'altra, una il·luminació més diàfana i general per a tota la sala. Totes les vitrines tenen la seva pròpia il·luminació.

La sala té una lluminositat que oscil·la entre els 4 lux (punt més fosc) i els 370 lux (punt més il·luminat). La il·luminació general de la sala es troba entre els 50 i els 7 lux, i en destaca els 50 lux de la vitrina amb praxinoscopi de projecció, els 57 lux del text introductori de sala, els 28 lux de l'interior de les vitrines, els 293 lux de la taula de fusta amb manipulables, els 4 lux dels textos de les vitrines i els 110 lux de les vitrines parietals amb bandes de zoòtrop<sup>99</sup>.

Al tractar-se d'una sala activa, on el visitant constantment pot interactuar amb el material disposat a aquest fi, al mig de la sala, aquesta no disposa de cadires ni bancs per seure.

Pel que fa a la temperatura, la sala 8 del museu té aire condicionat i calefacció. Per aquest motiu, a l'estiu s'hi està fresc, i a l'hivern, s'hi està calent. Al ser però una sala amb molta vitrina, molta llum artificial i peces per interactuar, la sensació del visitant és que la temperatura de la sala és més alta. La temperatura mitjana de la sala a l'estiu és de 27,3°C amb 49,9% d'humitat i de 21,1°C a l'hivern amb 51% d'humitat<sup>100</sup>.

Cal destacar també, el color de les parets. Tot i que la majoria de les parets de la sala estan cobertes per vitrines, el color que predomina en aquest espai, tant pel fons de vitrines com per les mateixes parets, és el color taronja. El terra és de color gris, per aquest motiu, alguns elements expositius del museu, com el cas de l'estructura del caleidoscopi o les peanyes de les joguines òptiques manipulables, són pintades de color gris.

Senyalització referent a la sala on ens trobem, només hi ha la que es troba a la paret mitgera entre els dos ascensors. Amb un número de color blanc sobre fons gris i de 41 cm, sense il·luminació directa, sabem que ens trobem al segon pis del museu (número 2), però no a quina sala ens trobem.

---

<sup>99</sup> Dades obtingudes a través d'un luxímetre el dia 4 de setembre de 2010.

<sup>100</sup> Dades facilitades pel museu.



Figura 286. Vista general de la sala 8.

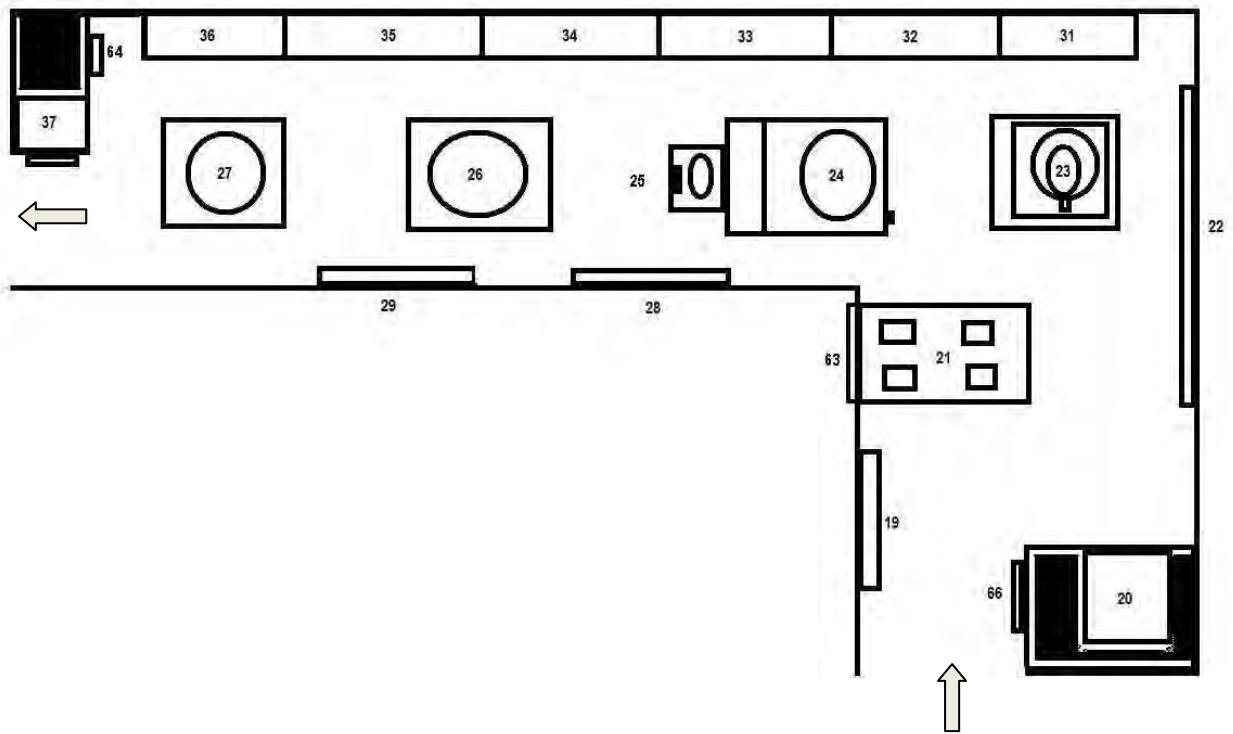


Figura 287. Croquis de la sala 8.



## Unitats d'Atenció:

### Núm. 66: plafó introductori de la sala.

Penjat de la paret i titulat: "La imatge pren moviment".

Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Lletre estàtica de color taronja sobre fons blanc. Text format per 18 paraules, justificat a l'esquerra i amb uns dibuixos que l'acompanyen. Tipus de lletra Times New Roman 78 i en cursiva. Alçada d'1,5 m del terra. Dimensions del plafó amb text: 0,60 x 2,40 m.

Dibuixos a una sola tinta d'una banda de fenaquistoscopi. De color negre sobre fons blanc. Dimensions del plafó amb dibuix: 1,20 x 2,4 m.

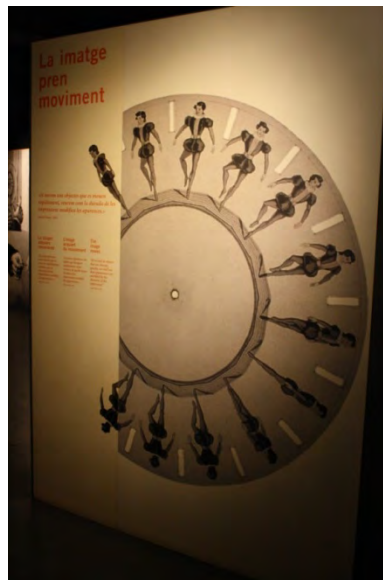


Figura 288. Plafó introductori de la sala.

### Núm. 20: caleidoscopi de grans dimensions.

Estructura de fusta pintada de color gris on a l'interior a través d'un joc de miralls, es reproduïx l'efecte d'un caleidoscopi de grans dimensions. Al fons hi ha una pantalla que projecte una sèrie d'imatges que tenen a veure amb les joguines òptiques, tema central de la sala. Els colors són molt vius i variats i en moviment. L'amplada de la obertura per poder observar el joc de miralls és de 2 m i es troba a una alçada de 0,52 m respecte el terra.

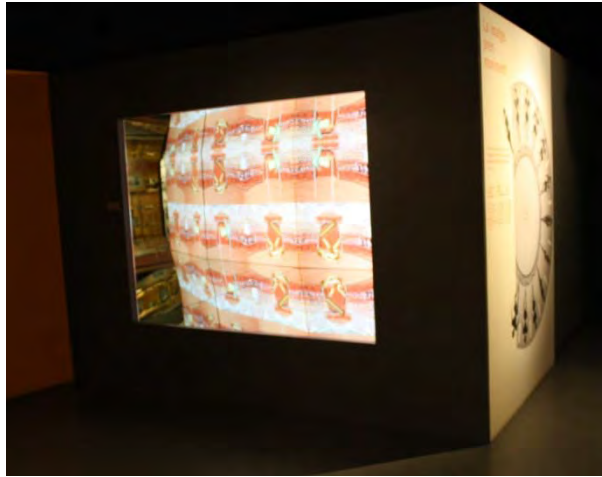


Figura 289. Caleidoscopi de grans dimensions.

**Núm. 19: vitrina: “Els aliats imprescindibles”.**

Vitrina parietal de grans dimensions: 1,80 x 1,80 m. Al seu interior s’hi troben un munt d’objectes relacionats amb a llum i les lents. En destaca una roda de Newton, peces intercanviables per a joguines òptiques i alguna reproducció de gravat de l’època. Les peces a l’interior de la vitrina es troben penjades de la paret o recolzades mitjançant prestatges situats a tres nivells. En aquesta vitrina hi ha un total de 12 peces. La il·luminació de les peces es fa des de l’interior de la mateixa vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l’interior de la vitrina. Depenent de la ubicació de les peces, les cartel·les es troben col·locades de forma horitzontal o de forma vertical. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l’espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d’aquest espai.

Text escrit en un plafó de color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada 0 md’1,80 m. Manca d’il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l’esquerra i amb 40 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,40 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 290. Vitrina: "Els aliats imprescindibles".

**Núm. 22: plafó amb reproduccions de gravats de joguines òptiques antigues.**

Plafó de color blanc penjat de la paret. No conté text, només imatges de color negre sobre fons blanc. Dimensions del plafó: 3,60 x 2,40 m. Situat arran de terra.



Figura 291. Plafó amb reproduccions de gravats de joguines òptiques antigues.

**Núm. 21: taula de fusta.**

Quasi exempta amb 4 elements manipulables. Taula de fusta de color gris, de 2,37 x 1,12 m i situada a una alçada de 0,80 m del terra. Al damunt hi ha quatre objectes manipulables (de 30x30cm aproximadament) com el disc de Faraday, la roda de Newton i la Baldufa de Nollet.

Cada objecte té la seva pròpia cartel·la situada horitzontalment a la taula i a la banda esquerra del manipulable. Fons gris i lletres blanques. Tipus de lletra Arial 18 i text justificat a l'esquerra escrit en els quatre idiomes. Alçada de 0,80 m respecte el terra. Dimensions de la cartel·la: 20 x 20 cm.



Figura 292. Taula de fusta.

**Núm. 63: text sobre l'efecte *phi*.**

A la paret d'una de les cantonades de la taula hi trobem el text explicatiu referent als manipulables que es troben al damunt de la taula. Escrit directament a la paret, de color taronja amb lletres blanques i situat en posició vertical a 1,18 m del terra. Amb il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 80, text justificat a l'esquerra i amb 135 paraules. Dimensions de l'espai del text: 1,20 x 1,60 m Text escrit també en castellà, anglès i francès.

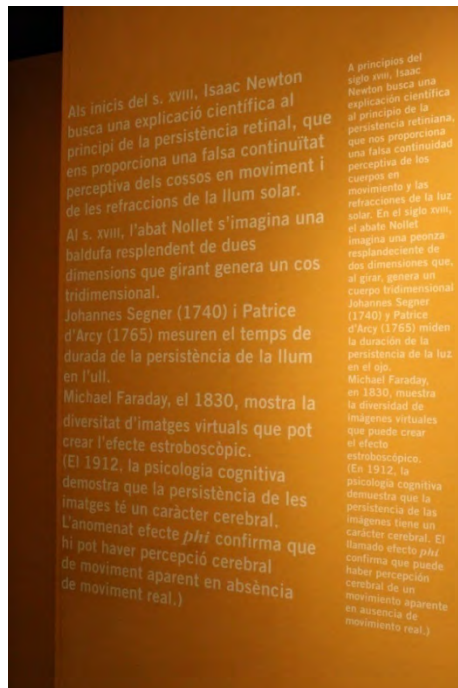


Figura 293. text sobre l'efecte *phi*.

**Núm. 23: reproducció d'un taumàtrop manipulable (també anomenada joguina òptica).**

380

A partir del moviment d'una maneta, podem observar com un ocell entra dins una gàbia. La joguina es troba al damunt d'una peanya de color gris i d'uns 20cm d'alçada. Les dimensions de la joguina són 0,60 x 0,60 x 1,10 m. No va acompanyada de text ni de cap cartel·la. Porta el dibuix d'una fletxa per entendre com s'ha de manipular.



Figura 294. Reproducció d'un taumàtrop manipulable.

**Núm. 24: reproducció d'un fenaquistoscopi manipulable** (també anomenada joguina òptica).

A partir del moviment d'un gran disc, podem observar a través d'un mirall, com la cara d'un senyor es menja un ocell. La joguina es troba al damunt d'una peanya de color gris i d'uns 20 cm d'alçada. Les dimensions de la joguina són 1,20 x 1,20 x 1,45 m. No va acompanyada de text ni de cap cartel·la. Porta el dibuix d'una fletxa per entendre com s'ha de manipular i una estructura vertical de metall acabada amb un forat de pany, perquè el visitant entengui que ha de posar l'ull al forat i mirar.



Figura 295. Reproducció d'un fenaquistoscopi manipulable.

**Núm. 25: reproducció d'un praxinoscopi teatre manipulable** (també anomenada joguina òptica).

A partir del moviment d'una estructura amb miralls, podem observar a través d'una escenografia, com un noi fa acrobàcies amb un cilindre. La joguina es troba al damunt d'una peanya de color gris i d'uns 20 cm d'alçada. Les dimensions de la joguina són 1,50 x 90 x 60 m. No va acompanyada de text ni de cap cartel·la. Porta el dibuix d'una fletxa per entendre com s'ha de manipular.



Figura 296. Reproducció d'un praxinoscopi teatre manipulable.

**Núm. 26: reproducció d'un zoòtrop manipulable** (també anomenada joguina òptica).

A partir del moviment d'una estructura de forma cilíndrica, i mirant a través d'unes petites obertures, podem observar com dos nois salten al damunt d'una pilota. La joguina es troba al damunt d'una peanya de color gris i d'uns 20 cm d'alçada. Les dimensions de la joguina són 1,25 x 80 x 80 m. No va acompanyada de text ni de cap cartel·la. Porta el dibuix d'una fletxa per entendre com s'ha de manipular.



Figura 297. Reproducció d'un zoòtrop manipulable.

**Núm. 27: reproducció d'un praxinoscopi manipulable** (també anomenada joguina òptica).

A partir del moviment d'una estructura amb miralls, podem observar com un noi i una noia ballen. La joguina es troba al damunt d'una peanya de color gris i d'uns 20cm d'alçada. Les dimensions de la joguina són 1,50 x 90 x 90 m. No va acompanyada de text ni de cap cartel·la. Porta el dibuix d'una fletxa per entendre com s'ha de manipular.



Figura 298. Reproducció d'un praxinoscopi manipulable.

**Núm. 28: vitrina parietal amb cintes de zoòtrop i discs de fenaquistoscopi.**

Hi ha un total de 16 peces col·locades de forma horitzontal i amb colors diversos. La vitrina és parietal, incrustada al mur de color taronja. Les dimensions són: 1,80 x 1 m. La il·luminació és interior directa. Es troba a 0,85m respecte del terra.

La cartel·la es troba disposada verticalment, a la part inferior esquerra i a l'exterior de la vitrina. Fons gris i lletres blanques. Tipus de lletra Arial 14 i text justificat centrat. Text escrit en català. Alçada de 0,85 m respecte del terra. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm.





Figura 299. Vitrina parietal amb cintes de zoòtrop i discs de fenaquistoscopi.

**Núm. 29: vitrina parietal amb cintes de zoòtrop.**

Hi ha un total de 18 peces col·locades de forma horitzontal i amb colors diversos. La vitrina és parietal, incrustada al mur de color taronja. Les dimensions són: 1,80 x 1 m. La il·luminació és interior directa. Es troba a 0,85 m respecte el terra.

La cartel·la es troba disposada verticalment, a la part inferior esquerra i a l'exterior de la vitrina. Fons gris i lletres blanques. Tipus de lletra Arial 14 i text justificat centrat. Text escrit en català. Alçada de 0,85 m respecte el terra. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm.



Figura 300. Vitrina parietal amb cintes de zoòtrop.

**Núm. 31: vitrina: “El primer joc visual”.**

Vitrina parietal de grans dimensions: 1,80 x 1,80 m. Al seu interior es troben un munt d'objectes relacionats amb el món de les joguines òptiques. Hi trobem bàsicament taumàtrops amb un petit mirall al darrere per poder observar tots els seus costats i un televisor de 38 x 30 cm de pantalla, situat aproximadament a 0,60 m del terra, on es pot veure com s'utilitzen els taumàtrops. Les peces de l'interior de la vitrina es troben recolzades mitjançant 3 prestatges situats a alçades diferents. En aquesta vitrina hi ha un total de 26 peces de petites dimensions. La il·luminació de les peces es fa des de l'interior de la mateixa vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina. Quasi totes les cartel·les es troben col·locades de forma vertical a la paret. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l'espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d'aquest espai.

Text escrit en un plafó de color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada 0 m d'1,80 m. Manca d'il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l'esquerra i amb 38 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,40 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 301. Vista general de les vitrines.



Figura 302. Vitrina: “El primer joc visual”.

**Núm. 32: vitrina: “Caminar, córrer i saltar...”.**

Vitrina parietal de grans dimensions: 1,80 x 1,80 m i annexa a l’anterior. Al seu interior es troben un munt d’objectes relacionats amb el món de les joguines òptiques. En destaquen fenaquistoscopis, zoòtrops, un mirall i bandes de zoòtrop. Les peces a l’interior de la vitrina es troben recolzades en tres lleixes. En aquesta vitrina hi ha un total de 17 peces de petites i mitjanes dimensions. La il·luminació de les peces es fa des de l’interior de la mateixa vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l’interior de la vitrina. Depenent de la ubicació de les peces, les cartel·les es troben col·locades de forma horitzontal o de forma vertical. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l’espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d’aquest espai.

Text escrit en un plafó de color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada 0 md’1,80 m. Manca d’il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l’esquerra i amb 30 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,40 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 303. Vitrina: “Caminar, córrer i saltar...”.

**Núm. 33: vitrina: “La roda màgica”.**

Vitrina parietal de grans dimensions: 1,80 x 1,80 m i annexa a l’anterior. Al seu interior es troben un munt d’objectes relacionats amb el món de les joguines òptiques. En destaquen sobretot zoètrops, sobretot dos de grans dimensions. Les peces a l’interior de la vitrina es troben recolzades en tres lleixes, en una part de la vitrina, i directament al terra, a l’altra part. En aquesta vitrina hi ha un total de 8 peces, la majoria d’elles, de grans dimensions. La il·luminació de les peces es fa des de l’interior de la mateixa vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l’interior de la vitrina col·locades de forma horitzontal. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l’espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d’aquest espai.

Text escrit en un plafó de color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada 0 m d’1,80 m. Manca d’il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l’esquerra i amb 30 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,40 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 304. Vitrina: “la roda màgica”.

**Núm. 34: vitrina: “El praxinoscopi”.**

Vitrina parietal de grans dimensions: 1,80 x 1,80 m i annexa a l'anterior. Al seu interior es troben un munt d'objectes relacionats amb el món de les joguines òptiques. En destaquen sobretot praxinoscopis amb les seves respectives caixes. Les peces a l'interior de la vitrina es troben recolzades en tres lleixes, en una part de la vitrina, i directament al terra, a l'altra part. En aquesta vitrina hi ha un total de 8 peces, la majoria d'elles, de grans dimensions. La il·luminació de les peces es fa des de l'interior de la mateixa vitrina. A l'interior de la vitrina es troba un plafó de color blanc amb lletra de color taronja que explica amb més detall la peça exposada que es troba just al seu davant i destacada amb una peanya de color taronja. Les dimensions del plafó són 0,60 x 1,80 m. A la banda superior dreta del plafó, hi ha una fotografia en blanc i negre d'Émile Reynaud. El text escrit amb Arial 80 justificat a l'esquerra, té 111 paraules i es troba a 1,40 m d'alçada respecte del terra.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina col·locades de forma horitzontal. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l'espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d'aquest espai.

Text escrit en un plafó de color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada 0 md'1,80 m. Manca d'il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l'esquerra i amb 25 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,40 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 305. Vitrina: "El praxinoscopi".

### **Núm. 35: vitrina: "El praxinoscopi teatre".**

Vitrina parietal de grans dimensions: 1,80 x 1,80 m i annexa a l'anterior. Al seu interior es troben un munt d'objectes relacionats amb el món de les joguines òptiques. En destaquen sobretot praxinoscopis de petites dimensions i les seves peces intercanviables. Les peces a l'interior de la vitrina es troben recolzades en tres prestatges. En aquesta vitrina hi ha un total

de 28 peces de petites dimensions i un televisor de 38 x 30 cm de pantalla, situat aproximadament a 0,60 m del terra, que mostra la forma d'ús d'aquestes joguines. La il·luminació de les peces es fa des de l'interior de la mateixa vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina col·locades, la majoria, de forma horitzontal i algunes de forma vertical. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l'espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d'aquest espai.

Text escrit en un plafó de color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada 0 md'1,80 m. Manca d'il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l'esquerra i amb 37 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,40 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 306. Vitrina: "El praxinoscopi teatre".

**Núm. 36: vitrina: “Els altres praxinoscopis”.**

Vitrina parietal de grans dimensions: 1,80 x 1,80 m i annexa a l'anterior. Al seu interior es troben un munt d'objectes relacionats amb el món de les joguines òptiques. En destaquen sobretot praxinoscopis de diferents dimensions i modificacions vàries com per exemple, caixes de música. Les peces a l'interior de la vitrina es troben recolzades en tres prestatges, en una part de la vitrina, i directament al terra però sostingut per una peanya, a l'altra part. En aquesta vitrina hi ha 5 peces de dimensions mitjanes, i una de grans dimensions (al damunt de la peanya). La il·luminació de les peces es fa des de l'interior de la mateixa vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina col·locades de forma horitzontal. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l'espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d'aquest espai.

Text escrit en un plafó de color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada de 0 m1,80 m. Manca d'il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l'esquerra i amb 24 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,40 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 307. Vitrina: “Els altres praxinoscopis”.



**Núm. 37: vitrina parietal amb praxinoscopi de projecció.**

Dins un moble de color taronja. Alçada total de la vitrina: 1,70 m Mides de la Vitrina: 1 m d'allargada, 0,85 m d'alçada i 0,58 m de fondària. És fàcil d'observar per a nens i nenes ja que l'objecte es troba a una alçada de 0,85 m. Il·luminació directa interna.

Cartel·la situada a l'interior de la vitrina, a la banda esquerra i en posició horitzontal. Fons gris i lletres blanques. Tipus de lletra Arial 14 i text justificat centrat. Text escrit en català. Alçada de 0,85 m respecte el terra. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm.

Explicació amb text a la paret del moble on es troba integrada la vitrina. Situat verticalment a la part superior de la vitrina a una alçada d'1,40 m. Fons taronja amb lletres blanques. Tipus de lletra Arial 80, text justificat a l'esquerra i amb 108 paraules. Text escrit en català, castellà, anglès i francès.



Figura 308. Vitrina parietal amb praxinoscopi de projecció.

#### Núm. 64: televisor amb imatges del praxinoscopi de projecció

Televisor de pantalla plana situat a la paret de la banda dreta de la vitrina on es troba el praxinoscopi de projecció. La pantalla fa 38 x 30 cm i està situat a 1,13m del terra. Les imatges en color que es poden veure serien les imatges que projectaria la peça de l'interior de la vitrina.



Figura 309. Televisor amb imatges del praxinoscopi de projecció.

#### Sala 18. Cinema Infantil / Cine NIC

La sala número 18 del Museu del Cinema té un petit desnivell amb una rampa, fa aproximadament 135 m<sup>2</sup> i la seva disposició de l'espai recorda la forma de la lletra "T", amb un passadís central i dos espais expositius, un a la dreta com a "cul de sac", un altre a l'esquerra, que condueix cap a la sortida del museu. Té un total de 19 vitrines, 3 televisors, 258 peces exposades i 11 textos diferents.

La sala no disposa de música ambient, ni de bandes sonores dels audiovisuals de les televisions. Totes les televisions projecten imatges sense veu ni música.

La il·luminació de la sala 18 del Museu del Cinema, a l'igual que a totes les sales del museu, és, en la seva totalitat, artificial. Per una banda, hi ha focus que il·luminen determinats textos de les parets, i per l'altra, una il·luminació més diàfana i general per a tota la sala. Totes les vitrines tenen la seva pròpia i il·luminació.

La sala té una lluminositat que oscil·la entre els 7 lux (punt més fosc) i els 852 lux (punt més il·luminat). La il·luminació general de la sala es troba entre els 12 i els 42 lux, i en destaca els 200 lux del dibuix emmarcat d'un Mickey, els 25 lux dels objectes dipositats en les vitrines del cinema NIC, els 50 lux de les vitrines amb bandes per a cine NIC, els 852 lux del plafó introductori a l'inici de la sala i de la rampa, els 7 lux dels textos de les vitrines i els 180 lux del plafó introductori de l'espai dedicat al cinema NIC<sup>101</sup>.

Pel que fa a la temperatura, la sala 18 del museu té aire condicionat i calefacció. Per aquest motiu, a l'estiu s'hi està fresc, i a l'hivern, s'hi està calent. Al ser però una sala amb molta vitrina, molta llum artificial i al trobar-se al final del recorregut del museu, la sensació del visitant és que, més aviat, hi fa calor. La temperatura mitjana de la sala a l'estiu és de 20,7°C amb 54,5% d'humitat i de 26,3°C a l'hivern amb 45,4% d'humitat<sup>102</sup>.

Aquesta sala no disposa de cadires ni bancs per seure. De forma ocasional, quan les activitats paral·leles a l'exposició ho permeten, es deixa obert al públic l'espai taller. Aquest espai s'utilitza sobretot, per activitats plàstiques desenvolupades majoritàriament els dies laborables. Consisteix en una sala amb taules i cadires on es deixen tot de reproduccions de joguines òptiques, repartides per les taules. Quan aquest espai queda lliure, el públic visitant individual pot interactuar amb les rèpliques d'aquest espai. Quan la sala ha de ser manipulada o no es troba lliure, una cortina tapa l'accés a aquest espai que deixa de formar part del recorregut del visitant.

De la sala número 18 del Museu del Cinema, cal destacar també, el color del terra i les parets. Tot i que moltes de les parets de la sala estan cobertes per vitrines, el color que predomina en aquest espai, tant pel fons de vitrines com per les mateixes parets, és el color taronja amb el contrast del gris del terra.

De senyalització només n'hi ha la que es troba en una paret mitgera entre dos ascensors. Amb un número de color blanc sobre fons gris i de 41 cm, sense il·luminació directa, el visitant sap que ens troba al primer pis del museu (número 1), però no a quina sala.

---

<sup>101</sup> Dades obtingudes a través d'un luxímetre el dia 4 de setembre de 2010.

<sup>102</sup> Dades facilitades pel museu



Figura 310. Vista general de la sala 18.

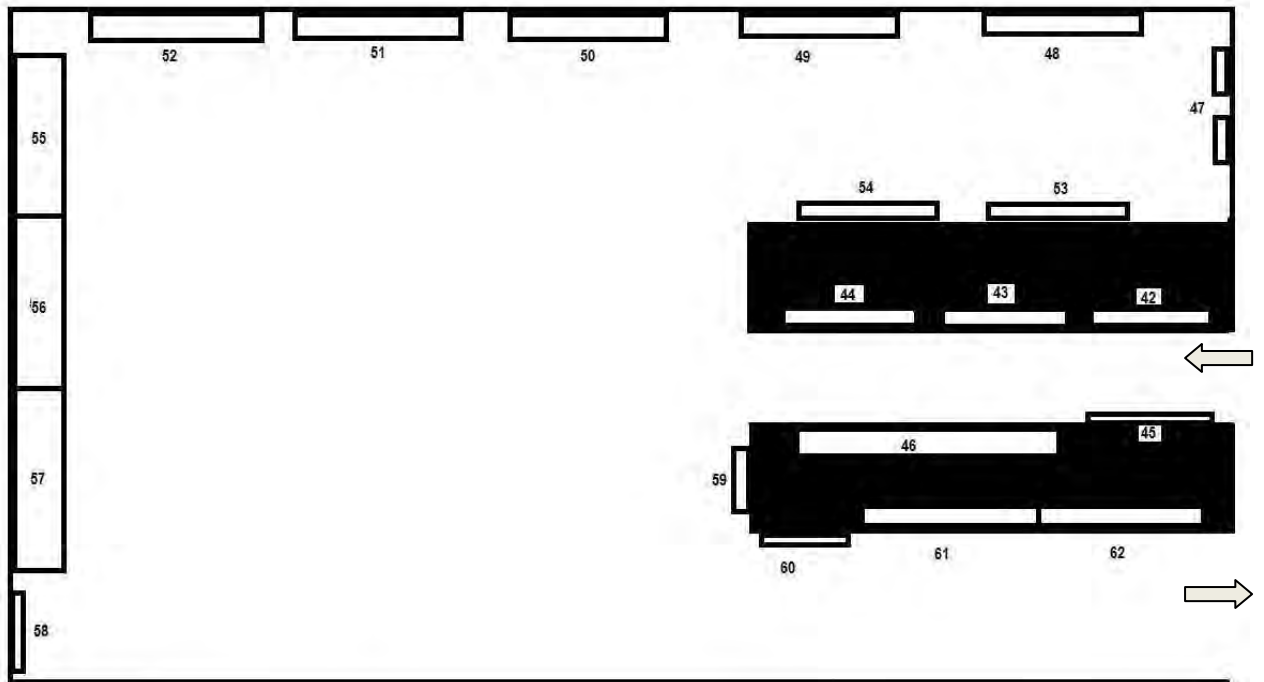


Figura 311. Croquis de la sala 18.

### Unitats d'Atenció:

**Núm. 45: plafó introductori de la sala**, penjat de la paret i titulat: "El cinema amateur". Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Lletra estàtica de color taronja sobre fons blanc. Text format per 40 paraules, justificat a l'esquerra i amb uns fotogrames que l'acompanyen. Tipus de lletra Arial 80. Alçada d'1,33 m del terra. Dimensions del plafó amb text: 0,60 x 2,40 m.

Fotogrames de pel·lícules, a una sola tinta. De color negre sobre fons blanc. Dimensions del plafó amb dibuix: 0,50 x 2,4 m.



Figura 312. Plafó introductori de la sala.

### **Núm. 46: vitrina parietal.**

Vitrina parietal de 3,14 x 1,20 m. Al seu interior es troben un munt de càmeres Pathé Baby. Les peces a l'interior de la vitrina es troben recolzades en quatre prestatges. En aquesta vitrina hi ha 85 peces de dimensions mitjanes. La il·luminació de les peces es fa des de l'interior de la mateixa vitrina. Aquesta es troba a una distància de 0,54 m del terra a la part de l'inici del desnivell de la sala i a 0,70 m a la part del final.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina col·locades de forma horitzontal i vertical. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació

centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l'espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d'aquest espai.

Text escrit en dos plafons color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. El primer text titulat "Pathé Baby" es troba a una alçada d'1,74m del terra. Manca d'il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l'esquerra i amb 162 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,70 x 0,30 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès. Immediatament al seu costat dret, es troba el segon plafó amb text titulat "Filmar al marge de la indústria". Situat a una alçada d'1,90 m del terra, també Manca d'il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l'esquerra i amb 46 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,70 x 0,30 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 313. Vitrina parietal.

**Núm. 42: vitrina parietal: "Els orígens del cinema amateur".**

Vitrina parietal d'1,20 x 1,20 m. Situada a 0,55 m d'alçada respecte del terra. Al seu interior es troben 7 peces de grans dimensions, la majoria càmeres cinematogràfiques amateurs. Les peces a l'interior de la vitrina es troben recolzades en dos prestatges. La il·luminació de les peces es fa des de l'interior de la mateixa vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina col·locades de forma horitzontal i vertical. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació

centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l'espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d'aquest espai.

Text escrit en un plafó color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada de 2,05 m del terra. Manca d'il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l'esquerra i amb 101 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,30 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



398

Figura 314. Conjunt de vitrines 42, 43 i 44.



Figura 315. Vitrina parietal: "els orígens del cinema amateur".

**Núm. 43: vitrina parietal: "Kodak".**

Vitrina parietal d'1,20 x 1,20 m. Situada a 0,70 m d'alçada respecte del terra. Al seu interior es troben 14 peces de grans i petites dimensions, la majoria càmeres cinematogràfiques Kodak. Les peces a l'interior de la vitrina es troben recolzades en dos prestatges. La il·luminació de les peces es fa des de l'interior de la mateixa vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina col·locades de forma horitzontal i vertical. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l'espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d'aquest espai.

Text escrit en un plafó color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada de 2,20 m del terra. Manca d'il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l'esquerra i amb 76 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,30 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 316. Vitrina parietal: "Kodak".



**Núm. 44: vitrina parietal: “Les altres marques”.**

Vitrina parietal d'1,20 x 1,20 m. Situada a 0,95 m d'alçada respecte el terra. Al seu interior s'hi troben 11 peces de grans i petites dimensions, la majoria càmeres cinematogràfiques de diferents marques comercials. Destaca però, un cartell de petites dimensions, penjat al centre de la vitrina, que conté dues bandes de color vermell, ressaltant així, enmig del color predominant negre del cartell i de les peces exposades. Les peces a l'interior de la vitrina es troben recolzades en dos prestatges. La il·luminació de les peces es fa des de l'interior de la mateixa vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina col·locades de forma horitzontal i vertical. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l'espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d'aquest espai.

Text escrit en un plafó color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada de 2,45 m del terra. Manca d'il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l'esquerra i amb 59 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,30 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 317. Vitrina parietal: “Les altres marques”.

**Núm. 47: televisors amb imatges de bandes de Cine NIC en moviment.**

Televisors en color, situats un al costat de l'altre i a 1,20 m del terra. Les imatges que es poden veure serien les imatges que projectaria un aparell de cinema NIC amb les bandes que s'exposen a les vitrines dels laterals. No té so. La pantalla fa 38 x 30 cm.



Figura 318. Televisors amb imatges de bandes de Cine NIC en moviment.

**Núm. 48: vitrina parietal amb bandes de cine NIC.**

Vitrina parietal d'1 x 1 m. Situada a 1m d'alçada respecte del terra. Al seu interior es troben 9 bandes de paper acolorides i col·locades horitzontalment. La il·luminació de les bandes es fa des de l'interior de la mateixa vitrina per poder observar la translucidesa del material i els seus colors. No té cartel·la.

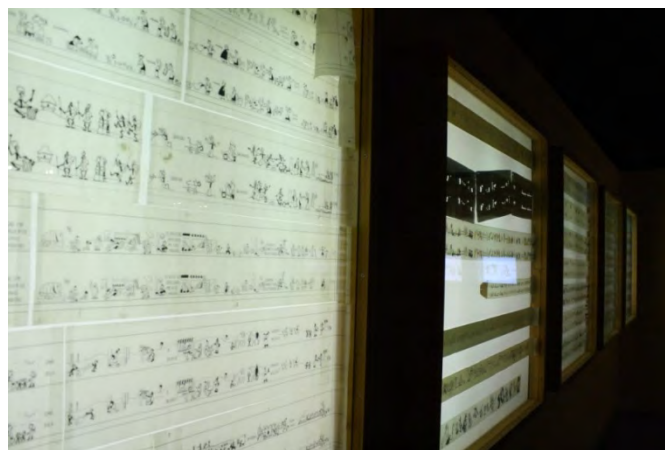


Figura 319. Núm. 48, 49, 50, 51, 52, 53 i 54: vitrines parietals amb bandes de cine NIC.

**Núm. 49: vitrina parietal amb bandes de cine NIC.**

Vitrina parietal d'1 x 1 m. Situada a 1 m d'alçada respecte del terra. Al seu interior s'hi troben 7 bandes de paper acolorides i col·locades horitzontalment. La il·luminació de les bandes es fa des de l'interior de la mateixa vitrina per poder observar la translucidesa del material i els seus colors. No té cartel·la.

**Núm. 50: vitrina parietal amb bandes de cine NIC.**

Vitrina parietal d'1 x 1 m. Situada a 1 m d'alçada respecte del terra. Al seu interior es troben 7 bandes de paper acolorides i col·locades horitzontalment. La il·luminació de les bandes es fa des de l'interior de la mateixa vitrina per poder observar la translucidesa del material i els seus colors. No té cartel·la.

**Núm. 51: vitrina parietal amb bandes de cine NIC.**

402

---

Vitrina parietal d'1 x 1 m. Situada a 1 m d'alçada respecte del terra. Al seu interior es troben 7 bandes de paper acolorides i col·locades horitzontalment. De les peces exposades destaquen unes bandes de color negre i amb personatges de tira retallats. La il·luminació de les bandes es fa des de l'interior de la mateixa vitrina per poder observar la translucidesa del material i els seus colors. No té cartel·la.

**Núm. 52: vitrina parietal amb bandes de cine NIC.**

Vitrina parietal d'1 x 1 m. Situada a 1 m d'alçada respecte del terra. Al seu interior es troben 7 bandes de paper a una sola tinta i col·locades horitzontalment. La il·luminació de les bandes es fa des de l'interior de la mateixa vitrina per poder observar la translucidesa del material i els seus colors. No té cartel·la.

**Núm. 53: vitrina parietal amb bandes de cine NIC.**

Vitrina parietal d'1 x 1 m. Situada a 1 m d'alçada respecte del terra. Al seu interior es troben 7 bandes de paper a vàries tintes i col·locades horitzontalment. La il·luminació de les bandes es fa des de l'interior de la mateixa vitrina per poder observar la translucidesa del material i els seus colors. No té cartel·la.

**Núm. 54: vitrina parietal amb bandes de cine NIC.**

Vitrina parietal d'1 x 1 m. Situada a 1 m d'alçada respecte del terra. Al seu interior s'hi troben 7 bandes de paper a vàries tintes i col·locades horitzontalment. La il·luminació de les bandes es fa des de l'interior de la mateixa vitrina per poder observar la translucidesa del material i els seus colors.

La cartel·la de la vitrina es troba a la banda dreta, col·locada de forma vertical 1,1m del terra. Fons gris i lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català alternant negreta i normal. Dimensions de la cartel·la: 15x7 cm.

**Núm. 55: vitrina: "L'empresa NIC".**

Vitrina parietal de grans dimensions: 1,80 x 0 m1,80 m. Al seu interior es troben un munt de joguines fetes per l'empresa NIC. En destaquen unes titelles de pla, un pallasso equilibrista i una nina. Les peces a l'interior de la vitrina es troben recolzades en tres lleixes i la part inferior està decorada amb tres elefants blancs de cartolina, imatge de l'empresa NIC. En aquesta vitrina hi ha un total de 22 peces. La il·luminació de les peces es fa des de l'interior de la mateixa vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina col·locades de forma horitzontal. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15x7 cm La part superior de la vitrina és l'espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d'aquest espai.

Text escrit en un plafó de color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada 0 md'1,80 m. Manca d'il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l'esquerra i amb 56 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,40 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 320. Conjunt dels mòdols núm. 55, 56, 57 i 58.



Figura 321. Vitrina: "L'empresa NIC".

**Núm. 56: vitrina: “Les claus de l’èxit”.**

Vitrina parietal de grans dimensions: 1,80 x 0 m1,80 m. i annexa a l’anterior. Al seu interior es troben aparells de Cine NIC de diferents prestacions i models. En destaca una imatge de dos personatges de la coneguda pel·lícula, “The Jungle book”. Les peces a l’interior de la vitrina es troben recolzades en tres lleixes i la part inferior està decorada amb tres elefants blancs de cartolina. En aquesta vitrina hi ha un total de 36 peces. La il·luminació de les peces es fa des de l’interior de la mateixa vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l’interior de la vitrina col·locades de forma horitzontal. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l’espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d’aquest espai.

Text escrit en un plafó de color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada 0 md’1,80 m. Manca d’il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l’esquerra i amb 89 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,40 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 322. Vitrina: “Les claus de l’èxit”.

**Núm. 57: vitrina: “La simplicitat del Cine NIC”.**

Vitrina parietal de grans dimensions: 1,80 x 1,80 m i annexa a l'anterior. Al seu interior es troben diferents models d'aparells de cine NIC. Les peces a l'interior de la vitrina es troben recolzades en tres lleixes i la part inferior està decorada amb tres elefants blancs de cartolina. En aquesta vitrina hi ha un total de 20 peces. La il·luminació de les peces es fa des de l'interior de la mateixa vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina col·locades de forma horitzontal. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l'espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d'aquest espai.

Text escrit en un plafó de color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada 0 md'1,80 m. Manca d'il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l'esquerra i amb 54 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,40 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 323. Vitrina: “La simplicitat del Cine NIC”.

**Núm. 58: plafó introductori de les vitrines dedicades al cine NIC, penjat de la paret i titulat: “El Cine NIC”.**

Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Lletre estàtica de color taronja sobre fons blanc. Text format per 49 paraules, justificat a l'esquerra i acompanyat per un dibuix a una sola tinta. Tipus de lletra Arial 80. Alçada d'1,50 m del terra. Dimensions del plafó amb text: 0,60 x 2,40 m.

Dibuix, a una sola tinta, de color negre sobre fons blanc, on hi surt representada la imatge comercial del Cinema NIC: un elefant blanc amb un nen de color negre al damunt. Dimensions del plafó amb dibuix: 1,20 x 2,4m.



Figura 324. Plafó introductori de les vitrines dedicades al cine NIC.

**Núm. 59: Mickey Mouse i Mowgli.**

Disposades verticalment a la paret, dos peces emmarcades. A la part superior hi ha el dibuix fet a una sola tinta de Walt Disney del famós personatge Mickey Mouse i a la part inferior un dibuix fet al damunt de cel·luloide de la pel·lícula d'animació “The Jungle book”. Les



dimensions de les peces són: 43x38cm per la peça de Mickey Mouse (a 1,46m del terra predomina el color blanc/crema sobre el traç del llapis de color gris) i 50 x 55 per “The Jungle Book” (a 0,90 mm del terra i hi predominen varis colors. Crida l’atenció perquè sembla que tingui relleu) .

Cartel·les situades verticalment, a la banda dreta de cada peça. Fons gris i lletres blanques. Tipus de lletra Arial 14 i text justificat centrat. Text escrit en català. Alçada d’1,46 m respecte el terra per la cartel·la de Mickey Mouse i a 0,90 del terra per la cartel·la de “The Jungle Book”. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm.



Figura 325. Mickey Mouse i Mowgli.

**Núm. 60: plafó introductori de les vitrines, penjat de la paret i titulat: “Jugar amb la imatge”.**

Text escrit en català, castellà, francès i anglès. Lletres estàtiques de color taronja sobre fons blanc. Text format per 33 paraules, justificat a l’esquerra i acompanyat per un dibuix a una sola tinta. Tipus de lletra Arial 80. Alçada d’1,50 m del terra. Dimensions del plafó amb text: 0,60 x 2,40 m.

Dibuixos , a una sola tinta, de color negre sobre fons blanc. Hi surten representats nens projectant imatges i jugant entre ells. Dimensions del plafó amb dibuix: 0,25 x 2,4m.



Figura 326. Plafó introductori de les vitrines.

### **Núm. 61: vitrina: “Llanternes cinematogràfiques”.**

Vitrina parietal de grans dimensions: 1,80 m. X 1,80 m. Al seu interior es troben llanternes que projecten imatges amb moviment. En destaca un teatret d’ombres on hi surt representat el personatge de Charlot i una caixa amb els personatges de la Walt Disney Mickey i Minnie Mouse. Entre totes les peces de colors grisos i negres, en destaquen tres de color vermell. Les peces a l’interior de la vitrina es troben recolzades en tres lleixes. En aquesta vitrina hi ha un total de 20 peces. La il·luminació de les peces es fa des de l’interior de la mateixa vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l’interior de la vitrina col·locades de forma horitzontal i vertical. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l’espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d’aquest espai.

Text escrit en un plafó de color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada de 0 m1,80 m. Manca d'il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l'esquerra i amb 53 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,40 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 327. Conjunt de vitrines 61 i 62.



Figura 328. Vitrina: "Llanternes cinematogràfiques".

**Núm. 62: vitrina: “Projectors de cinema infantil”.**

Vitrina parietal de grans dimensions: 1,80 m. x 1,80 m. Al seu interior es troben diferents models de llanternes per projectar petites pel·lícules per a nens. En destaca sobretot, un televisor col·locat a 0,90 m. del terra que mostra imatges en color i en moviment. Les imatges projectades no van acompanyades d'àudio. La pantalla del televisor fa 30x38cm. Les peces a l'interior de la vitrina es troben recolzades en tres lleixes. En aquesta vitrina hi ha un total de 12 peces. La il·luminació de les peces es fa des de l'interior de la mateixa vitrina.

Les cartel·les de les peces es troben a l'interior de la vitrina col·locades de forma horitzontal i vertical. Totes tenen el fons gris i les lletres blanques, el tipus de lletra és Arial 14 justificació centrada. Text escrit en català. Dimensions de la cartel·la: 15 x 7 cm. La part superior de la vitrina és l'espai destinat a la informació que contextualitza totes les peces d'aquest espai.

Text escrit en un plafó de color taronja amb lletres blanques i situat verticalment a la part superior de la vitrina. Es troba a una alçada de 0 m1,80 m. Manca d'il·luminació directa. Tipus de lletra Arial 64, text justificat a l'esquerra i amb 65 paraules. Dimensions del plafó del text: 1,80 x 0,40 m. Text escrit també en castellà, anglès i francès.



Figura 329. Vitrina: “Projectors de cinema infantil”.

**Núm. 68: Espai Taller.**

Espai del museu no integrat dins el recorregut de la visita de la sala, i destinat a la realització de les activitats escolars i presentacions del museu. Quan no s'utilitza per a la seva finalitat original, s'obre al públic amb objectes manipulables situats al damunt de les taules. Quan aquest està preparat per a ser utilitzat com a taller escolar, no es pot visitar per l'usuari/visitant del museu.



Figura 330. Núm. 68: Espai taller tancat al públic.



Figura 331. Núm. 68: Espai taller obert al públic.

## **6. DESCRIPCIÓ I ANÀlisi DE LES DADES**

## 6.1. L'enquesta

En aquest apartat del treball exposem les característiques sociodemogràfiques, variables i motivacions de les visites dels nens i nenes que varen rebre els cinc museus objecte d'estudi al llarg d'un any natural en el marc d'una visita familiar. Tot seguit mostrem la informació recopilada i buidada a partir de les 856 entrades de famílies registrades pel personal d'atenció al públic dels cinc museus analitzats, tal i com ja ha estat comentat en el capítol de metodologia.

### 6.1.1. Característiques sociodemogràfiques

#### 6.1.1.1. Edats dels nens i nenes visitants dels museus

En el global dels cinc museus s'ha registrat l'entrada de 1.321 nens i nenes de 5 a 12 anys. Al Museu del Cinema hi han entrat d'aquesta edat al llarg d'un any 646 nens i nenes en el marc d'una visita familiar no organitzada; al Museu d'Art de Girona 278; al d'Arqueologia 194; al dels Jueus 185 i, finalment, al Museu d'Història de la Ciutat 18. Aquests 1.321 suposen el 84% del nens i nenes que han entrat al museu amb una edat inferior als 16 anys, que és l'edat fins a la qual les persones es consideren com a "nens" en l'àmbit dels museus estudiats. A partir d'aquesta edat es consideren adults, ja que passen a pagar el mateix import en l'entrada que els adults. Totes les edats estan força representades d'una manera similar, ja que registren percentatges molt semblants.

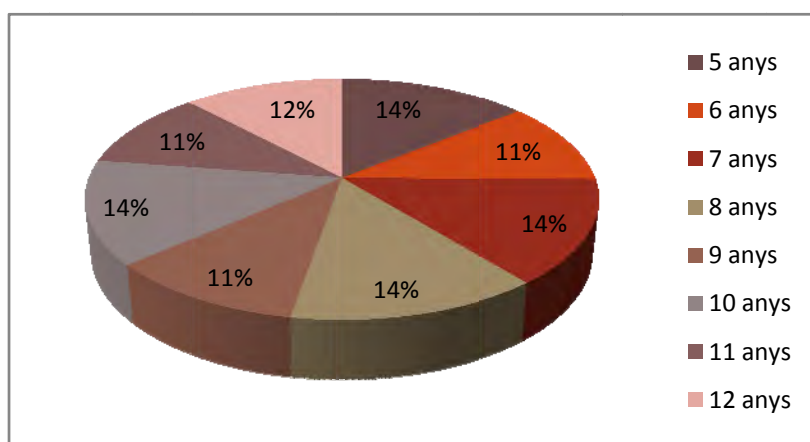


Figura 332. Percentatges de les edats dels nens i nenes visitants dels museus de Girona.

### 6.1.1.2. Lloc de residència de les famílies

La majoria de les famílies amb nens que visiten els museus de Girona són espanyoles, amb un 58%. Aquest 58% queda repartit de la següent manera: provinents de l'àmbit espanyol exclòs el català (15%), de Catalunya excloses les comarques de Girona (29%) i, amb el percentatge més baix, el conjunt originari de les comarques de Girona (14%). El 42% restant de les famílies són provinents de fora de l'estat espanyol.

Per museus (fig.333), podem apreciar que el Museu d'Història de la Ciutat és el museu que rep el percentatge més alt de famílies de diferents parts de Catalunya (50%). En canvi, els Museus d'Arqueologia (45%) i d'Art (55%), són els que registren els percentatges més alts pel que fa a famílies estrangeres.

Destaquem que el Museu d'Història dels Jueus no ha registrat cap família de les comarques de Girona, és a dir, que el 100% de les seves famílies visitants, són de fora del territori gironí. En aquesta mateixa línia és interessant destacar que, per una banda, el Museu d'Història de la Ciutat és el que registra el percentatge més baix de famílies estrangeres (8%), i per l'altra, el Museu d'Art de Girona, que també registra el percentatge més baix (9%) de visites de famílies de l'Estat Espanyol.

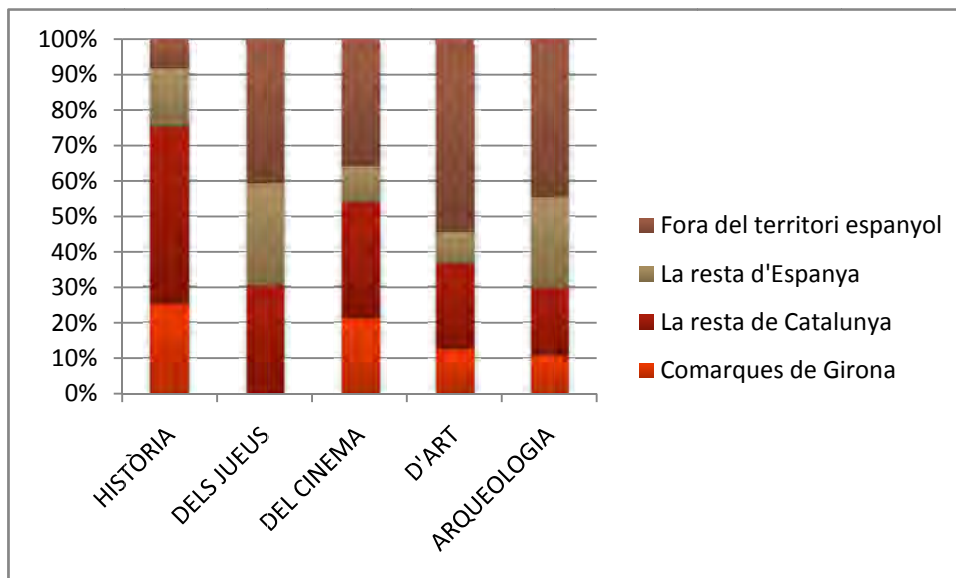


Figura 333. Percentatge segons el lloc de residència per museus.



Així doncs, pel que fa al lloc de residència de les famílies visitants, observem que, en línies generals, els visitants familiars amb nens i nenes de 5 a 12 anys de les comarques de Girona són el grup de població amb menys representació als museus gironins. Pel contrari, podem observar que les famílies estrangeres (les de fora d'Espanya), i les famílies catalanes (excloses les gironines) són les que més freqüenten aquests museus. A molt poca distància de les famílies gironines, registrem les espanyoles.

### 6.1.1.3. Idioma.

Com a complement a les dades recollides sobre el lloc de residència, és rellevant pel nostre estudi conèixer la llengua que utilitzen habitualment els nens i les nenes que visiten els museus gironins per poder entendre, si és el cas, el comportament que s'haurà registrat mitjançant l'observació no participant. Segons les dades recollides en el moment de la venda de l'entrada, el 44% de les famílies visitants parlen habitualment català, el 20% francès, el 15% castellà i el 9% anglès. L'alemany, l'italià i la resta de llengües (rus, hebreu, holandès, portuguès i serbi) que s'han englobat dins el concepte "altres llengües", són molt minoritàries respecte les ja comentades (fig. 334). Entre els visitants estrangers, sabem que el 47% parla habitualment francès, el 21% anglès i el 21% "altres llengües" (rus, hebreu, holandès, portuguès i serbi), el 7% italià i el 5% alemany.

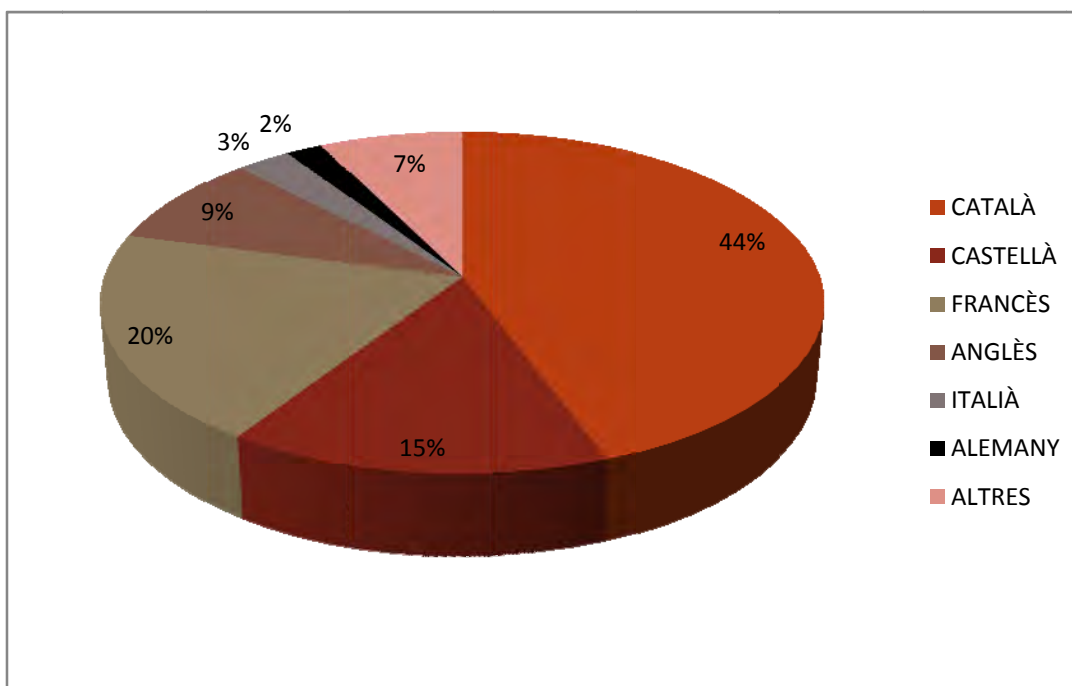


Figura 334. Percentatge de l'idioma que parlen habitualment les famílies visitants.

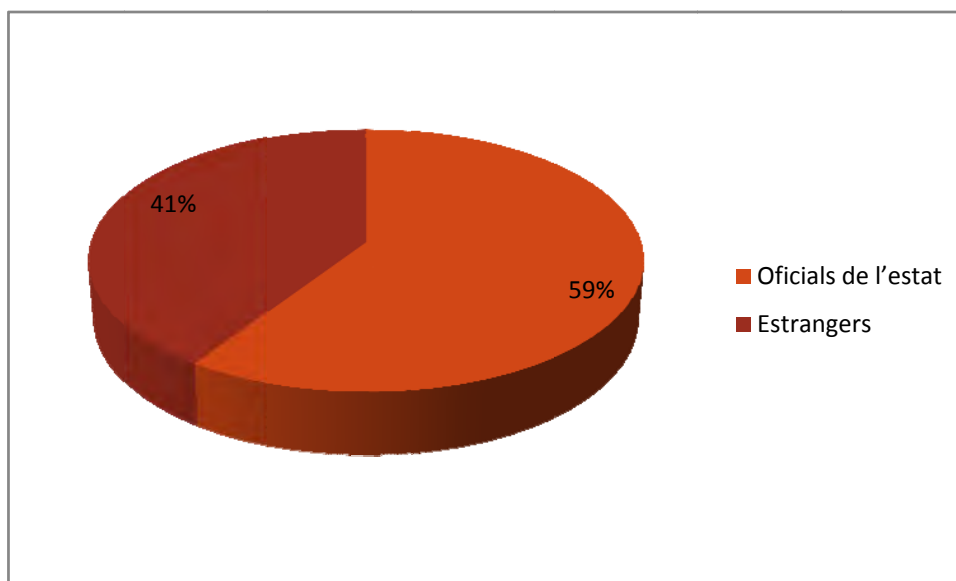


Figura 335. Percentatge dels idiomes oficials de l'estat espanyol i idiomes oficials en països estrangers parlats habitualment per les famílies visitants.

Per museus, el 67% de les visites familiars del Museu d'Història de la Ciutat són catalanoparlants, amb molt poca presència de visitants amb parla d'altres llengües. El 34% de les famílies visitants del Museu d'Història dels Jueus també és bàsicament catalanoparlant, però molt igualat amb els visitants familiars de parla castellana (26%). Del Museu d'Història dels Jueus però, en destaca el 16% de famílies visitants que parlen altres llengües (diferents a l'anglès, francès, alemany i italià) com, per exemple, l'hebreu. Del Museu del Cinema, cal assenyalar el 55% de catalanoparlants i el 24% de francesos, molt semblant, en el segon cas però no al primer, a les xifres registrades al Museu d'Art de Girona (38% català i 24% francès). Pel que fa al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, en canvi, els seus resultats són molt homogenis entre totes, per un costat, llengües oficials de l'estat espanyol, 30% català, 28% castellà, i per, l'altre, les estrangeres : 13% francès, 12% altres llengües i 8% anglès.

En resum, podem afirmar que en general l'idioma que parlen habitualment les famílies que visiten els museus de Girona és el català. També és interessant apuntar que la llengua oficial de l'estat, el castellà, és utilitzada en menys casos que la llengua veïna, el francès (fig.336).

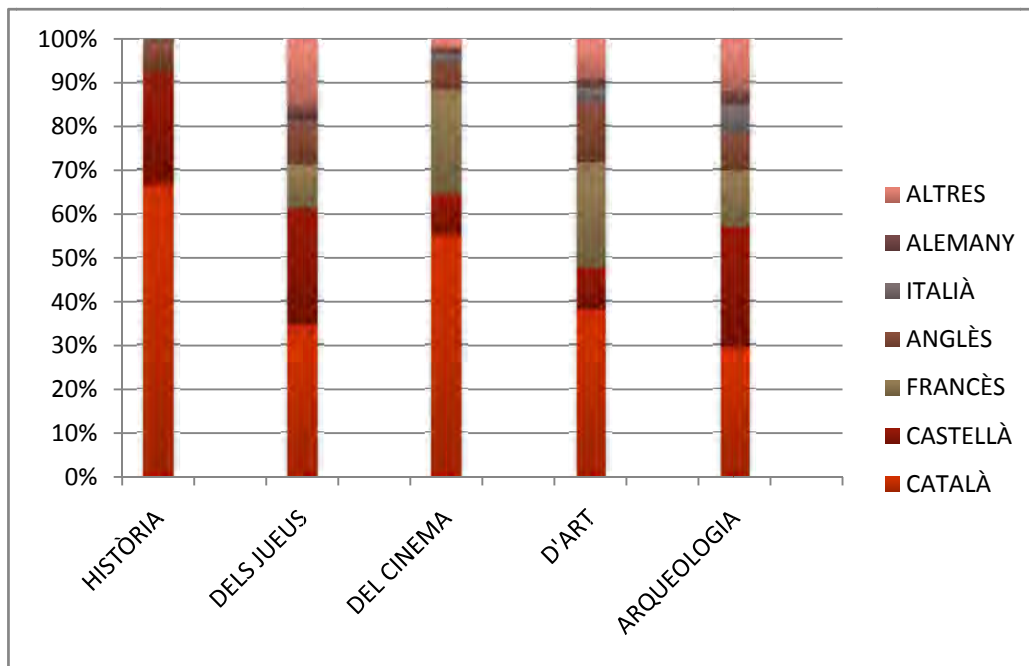


Figura 336. Percentatge dels idiomes que parlen habitualment les famílies visitants per museu.

### 6.1.2. Variables de la visita

S'ha pogut observar que el 62% de les famílies visitants estan formades per dos adults, el 17% només per un i la resta consta de més de 3 adults (fig. 337). Analitzant museu per museu, observem com aquest percentatge es repeteix en cada cas. No obstant, en el cas del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, a diferència dels altres, destaca pel fet que el percentatge de famílies amb 3 i 4 adults és molt semblant al percentatge de famílies compostes per dos adults i molt lluny del percentatge de les visites familiars formades per un de sol (fig. 338). En aquest museu, les famílies compostes per un sol adult suposen el 8% del total, les formades per tres i quatre adults, el 45%.

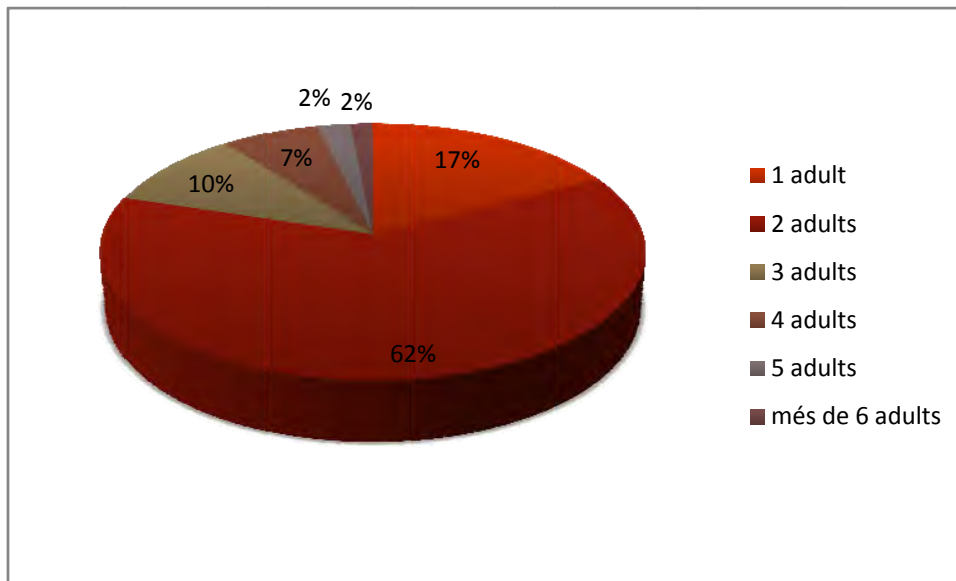


Figura 337. Percentatge del nombre d'adults del grup familiar.

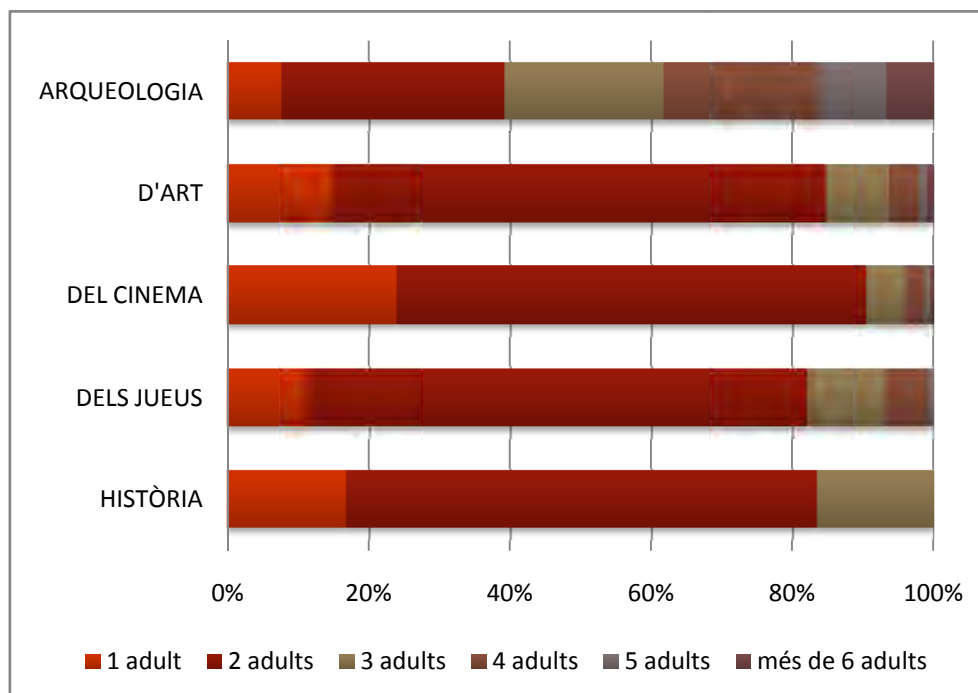


Figura 338. Percentatge del nombre d'adults que visiten el museu dins el grup familiar per museu.

En quant als nens que formen part del conjunt del grup familiar, és important destacar que el 46% solen ser famílies amb dos nens, el 37% famílies amb un i el 14% famílies amb tres. Amb molta menys proporció trobem el nombre de famílies amb 4, 5, 6, 7, 8 i 9 nens, essent els de 8 i 9, casos molt aïllats. Com a particularitat, esmentem que al Museu d'Història de la Ciutat no va entrar cap grup familiar amb més de dos nens/es (fig.340).

El patró més comú entre les famílies del Museu del Cinema, del Museu d'Història dels Jueus, del Museu d'Història de la Ciutat i del Museu d'Art de Girona, és el de 2 nens i 2 adults (59%). En canvi, el dels visitants familiars del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona és de 2 adults i 1 nen o nena, un altre aspecte diferenciat d'aquest darrer museu en relació a la resta (fig.340).

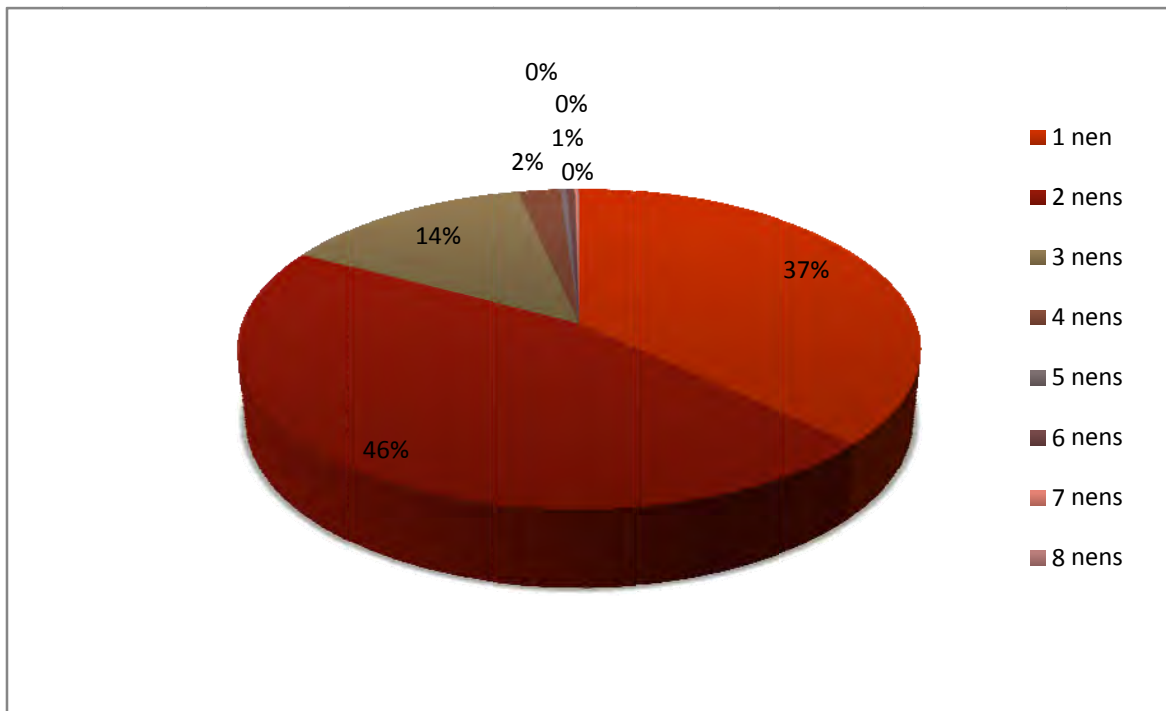


Figura 339. Percentatge del nombre de nens que visiten el museu dins el grup familiar.

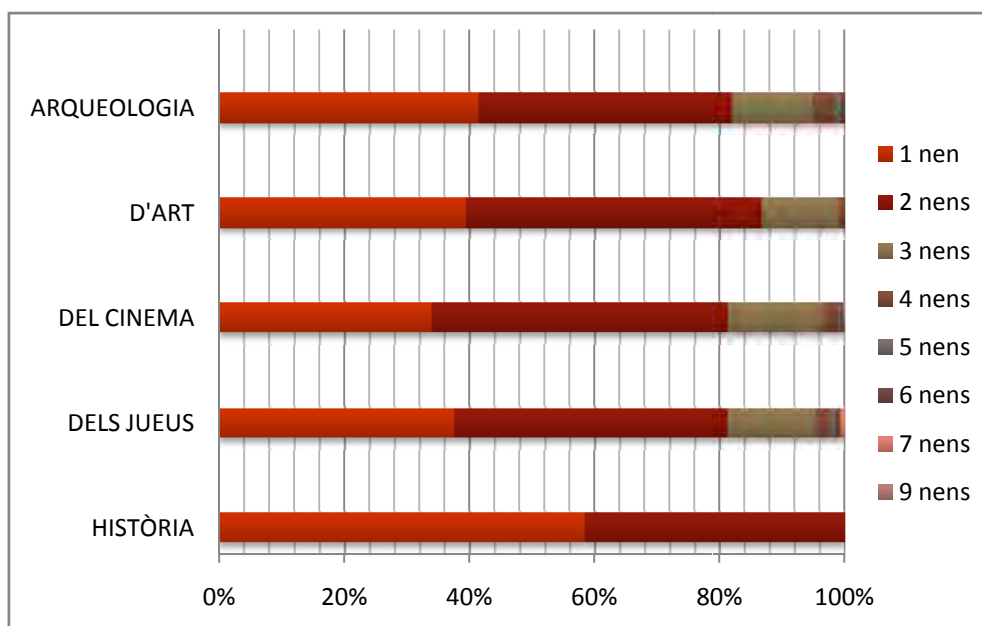


Figura 340. Percentatge del ombre de nens que visiten el museu dins el grup familiar per museu.

#### 6.1.2.1. Període de la visita per família

Les famílies que han visitat els cinc museus de la ciutat de Girona ho han fet en el 35% dels casos durant el mes d'agost. En segon lloc, el mes de juliol ha rebut un 19% de les visites familiars i, en el tercer, el mes d'abril amb el 12%. La resta de mesos de l'any, a excepció de gener i febrer, n'ha rebut aproximadament un 4% cadascun d'ells (fig.341). Finalment destaquen els dos primers mesos de l'any (amb un 2% respectivament), com els que registren una menor afluència de visitants familiars.

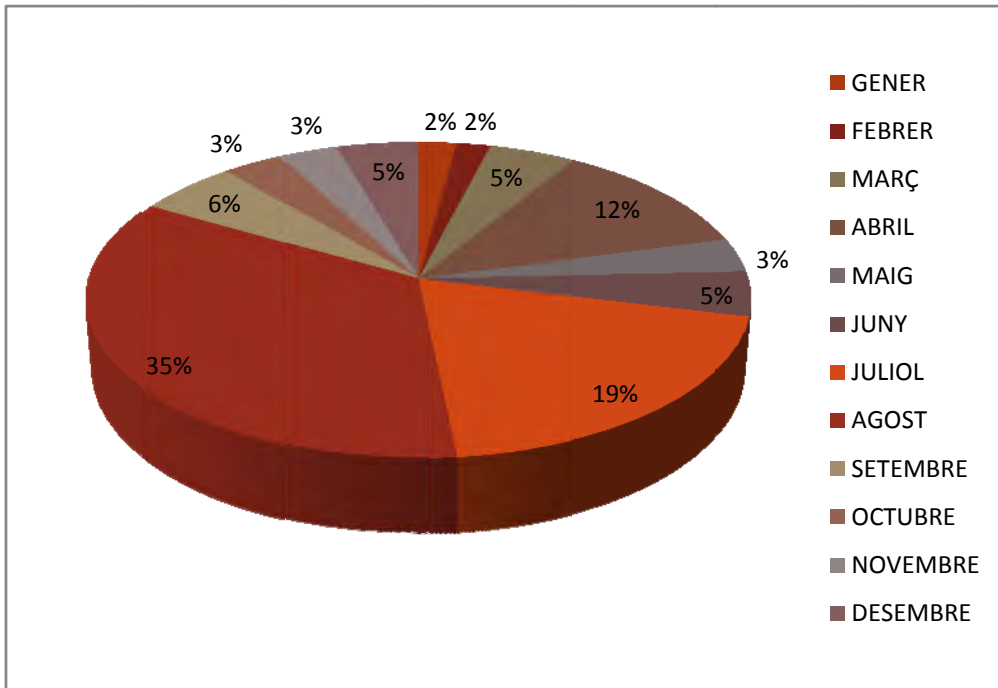


Figura 341. Percentatge de la temporalitat per mesos de les visites de les famílies en el conjunt dels museus gironins estudiats.

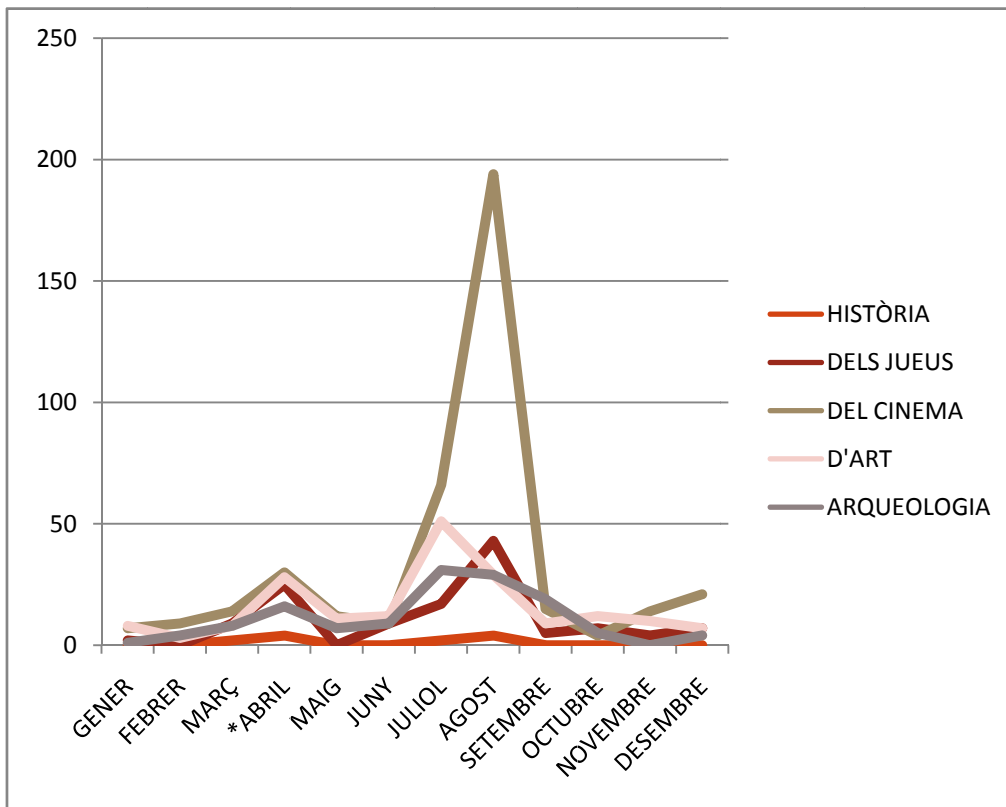


Figura 342. Nombre de visites familiars als diferents museus per mesos.

Tal i com podem observar a la figura 342, cap dels museus no s'allunya de la tendència general en la qual el nombre més important d'entrades es produeix durant els mesos d'estiu, especialment l'agost, i en segon lloc durant el mes d'abril. Per contra també podem observar que en tots els museus els mesos de gener i febrer són els que registren menys famílies visitants.

No obstant, voldríem destacar dos casos interessants ja que marquen una certa diferència en comparació a la resta. Per una banda, el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, que durant el mes de setembre registra un 14% de les visites familiars anuals. En canvi, la resta de museus en aquest mateix mes es mouen amb uns percentatges molt més baixos: Museu d'Art de Girona (5%), Museu del Cinema i Jueus (4% cadascú) i Museu d'Història de la Ciutat (0%). Per l'altra, el Museu del Cinema durant el mes d'agost ha registrat el pic més alt de visitants, el 49% de les visites familiars de tot un any, quan la resta de museus s'ha mogut amb valors molt més baixos: Museu d'Història dels Jueus (34%), Museu d'Història de la Ciutat (33%), Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona (22%) i Museu d'Art de Girona (16%).

Al nostre entendre, la temporalitat general s'explica en funció del calendari escolar i les respectives vacances que coincideixen amb els mesos de més aflluència als museus. Per tant, és lògic que els mesos d'estiu siguin els que registren més visites de públic familiar. El mes d'abril també és significatiu perquè coincideix amb la Setmana Santa, període també de vacances escolars<sup>112</sup>. No obstant, per la mateixa raó sobta que durant els mesos de desembre-gener (període que coincideix amb les vacances de Nadal), les famílies no visitin els museus de la ciutat amb percentatges elevats, tal i com passa durant les vacances estivals o les de setmana santa, tot i que els museus amplien els horaris d'obertura durant les festes nadalenques i realitzen activitats paral·leles. El més d'octubre també és un xic sorprenent: 3% de visites familiars de mitjana, tant el mes d'octubre com el mes de novembre, mesos en els quals se celebren les Fires de Girona. Malgrat que tots els museus organitzen activitats i visites especials, les famílies amb nens no són el públic més habitual en aquestes dates.

Si anem al detall concret dels períodes de vacances podrem veure que durant les festes de Nadal s'ha realitzat el 2% de les visites familiars. Pel període conegut com el pont de la

---

<sup>112</sup> A la gràfica, s'ha expressat \*ABRIL per tenir constància que la Setmana santa va coincidir durant el mes d'abril



Puríssima (amb els festius del 6 i 8 de desembre) el 3%, durant la Setmana Santa el 9% i durant les vacances d'estiu el 59%<sup>113</sup>.

Per calibrar el pes de les respectives vacances en el flux de visitants familiars hem de tenir en compte les setmanes de durada de les respectives vacances escolars, ja que per exemple, no són igual de llargues les vacances de Nadal que les d'estiu. És a dir, no podem mesurar de la mateixa manera les vacances de Nadal amb les vacances d'estiu, ja que és evident que les vacances d'estiu rebran més visitants perquè tenen una durada de 12 setmanes, en canvi les de Nadal, només 2. Per aquest motiu l'afluència de famílies també s'han tractat en funció de la durada de les festes. Així doncs, coneixent el nombre de famílies que visiten els museus per setmana en període de vacances, sabem que la Setmana Santa, que dura una setmana, rep 76 famílies. Els mesos de vacances estivals, juliol i agost, constituïts per un total de 12 setmanes, registren una mitjana de 42 famílies per setmana. El pont de la Puríssima, que dura una setmana (els escolars van fer festa l'any d'estudi del 4 al 8 de desembre), rep una mitjana de 29 famílies visitants setmanals i finalment, les dues setmanes de les festes de Nadal i el període de l'any en el qual no hi ha vacances escolars, d'una durada equivalent a 36 setmanes, signifiquen pels museus l'entrada de tan sols 7 famílies a la setmana respectivament.

Per tant, aquestes dades ens rebel·len que, per setmanes, el període amb més visites és per sobre de tot, la Setmana Santa, seguit de les setmanes de l'estiu i després per la del pont de la Puríssima. En canvi, hi ha el mateix percentatge de visites setmanals els dies de Nadal que qualsevol setmana lectiva de l'any (fig. 343).

---

<sup>113</sup> Així en el global de vacances escolars el nombre de visites arriba al 73% del total. Per contra, en el període que no és de vacances escolars, és a dir, en període lectiu, es registre quelcom més d'una quarta part de les visites (27%), sabent que el període lectiu és el 48% de l'any.

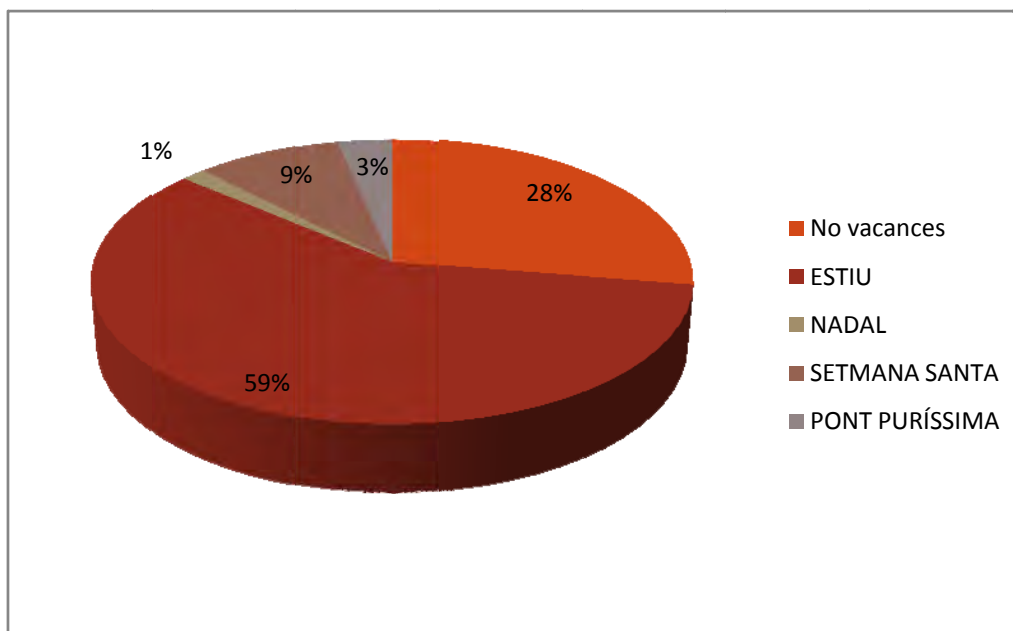


Figura 343. Percentatge de visites familiars durant el període de vacances escolars.

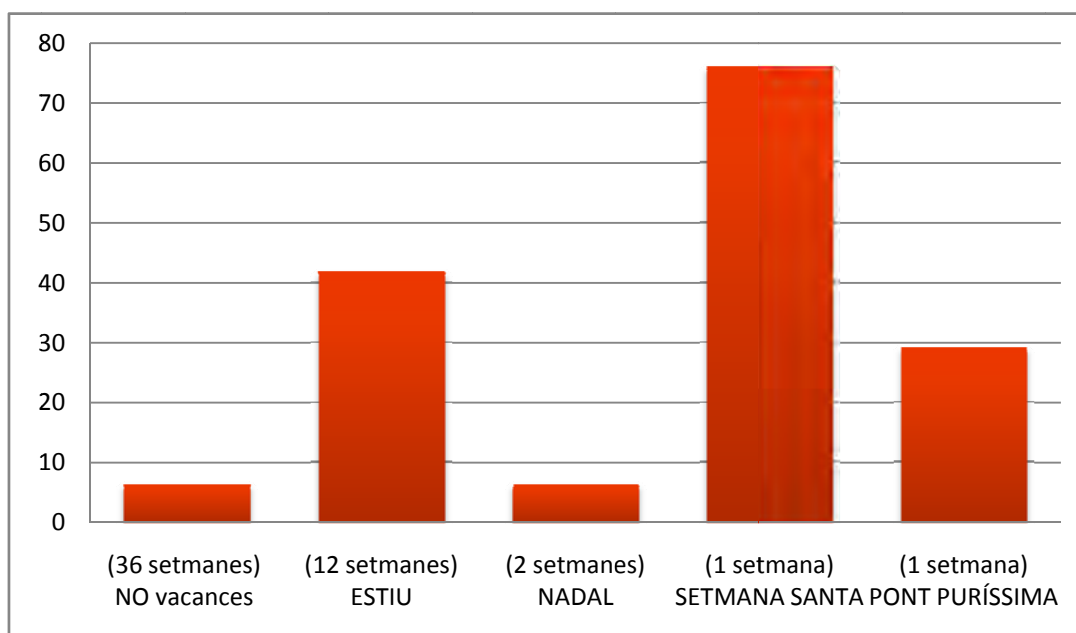


Figura 344. Mitjana de famílies per setmana segons si són lectives o de vacances.

Tot i considerar el flux de visites en funció de les vacances escolars, aquesta realitat general és difícil extrapolar-la literalment a la realitat individual de cada museu. Per això volem destacar alguns casos que ens criden l'atenció (fig. 345).

Pel que fa a les vacances de Nadal, podem observar que ni el Museu d'Història de la Ciutat ni el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona registren visites familiars. En aquest període el museu que en registra més és el Museu d'Art de Girona amb un 5% de les seves visites. Pel que fa a les vacances de Setmana Santa, el museu que registra més visites familiars és el Museu d'Història de la Ciutat amb un 42%, seguit del Museu d'Història dels Jueus (13%), i amb valors inferiors al 10% de les visites, el Museus del Cinema, Museu d'Arqueologia de Catalunya-Girona i Museu d'Art de Girona. Arribats a les vacances escolars d'estiu, apreciem com el percentatge de visites familiars és molt similar entre els diferents museus. Finalment, la última festa escolar és la que fa referència al pont de la Puríssima. El percentatge de visites en aquestes dates és també molt similar entre museus, tot i això, podem diferenciar entre els museus que reben més visites (el Museu del Cinema i el Museu d'Història dels Jueus) i els que en reben menys (el Museu d'Art de Girona, d'Arqueologia i el d'Història) (fig.345). En canvi, en el període lectiu i sense vacances escolars, els museus que reben més del 30% de les visites familiars són el Museus d'Art de Girona, el Museu d'Arqueologia de Catalunya-Girona i el Museu d'Història dels Jueus.

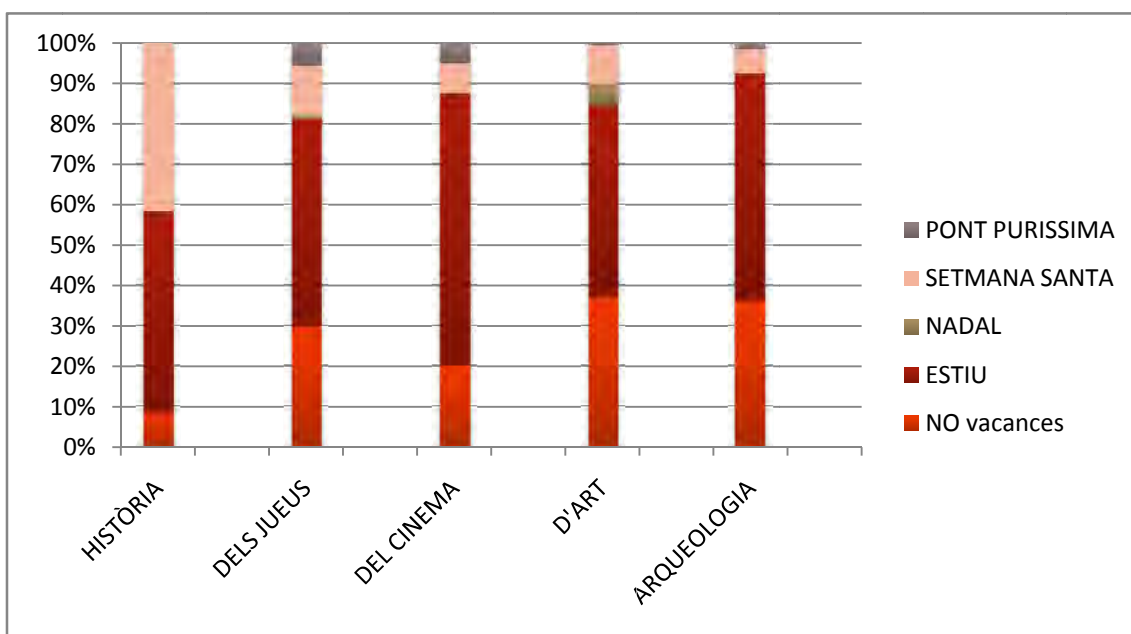


Figura 345. Percentatge de visites de les famílies segons el període de vacances escolars, per museus.

Finalment, un altre aspecte a considerar dins aquest apartat, és el període de la visita segons el lloc de procedència de la família visitant. En el nostre entendre, no s'estableixen les mateixes pautes per una família local amb unes vacances escolars marcades pel calendari estatal, que una estrangera que està de vacances segons el calendari escolar del seu país.

De les famílies de les comarques gironines que han visitat els museus durant l'any d'estudi, el mes amb més visites ha estat el mes d'agost i la resta de l'any manté un repartiment força equilibrat. Aquesta tendència es veu molt present també, amb les famílies catalanes. En aquests dos casos, el pes de les vacances hi és però no tant accentuat en comparació a altres segments de visitants. Així doncs, aquesta pauta no es repeteix amb les famílies registrades de la resta d'Espanya. Aquestes distribueixen més les visites entre l'agost, el juliol i l'abril, però deixen la resta de mesos de l'any amb un registre molt baix. De les famílies estrangeres registrades, els dos mesos de visites per excel·lència són els de juliol i agost. Per contra apreciem que a la resta de mesos el percentatge de visites és molt baix fins al punt que en el mes de desembre no es registra cap família estrangera, un panorama semblant a l'espanyol però encara més accentuat.

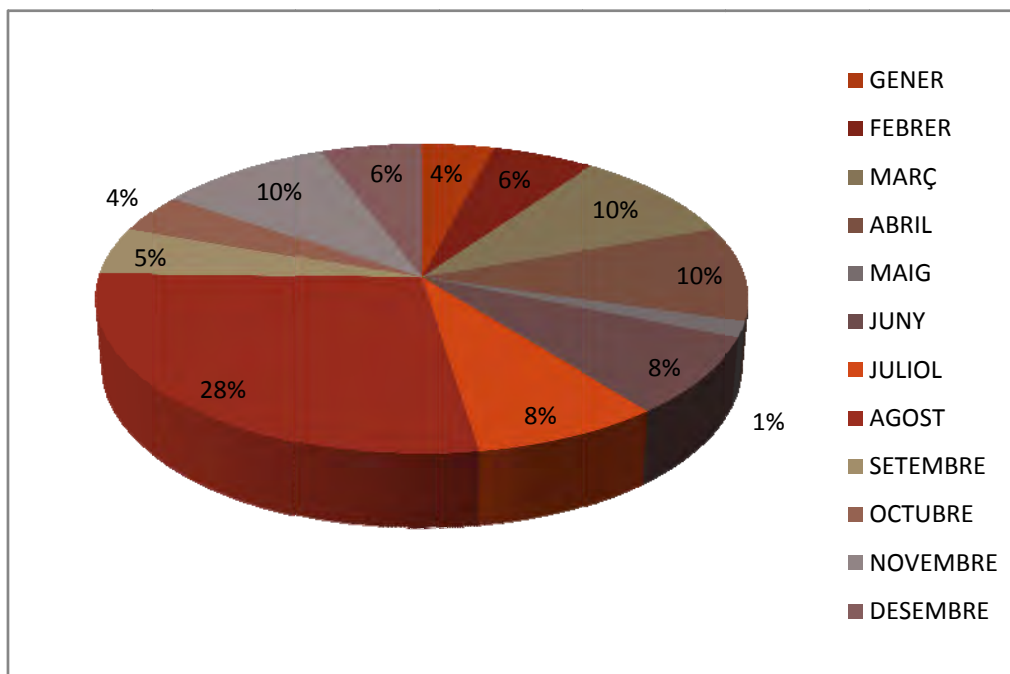


Figura 346. Percentatge de visites de les famílies gironines per mesos.

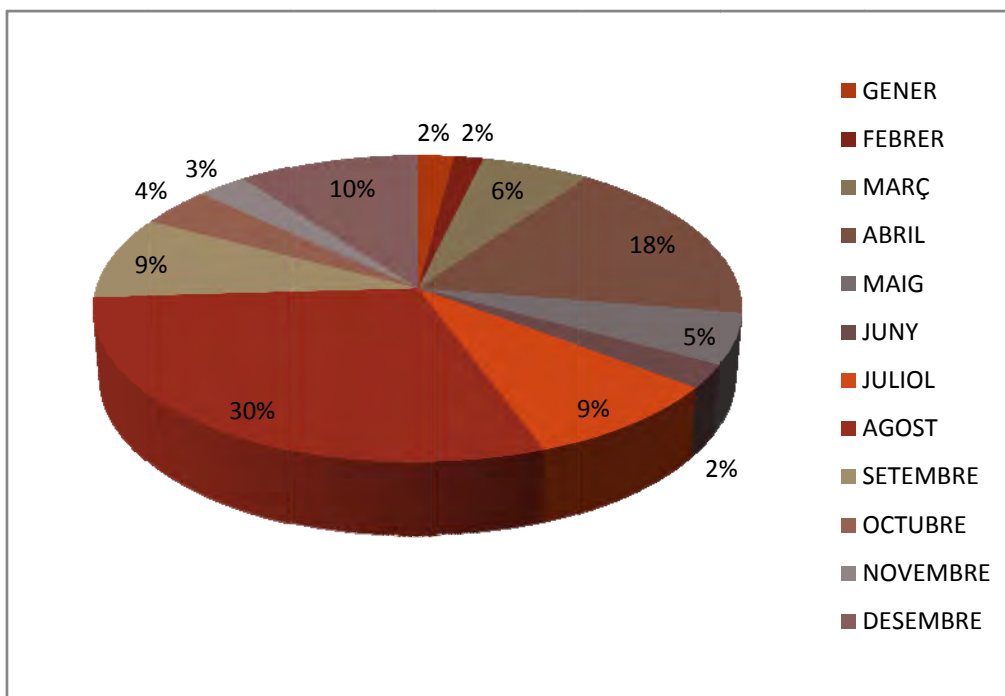


Figura 347. Percentatge de visita de les famílies catalanes per mesos.

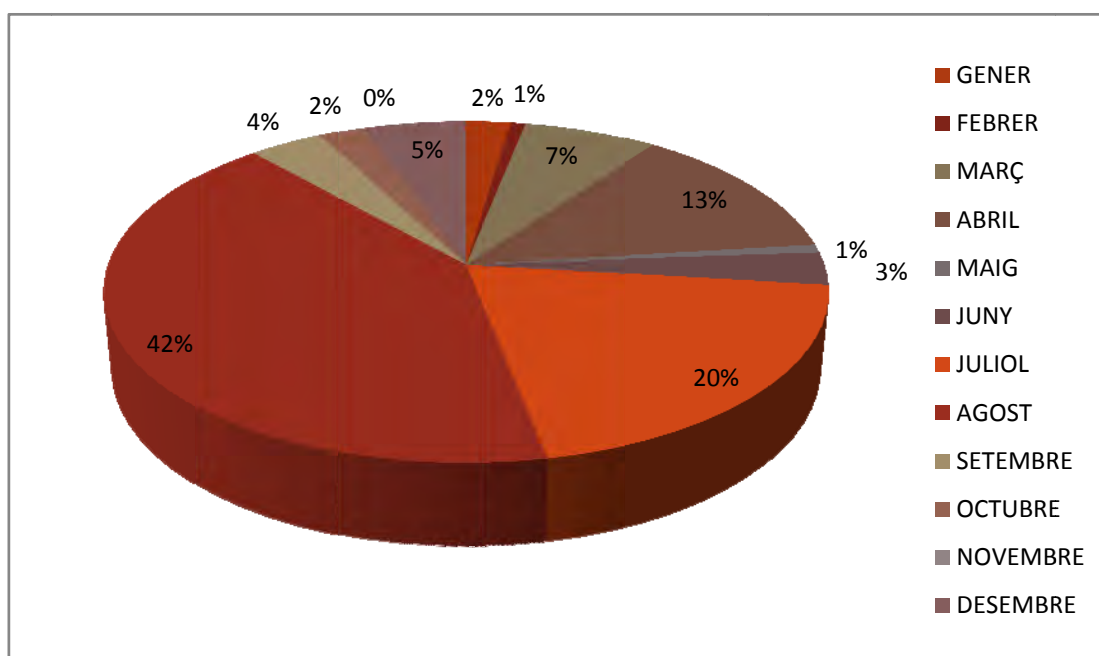


Figura 348. Percentatge de visita de les famílies espanyoles per mesos.

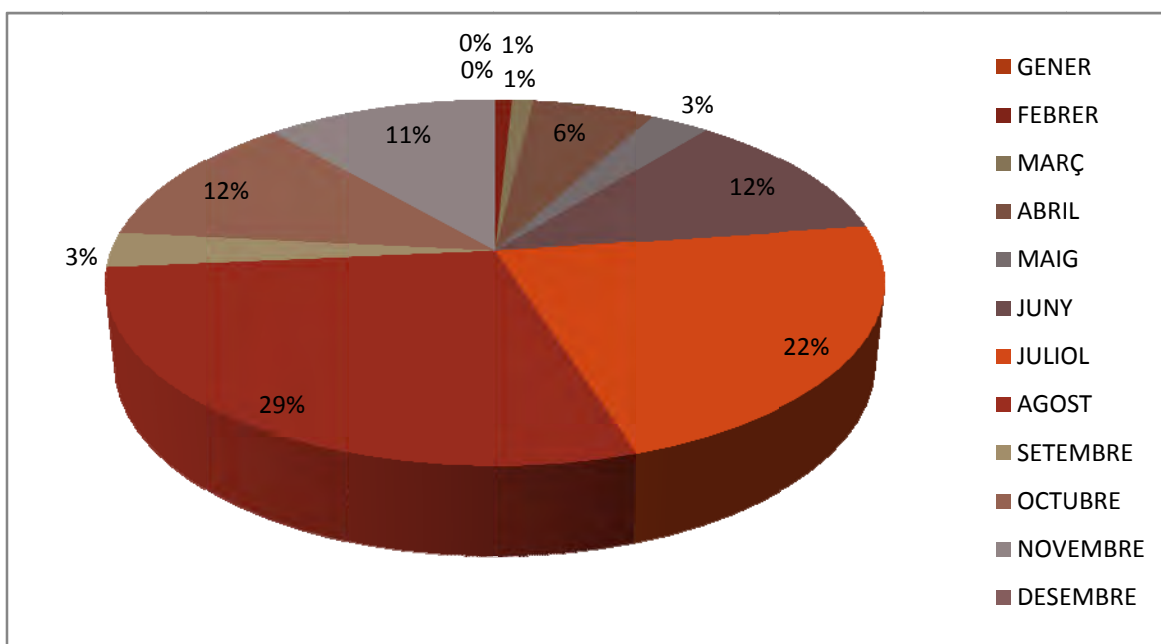


Figura 349. Percentatge de visita de les famílies estrangeres per mesos.

Un cop observades aquestes dades, i recordant altra vegada que el mes amb més afluència de visites familiars és el mes d'agost, voldríem puntualitzar altres aspectes sobre les visites de les famílies estrangeres. Els dos mesos que també reben molta afluència de visites estrangeres tot i que amb uns valors inferiors als suara citats són els mesos de juny (12%), octubre (12%) i novembre (11%). La resta de mesos els valors es mouen pel voltant del 5%, exceptuant els mesos de gener i desembre on no hem registrat entrades de visitants familiars estrangers.

El comportament de les visites segons nacionalitats, ens pot ajudar també a entendre les variables que poden condicionar el període de la visita al museu. Un dels motius d'aquestes pautes pot venir condicionat per les vacances locals de cada país i la seva disponibilitat per viatjar. Per aquest motiu considerem que també és interessant assenyalar quins són els períodes de vacances de les famílies que provenen de l'estranger.

Així doncs, els anglesos, durant el període de recollida de dades, van distribuir les vacances escolars de la següent manera: vacances d'estiu (6 setmanes: des de mitjans de juliol fins a principis de setembre) i a finals d'octubre (una setmana de vacances). A mitjans de febrer els anglesos fan una altra setmana, anomenada setmana blanca, i finalment una darrera a finals de maig. Les seves vacances de Nadal van ser també del 17 de desembre al 3 de gener, i també van fer festa durant la Setmana Santa (del 28 de març al 4 d'abril). Pel que fa la seva

correspondència amb la freqüència de les visites als museus, els mesos amb un percentatge més elevat són el juliol i l'agost, coincidint amb les vacances estivals, i el mes d'abril, coincidint amb *Easter Holidays*.

En el cas dels francesos, durant el període de recollida de dades, van anar a l'escola del 2 de setembre de 2010 al 5 de juliol de 2011. Les seves vacances de Nadal van ser del 17 de desembre al 3 de gener. Depenent de les zones de França, les vacances d'hivern van ser de l'11 al 27 de febrer o del 25 de febrer al 12 de març o del 18 febrer al 5 de març. També realitzen una altra setmana de vacances anomenades les vacances de primavera: del 7 al 23 d'abril o del 21 d'abril al 7 de maig o del 14 al 30 d'abril, depenent de les zones. Pel que fa la seva correspondència amb la freqüència de les visites als museus, els mesos amb un percentatge més elevat són el juliol i l'agost, coincidint amb les vacances estivals, i l'abril que coincideix amb les vacances de Setmana Santa.

Pel que fa als italians, aquests comencen l'escola a finals de la segona setmana de setembre i acaben entre la primera i la segona de juny. A l'octubre fan festa dues setmanes, una altra setmana de festa la fan al febrer, una altra a l'abril o maig (a triar pel centre escolar i que acostuma a coincidir amb la Setmana Santa), i finalment les festes de Nadal (del 17 de desembre al 3 de gener). Una altra vegada es produeix una coincidència en el flux de visites amb les vacances estivals i la setmana Santa.

En el cas dels alemanys, l'inici del curs escolar és a finals d'agost i acaben les classes a finals de juny (6 setmanes de vacances a l'estiu). Després d'aquestes, fan setmanes soltes que solen coincidir per l'octubre, Nadal (només una setmana o 10 dies), febrer i primavera. A part, tenen 10 dies festius religiosos que es reparteixen segons les zones i amb llibertat d'elecció pels centres. La coincidència amb les vacances escolars en aquest cas es manifesta durant els mesos d'estiu.

Finalment, hem volgut conèixer quines són les vacances escolars dels nens i nenes jueus, ja que a l'incloure el Museu d'Història dels Jueus dins el nostre estudi, la idiosincràsia del seu públic potencial ens obliga a tenir-los en consideració. Les vacances escolars jueus (ja sigui dels residents a Israel com persones de religió jueva que viuen als EUA) consisteixen en els següents festius: del 20 al 27 de desembre (Janucá), encara que molts centres escolars allarguen com a festes d'hivern fins el 2 de gener <sup>1</sup>, del 19 al 26 d'abril (Passover), del 5 al 14 d'abril (Pesaj) i finalment 27 i 28 de maig (Shavuot). Els escolars acaben les classes cap a l'11 de juny i hi tornen el 24 d'agost. Del 26 de setembre a l'1 d'octubre també fan festa

(Shabatton i Rosh Hashaná), 19, 20 i 21 d'octubre (Sucot) i, en darrer lloc i pels jueus americans, del 23 al 27 de novembre (Thanksgiving break). En aquest cas es pot observar també que el mes d'agost és un període de temps en el qual hi ha un bon nombre de visites, coincidint amb el període de vacances escolars, seguit del mes de juny, moment en el qual les classes ja han acabat.

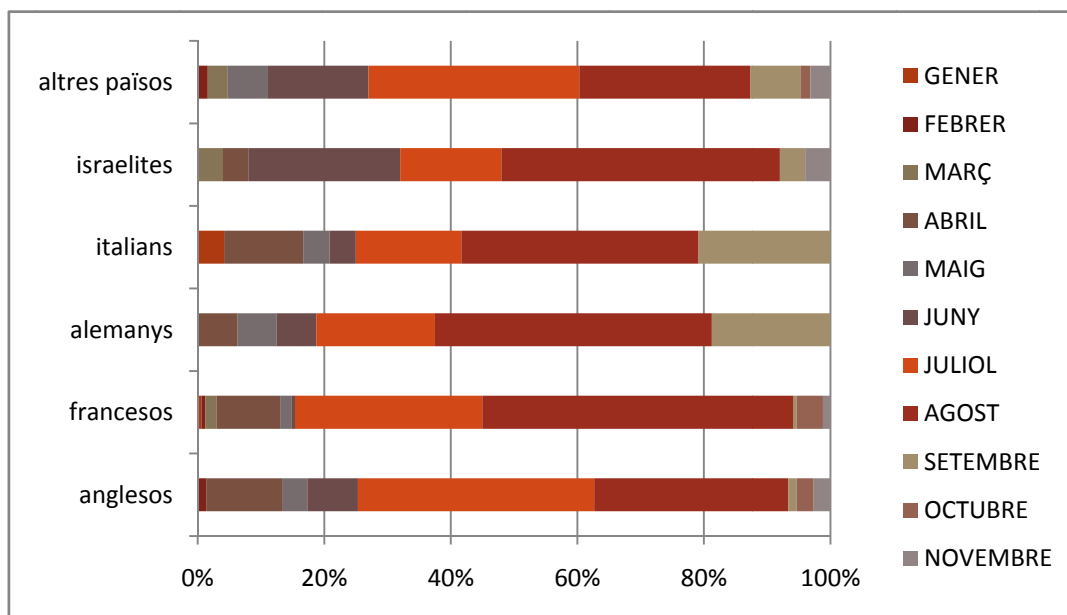


Figura 350. Temporalitat en percentatges de la visita de les famílies estrangeres, per nacionalitats i mesos.

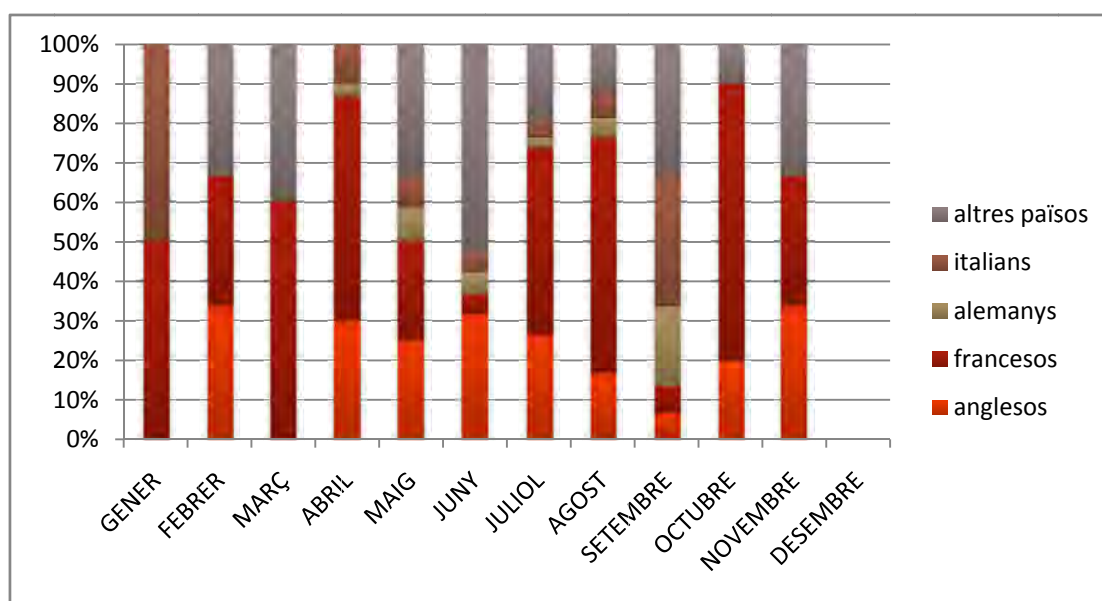


Figura 351. Percentatge de la visita de les famílies estrangeres, per nacionalitats i mesos.



Així doncs, amb aquesta informació addicional sobre les vacances del públic familiar estranger, podem constatar que les famílies estrangeres acostumen a no visitar els museus gironins durant les vacances de Nadal: només un 1% de les visites realitzades per estrangers es dona durant el període nadalenc. En canvi, aprofiten les setmanes de vacances de la primavera, que en alguns països coincideix amb la nostra Setmana Santa i en altres no, (9%). Els percentatges que oscil·len entre el 3% i el 5% de visites, són els dels mesos de setembre, octubre, maig i juny, coincidint amb les setmanes de lliure disposició que tenen molts dels escolars estrangers. No obstant, la preferència de viatjar i visitar museus durant les vacances d'estiu (juliol amb un 30% i agost amb un 39%), és un comportament generalitzat per totes les nacionalitats, ja que totes fan les vacances escolars durant aquests mesos de l'any.

#### 6.1.2.2. Festius i no festius.

Una altra dada interessant per conèixer les característiques dels visitants familiars, és la que s'ha obtingut relacionant la visita al museu amb el dia de la setmana en la qual s'ha realitzat. Així, obtenim un indicador que ens permet considerar les visites com a part de les activitats familiars dels dies festius en comparació als laborables (laborables o festius des del punt de vista del museu, no de les persones que evidentment si són de vacances aquesta distinció es podria considerar irrellevant). Malgrat aquesta presumpció inicial, hem pogut constatar que només el 26% de famílies que han accedit als cinc museus ho han fet en dies festius i, per contra, el 74% restant ho ha fet en dies laborables.

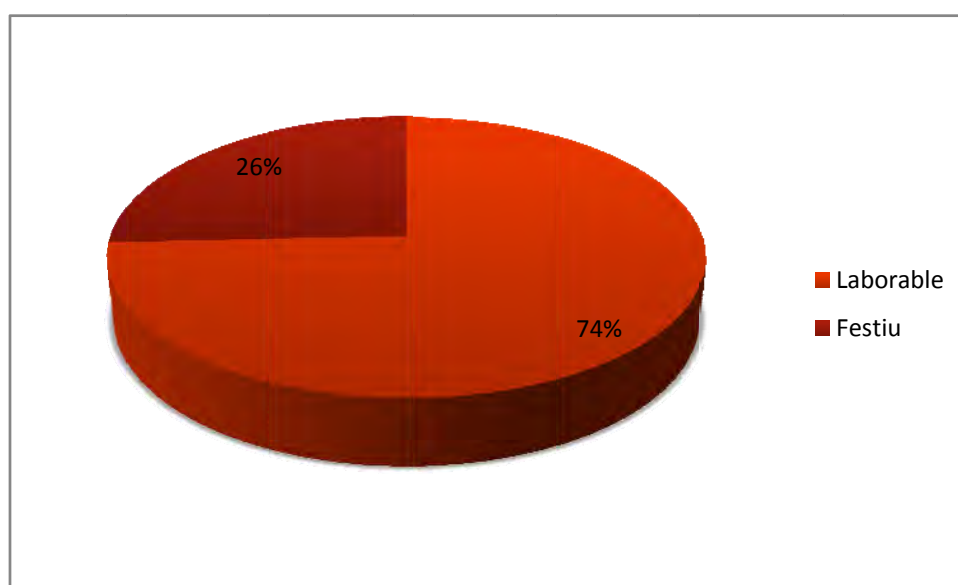


Figura 352. Percentatge de famílies que visiten els museus segons festiu/laborable.

D'entrada, sense ponderar, si analitzem aquestes dades segons la seva procedència es pot observar que la majoria dels visitants estrangers i espanyols i catalans visiten els museus gironins en dies laborables.

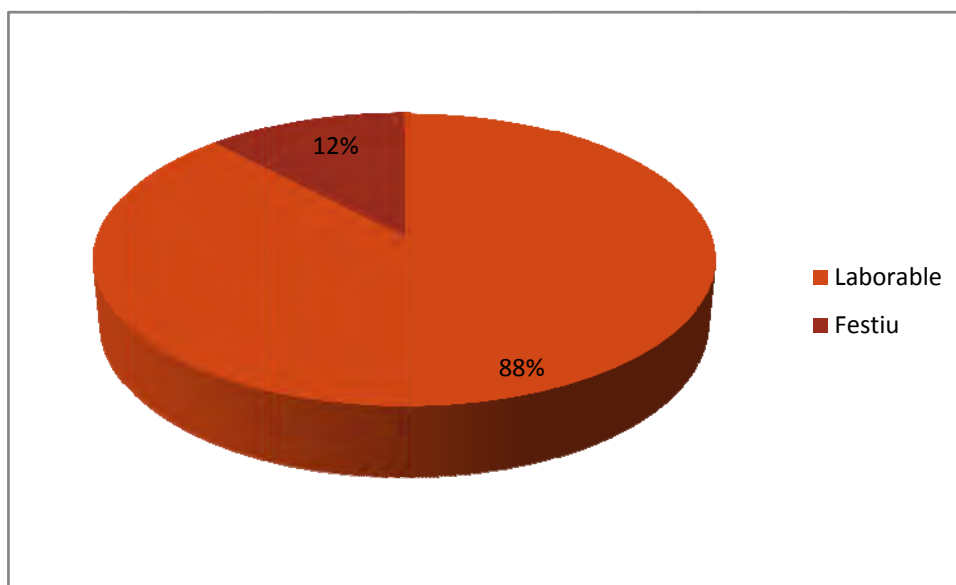


Figura 353. Percentatge de dies festius i dies laborables, pel museu, de la visita per part de les famílies estrangeres i espanyoles.

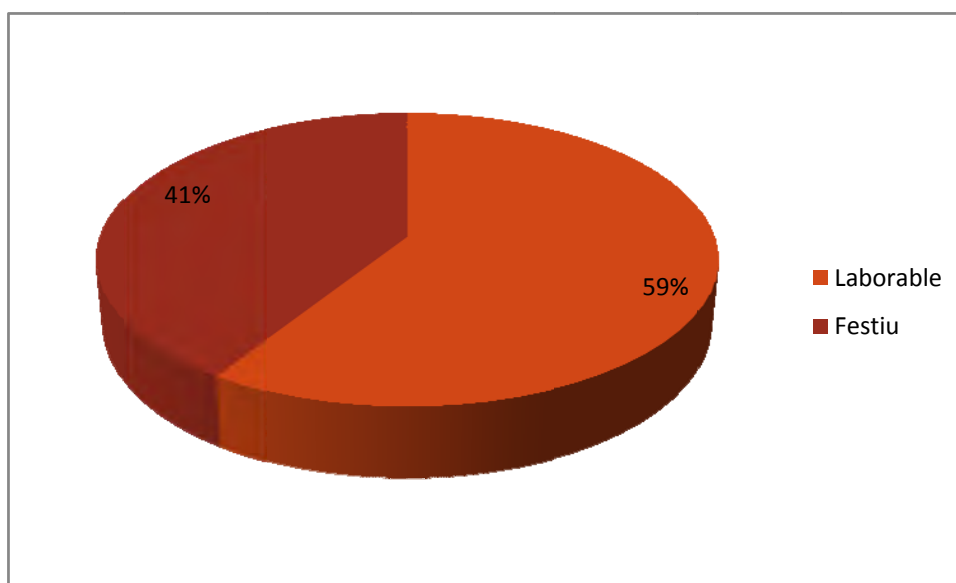


Figura 354. Percentatge de dies festius i dies laborables, pel museu, de la visita de les famílies catalanes (Gironines incloses)

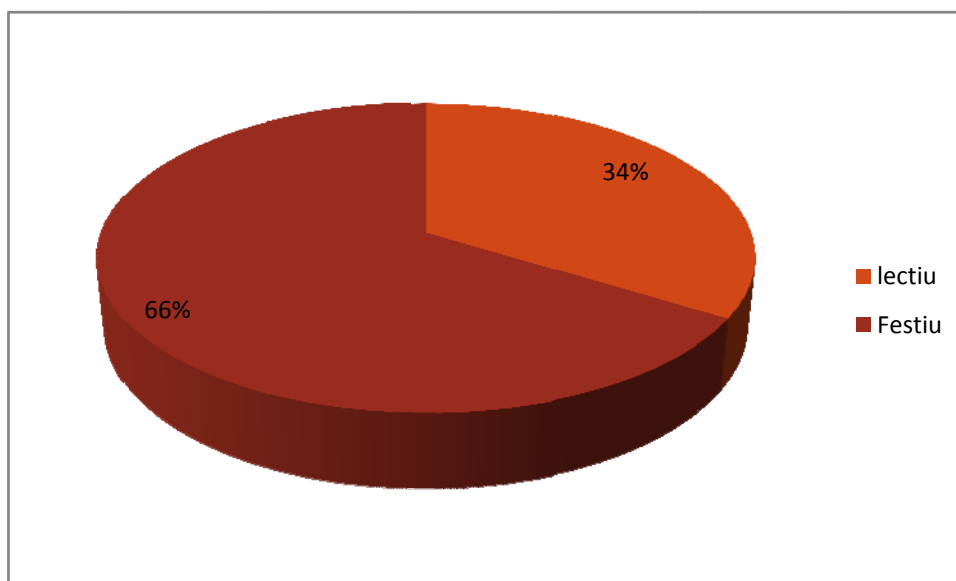


Figura 355. Percentatge de dies lectius escolars i dies festius escolars, de la visita al museu de les famílies catalanes (gironines incloses).

Tot i que no hi ha massa diferència entre unes i altres, si ens fixem amb aquestes mateixes dades però desglossades per museus, podem observar que el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona i el Museu d'Història de la Ciutat són els museus que tenen el percentatge més alt de visites en dies laborables i el Museu del Cinema i el Museu d'Art de Girona, el percentatge més alt de visites en festius, encara que en general tots segueixen la mateixa pauta.

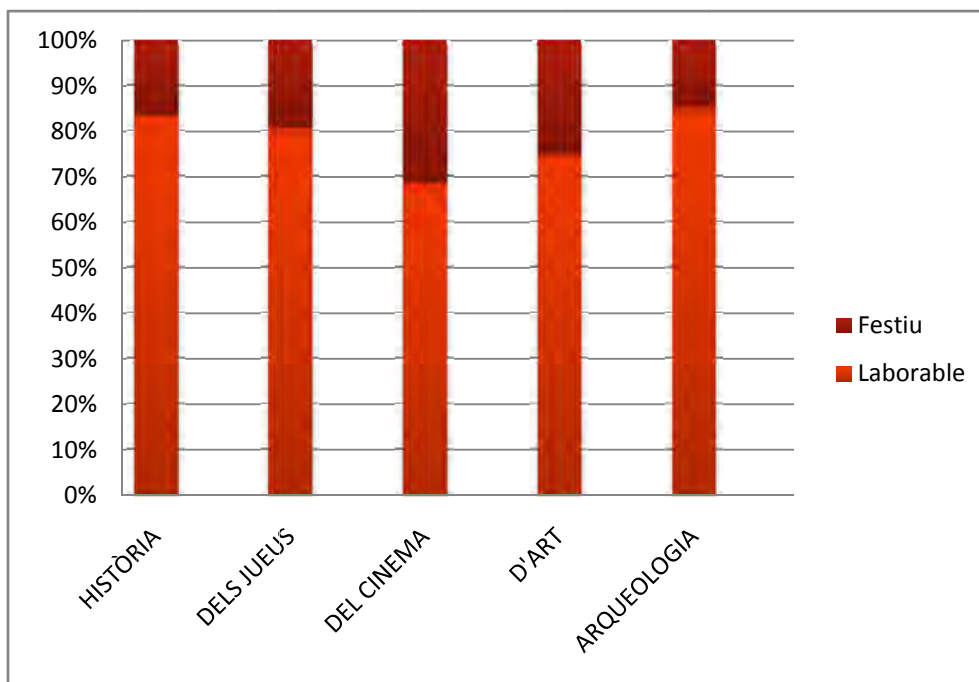


Figura 356. Percentatge de famílies que visiten els museus en dies festius i laborables, per museu.

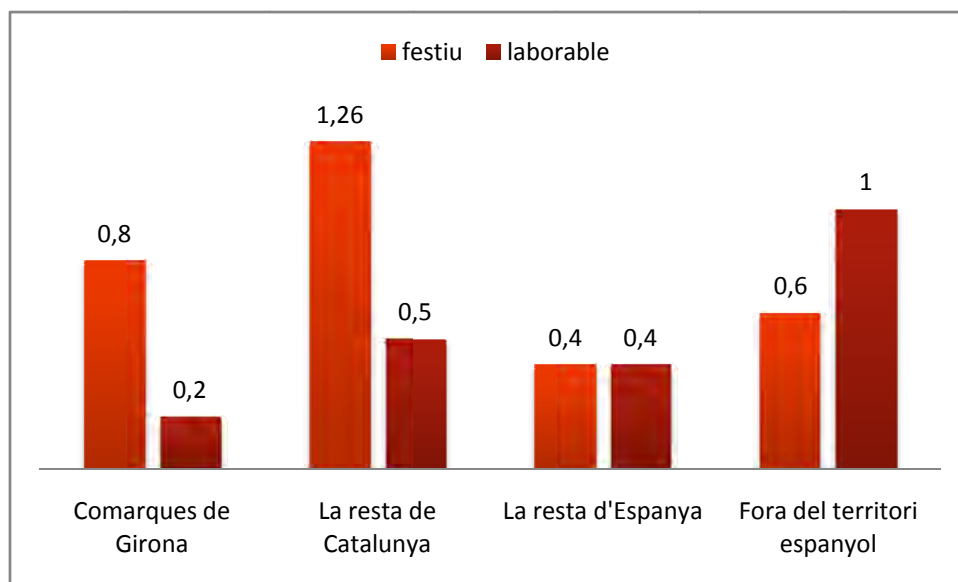


Figura 357. Mitjana del nombre de famílies visitants per dia als cinc museus, segons procedència i dia festiu o laborable pel museu.

No obstant, per poder posar en valor aquestes dades, cal tenir en compte que durant un any natural, el 20% dels dies són festius i el 80% són laborables. Per tant, sabent que en el conjunt dels museus gironins es rep una mitjana de 3 visites familiars per dia festiu i 2 visites familiars per dia laborable, es pot apreciar que la preferència de les visites familiars als museus de la ciutat de Girona, és la de realitzar-les en festiu. A títol individual, sabem que els museus gironins reben una mitjana de 0,6 famílies estrangeres que visiten els museus en festiu i 1 família estrangera que els visita en dies laborables. Per igual nombre, 0,4 famílies espanyoles al dia tant en festiu com en laborable, 1,3 famílies catalanes al dia festiu i 0,5 al dia laborable. Finalment, sabem que els museus gironins reben de mitjana 0,8 famílies gironines en dia festiu i 0,2 en laborable.

Així doncs, un cop ponderades les dades podem observar com els hàbits de visita al museu varien segons el lloc de residència de les famílies visitants. Així, sabem que les famílies locals tenen tendència a visitar els museus en dies festius. Per contra, com més allunyada és la residència habitual del visitant en relació al museu, hi ha menys diferències, s'equilibren o arriben a ser preferits els dies laborables. Aquest fet és comprensible si tenim en compte que les visites en aquest cas es realitzen durant el seu període de vacances.

### **6.1.2.3. Dia de la setmana**

Segons les dades buidades als 5 museus, el dia de visita preferit per les famílies és el diumenge, el qual registra un 20% de les visites familiars, seguit pel dissabte amb un 19% i el dijous amb un 16%. Pel contrari, el dia que reben menys visites familiars és el dilluns, amb un 7% i el divendres amb un 13%. El fet que el valor dels dilluns sigui tant diferent a la resta s'explica perquè alguns museus tanquen aquest dia<sup>115</sup>. No obstant, a excepció del diumenge i malgrat les variacions, es pot considerar que no hi ha diferències remarcables entre els diferents dies de la setmana.

---

<sup>115</sup> Tots els museus gironins tanquen els dilluns, excepte el Museu d'història dels Jueus i el Museu del Cinema durant l'estiu. La resta de dies de la setmana, els seus horaris varien també en funció de l'estació de l'any. Així, durant l'estiu, els museus obren les seves portes més hores que durant l'hivern.

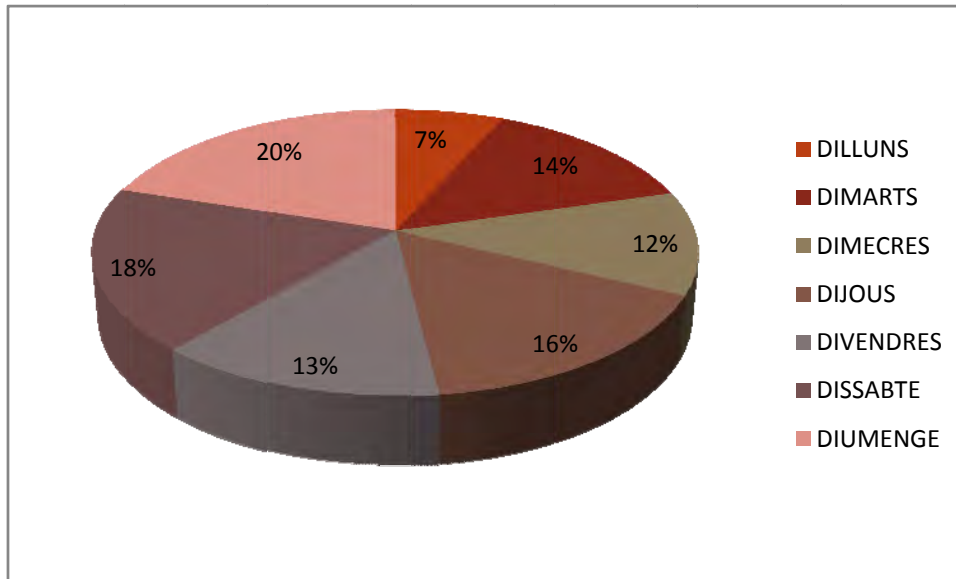


Figura 358. Percentatge de visita de les famílies als cinc museus, segons dies de la setmana.

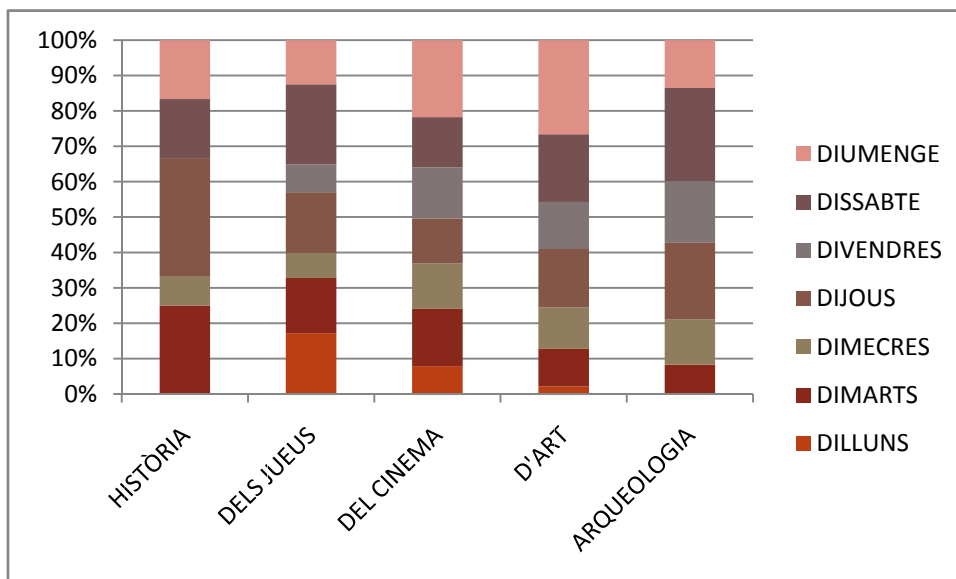


Figura 359. Percentatge de visita de les famílies als cinc museus, segons dies de la setmana i per museu.

Traslladat a mitjanes de visites familiars per dia podem observar que el dissabte i el diumenge mantenen una afluència de 3 o més. A relativa poca distància se situa el dijous, amb 2,6 i amb xifres similars els dimarts, dijous i divendres, entre l'1,9 i el 2,2 i ja molt per sota el dilluns, amb molts dels museus tancats.

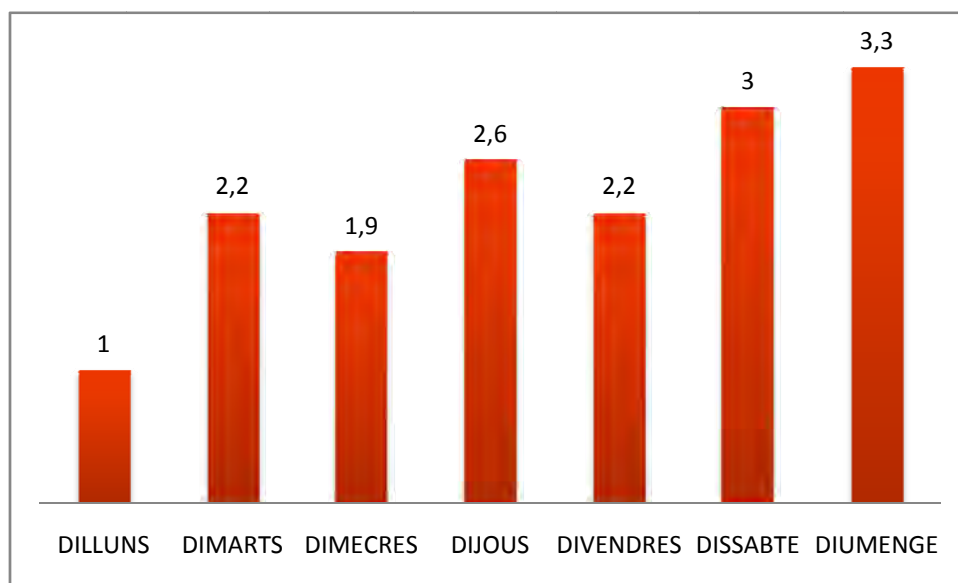


Figura 360. Mitjana del nombre de famílies visitants als cinc museus, per dia de la setmana.

Si aquestes dades les desglossem segons museus, podem observar com el Museu d'Història de la Ciutat, el dia que rep més visites familiars és el dijous (amb un 33%), seguit pel dimarts (amb un 25%), molt per sobre del cap de setmana. El Museu d'Història dels Jueus, destaca el dilluns (17%) i el dijous (17%), precedits pel dissabte que registra el 23% de visites familiars. Pel que fa al Museu del Cinema, el dia amb més visites familiars és el diumenge, amb un 22% de visitants, seguit del dimarts amb un 16% i el divendres i dissabte amb un 14% cadascun. Per altra banda, el Museu d'Art de Girona, compta amb el 27% de visites familiars el diumenge, 19% el dissabte i 17% el dijous. Finalment, el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, registra el seu pic més alt de visitants amb un 26% els dissabtes, precedit per un 21% els dijous i un 14% els diumenges. Depenent del museu, aquesta explicació pot anar lligada amb la varietat d'activitats que es duen a terme. Tot i que considerem que aquesta no és una relació directe de causa-efecte, ens permet entreveure unes pautes i hàbits que promouen la visita al museu un dia de la setmana en concret.

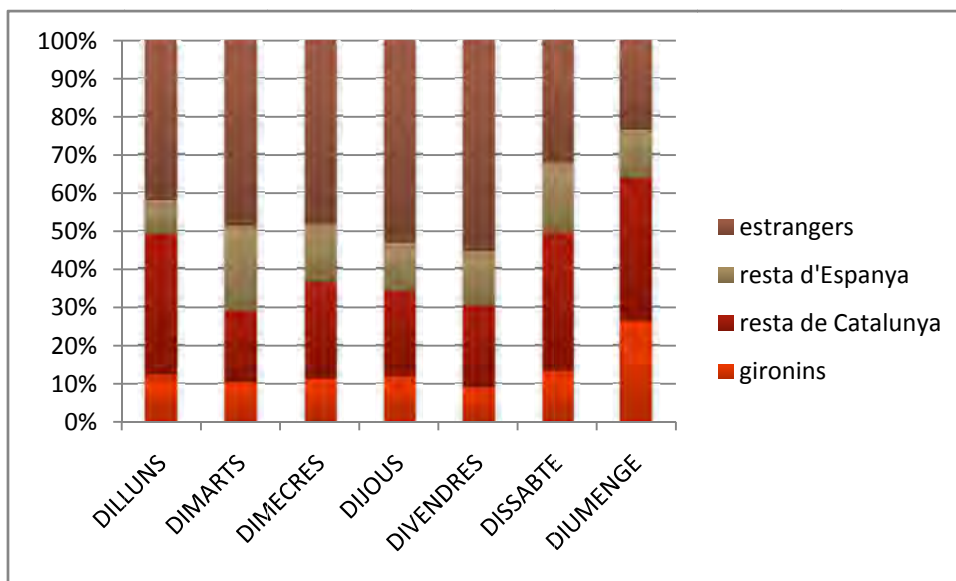


Figura 361. Percentatge de la procedència de les famílies visitants als cinc museus, segons dia de la setmana.

Per poder valorar amb més precisió la freqüència de famílies visitants que accedeixen als museus gironins segons dies de la setmana, hem diferenciat entre les famílies locals i les estrangeres i conèixer quines són les seves conductes.

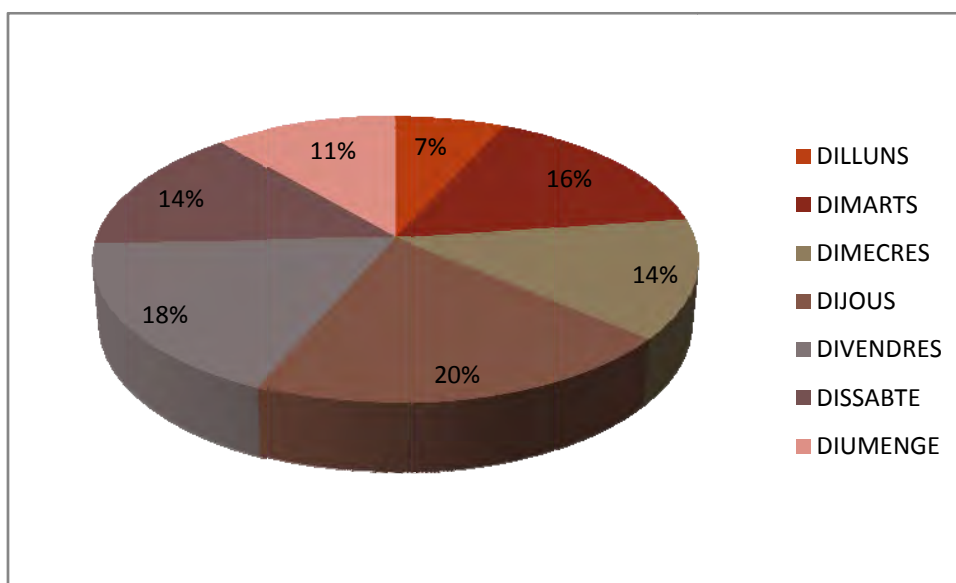


Figura 362. Percentatge de famílies visitants estrangeres als cinc museus per dia de la setmana.



Així, observem com les famílies estrangeres visiten els museus sobretot de dilluns a divendres, essent el dijous i el divendres els dos dies amb més visites registrades. Un 20% els dijous, un 18% els divendres, un 16% els dimarts, un 14% respectivament els dimecres i els dissabtes, un 11% els diumenges i un 7% els dilluns.

De les famílies procedents de fora de Catalunya, però de dins de l'Estat Espanyol, sabem que el dia de preferència de la visita als museus és el dissabte (22%), el dimarts (20%) i el diumenge (17%). El dia amb menys visites en canvi, és el dilluns (4%)<sup>116</sup>.

Amb totes aquestes dades a la mà, per poder analitzar aquesta pauta de visita, hem tingut en consideració la informació referent als dies de visita de la ciutat de Girona dels visitants que arriben a la ciutat<sup>117</sup>. Segons la oficina d'atenció al visitant que hi ha a l'estació de la trens de Girona, els dies de la setmana que van concentrar el nombre més alt de visitants van ser els dilluns, els dimarts, els divendres i els dissabtes. Segons l'oficina d'atenció al visitant de la Rambla de Girona (situada al centre de la ciutat), el nombre més alt de visitants a la ciutat va ser els dimarts en primer lloc i els divendres en segon lloc durant el període de temporada alta (juliol, agost i setembre), i els dissabtes durant la resta de l'any. Finalment, sabem que el dia de menys afluència turística a la ciutat de Girona, tant pels turistes que es desplacen en cotxe, com els que ho fan en tren, com els que ho fan en avió, és el diumenge<sup>118</sup>.

En aquesta mateixa línia, i segons les dades recollides als cinc museus de la ciutat, apreciem que les famílies catalanes que no són de les comarques gironines, prefereixen visitar els museus de Girona en diumenge (26%) i dissabte (24%). La resta de dies laborables de la setmana registren valors molt similars que oscil·len entre el 10 i el 12%<sup>119</sup>.

---

<sup>116</sup> Com a informació complementària, és interessant de saber que aquest públic, fa la visita majoritàriament en dies lectius (80%) i durant el període de vacances escolars d'estiu (66%).

<sup>117</sup> Utilitzem dades referent a visitants generals perquè no existeix un recompte de les famílies visitants a la ciutat de Girona.

<sup>118</sup> Dades facilitades per Josep Quer, cap d'àrea de Promoció de la Ciutat de Girona, el 23 de novembre de 2011.

<sup>119</sup> Del total de les visites fetes per aquest públic, el 62% ho són fetes en dies lectius, registrant el seu màxim durant el període de vacances estivals (43%), Setmana Santa (19%) i Pont de la Puríssima (8%).

Finalment, les famílies locals i de les comarques gironines prefereixen visitar els museus en diumenge (37%), dissabte (17%) i dijous (13%). El dia amb menys visites és el dilluns (6%) i el divendres (8%)<sup>120</sup>.

Així, i a mode de conclusió constatem que les famílies estrangeres visiten els museus de la ciutat de Girona en dimarts, dijous i divendres; en dissabte els espanyols i en diumenge els catalans i els gironins. Aquestes afirmacions tenen molt a veure amb la presència de turistes a la ciutat de Girona, on els dimarts i els divendres d'estiu i els dissabtes de la resta de l'any, són els dies que es registren més visites a la ciutat.

#### 6.1.2.4. Franges horàries

Juntament amb tot aquest seguit de dades, no podia faltar el registre de la preferència horària de l'entrada de la visita al museu. A nivell general, les 12h és la hora preferida per fer la visita als museus gironins. La segona franja horària és la de les 11h, seguida per les 13h i finalment les 16h i les 15h.

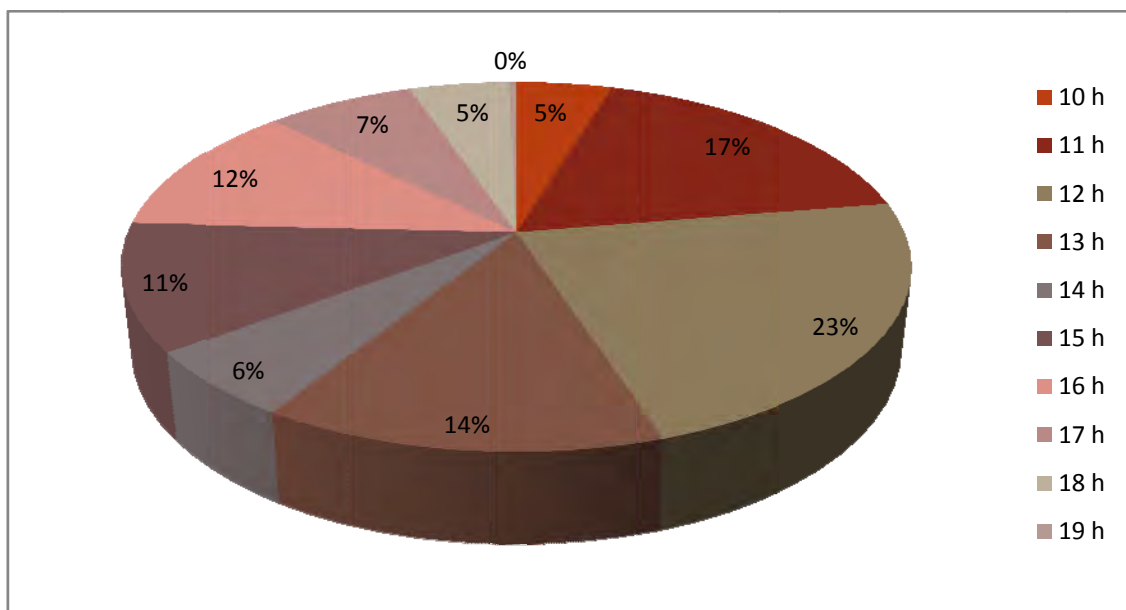


Figura 363. Percentatge per hores de l'entrada de les famílies als museus.

<sup>120</sup> No obstant, les visites als museus les realitzen més o menys per igual, en festius que en laborables, però aquestes es concentren bàsicament entre les vacances d'estiu (38%) i les de Setmana Santa (12%).

En aquest sentit, hem de tenir en compte que les hores amb menys visites són les de les 10h i les 19h. Molts dels museus objecte d'estudi tanquen les seves portes de 14 a 17h, aspecte de suficient importància per tenir en consideració en el moment de valorar els percentatges de les 15h i les 16h, valors que només han estat registrats en la meitat dels museus d'aquest estudi.

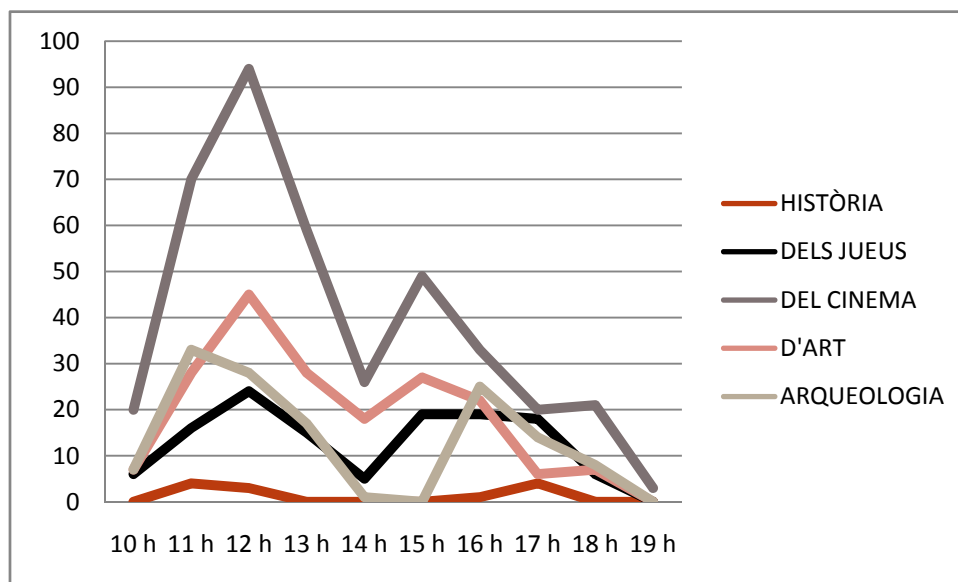


Figura 364. Percentatge per hora d'entrada de les famílies als museus, segons museu.

En el Museu d'Història de la Ciutat, les hores de màxima aflluència de visites familiars són les 11 i les 17h; en el Museu d'Història dels Jueus les 12h, les 15h i les 16h; en el Museu del Cinema l'hora preferida per les famílies visitants és les 12h, les 11h i les 13h (per ordre de més aflluència a menys); en el Museu d'Art de Girona les 12h, les 11h i les 13h, i finalment, en el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, les 11h, les 12h i les 16h.

Tot i això, cal tenir en compte que la preferència horària pot anar lligada a moltes variables causals. Una pot ser el dia de la setmana, ja que no és el mateix una visita a les 12h d'un diumenge que d'un dimarts. Per aquest motiu, hem relacionat els dies de la setmana amb les hores de visita. Així, hem constatat que per ordre de preferència, l'hora de visita més freqüent els dilluns és a les 15h, la dels dimarts és a les 12h, la dels dimecres les 12h i les 13h, la dels

dijous les 12h i 16h, la dels divendres 11h, 16h i 12h, i pel que fa al cap de setmana, als dissabtes les hores són 11h, 16h i 13h i als diumenges les 12h, 11h i 13h<sup>121</sup>.

Una altra variable pot ser de tipus personal, condicionant l'hora de la visita segons el tipus de família (si hi ha nens molt petits o nens més grans) o lloc de procedència. Així podem determinar que les famílies amb dos nens visiten els museus de 13h a 15h; els de 3 nens ho fan a les 13h i a les 16h; els de 4 nens ho fan a les tardes, sobretot al voltant de les 18h, i els de més de 5 nens fan la visita a partir de les 14h. Així doncs, aquestes dades en posen de manifest que la visita al museu, sovint ve condicionada pel nombre de membres que té la família. És a dir, com més pocs individus hi ha dins el grup familiar més d'hora realitzen la visita al museu, en canvi, com més gran és el grup, la visita es realitza més tard.

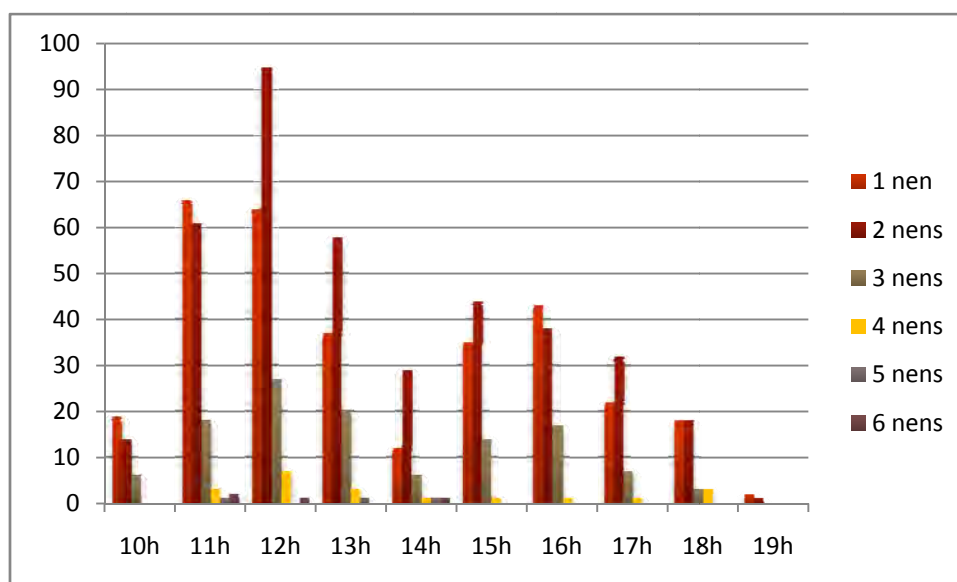


Figura 365. Percentatge per hores d'entrada als museus segons nombre de nens del grup.

<sup>121</sup> Els horaris d'obertura al públic dels museus són: Museu del Cinema (estiu, de dilluns a diumenge de 10 a 20h i Hivern, de dimarts a dissabte de 10 a 18h, dissabtes de 10 a 20h i diumenges d'11 a 15h), Museu d'Història de la Ciutat (de dimarts a dissabte de 10 a 14h i de 17 a 19h i diumenges i festius de 10 a 14h), el Museu d'Art de Girona (Feiners de 10 a 19h de març a setembre i de 10 a 18 d'octubre a febrer, diumenges i festius de 10 a 14h), el Museu d'Arqueologia de Catalunya-Girona (estiu de dimarts a dissabte de 10.30 a 13.30h i de 16 a 19h i diumenges i festius de 10 a 14.30h. Hivern, de dimarts a dissabte de 10 a 14h i de 16 a 18 h, diumenges i festius de 10 a 14.30h) i el Museu d'història dels Jueus (Estiu de dilluns a dissabte de 10 a 20h, diumenges i festius de 10 a 14 h. Hivern dilluns de 10 a 14h i de dimarts a dissabte de 10 a 18h, diumenges i festius de 10 a 14h).

En aquest mateix sentit, podem conèixer quins són els hàbits de visites de les famílies amb nens segons franges d'edat: les famílies compostes per nens entre 1 i 3 anys, en la majoria dels casos, han entrat al museu per realitzar la visita entre les 11 i les 12h del migdia i quasi no hem registrat entrades entre les 17 i les 19h. Les famílies amb nens entre 4 i 6 anys han preferit visitar els museus entre les 11 i les 13h, però també entre les 15 i les 17h. Els nens entre 7 i 9 anys, ho han fet de 12 a 15h majoritàriament, però essent les 16h l'última hora d'entrada registrada. Finalment, pels nens amb edats compreses entre els 10 i els 12 anys, sabem que les visites es concentren bàsicament d'11 a 12h, però també de 13 a 16h. En tots els casos, la visita als museus a les 14h i a les 19h és la que menys famílies duen a terme. Aquesta explicació pot ser perquè la majoria de museus tanquen les seves portes al migdia en determinades èpoques de l'any (normalment els festius es tanquen els museus a partir de les 14 i en no festiu, dos dels cinc museus tanca les portes els migdies de tot l'any) i a la tarda a partir de les 18h. No obstant, el que és interessant pel nostre estudi és la tendència observada de preferència horària de visita al museu segons edat dels nens. Com més joves són els membres de la família, més d'hora es visita el museu i com més grans, més tard. Tot i això, les visites familiars analitzades ens posen de manifest que majoritàriament les visites es realitzen entre les 11h del matí i les 16h de la tarda.

Atès que en general es pot observar unes pautes de freqüència específica de visita pels estrangers en relació a la resta hem volgut determinar quina era l'hora preferida de visita als museus per part d'aquest segment de públic. Així, sabem que la majoria de les famílies estrangeres prefereixen visitar els museus de la ciutat de Girona a partir de les 11h del matí i de manera regular al llarg del dia fins les 16h, a excepció de la franja que va des de les 14 a les 15h, en part degut al fet que alguns dels museus estan tancats<sup>122</sup>. Tot i això, sobta el resultat obtingut pel que fa aquest segment de públic, on apreciem que el 10% de les seves visites als museus es fan de 14h a 15h, quan el percentatge total de visitants en aquesta franja horària és tan sols del 6%. En la resta de percentatges, el públic estranger es mou en valors molt semblants al del públic no estranger, excepte la franja de les 12h i les 13h (que hem constatat un augment del 56% en les entrades dels estrangers respecte els no estrangers) i la de les 14h a 15h (amb un descens d'entrades del 60% d'estrangers respecte els no estrangers).

La preferència horària segons la resta de llocs de procedència és: els residents a Girona ciutat i a les comarques gironines realitzen la visita als museus d'11h (23%) a 12h (38%). Els residents a la resta de comarques catalanes, ho fan amb el 21% de les seves visites a les 11h, amb el 24% a

---

<sup>122</sup> Al migdia tanquen els museus d'Història i d'Arqueologia.

les 12h i amb el 16% a les 13h. I finalment, els residents a la resta de l'Estat Espanyol, ho fan a les 13h (21%) i a les 16h (18%).

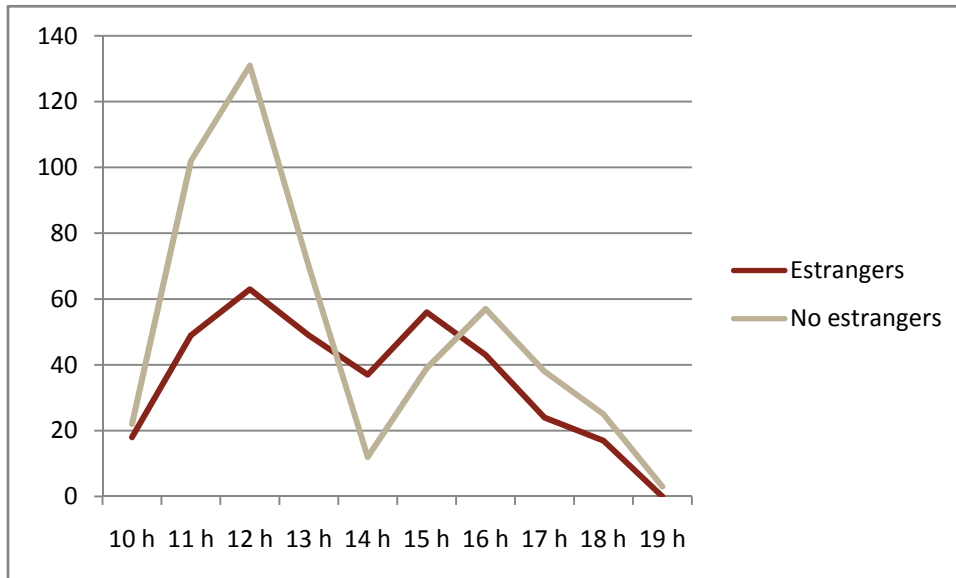


Figura 366. Mitjana del nombre de visites per hores d'entrada als museus dels visitants estrangers i dels no estrangers

Les famílies estrangeres visiten els museus preferiblement de 15 a 16h de la tarda en dies laborables, però en canvi, en dies festius concentren les visites al matí, essent les 12h la hora de més afluència. En canvi, les famílies catalanes, quasi no modifiquen la seva conducta en funció de si és festiu o laborable, ja que les seves visites es fan bàsicament d'11 a 13h del matí. En el cas de les famílies catalanes, aquesta pauta també es repeteix en funció de les vacances escolars, essent la franja de matí l'escollida per a la visita tant en dies de vacances escolars, com en dies lectius. Tot i això, és interessant destacar que quan els nens van escola i no tenen dies de festa, la visita al museu és pràcticament inexistent a qualsevol franja horària.

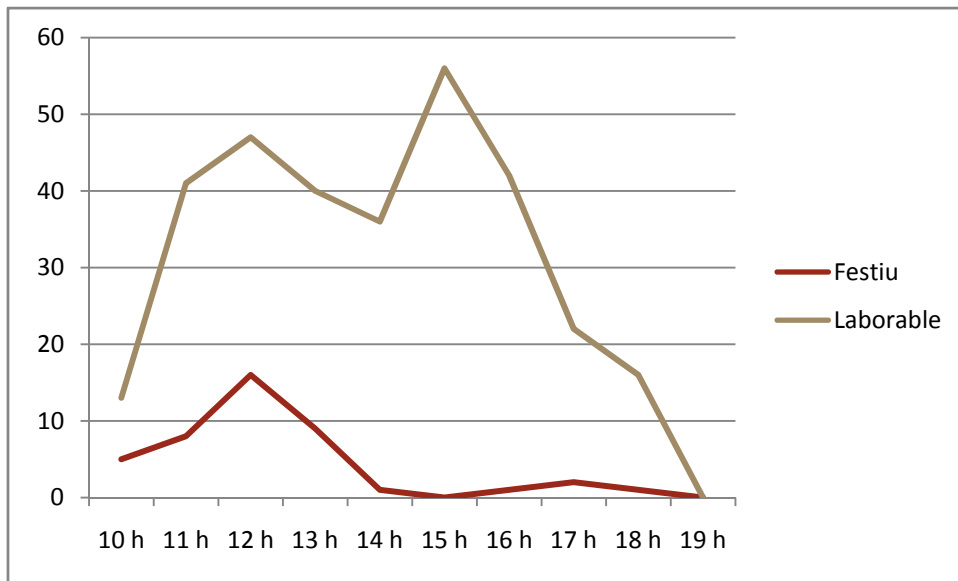


Figura 367. Mitjana del nombre de visites en festiu i laborable de les famílies estrangeres.

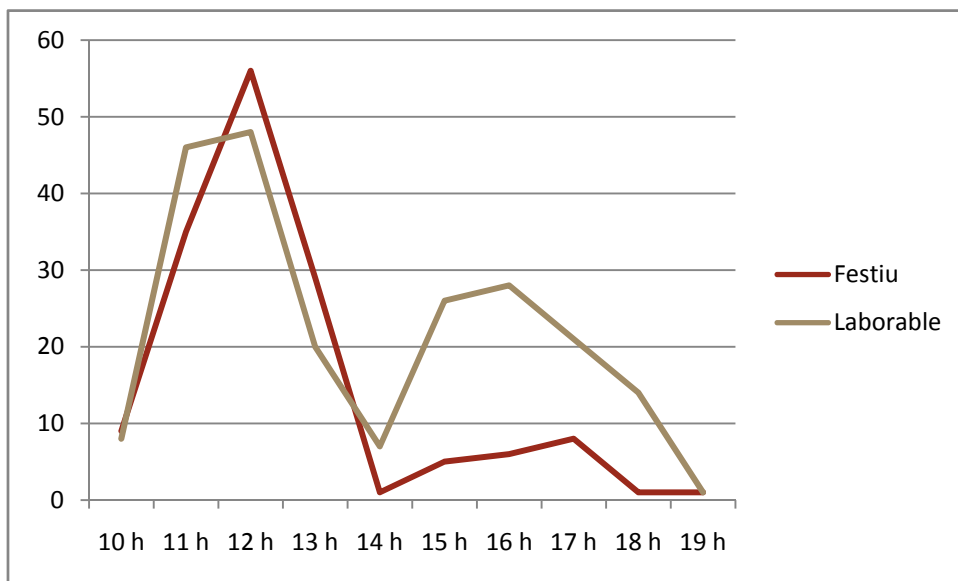


Figura 368. Mitjana del nombre de visites en festiu i laborable de les famílies catalanes.

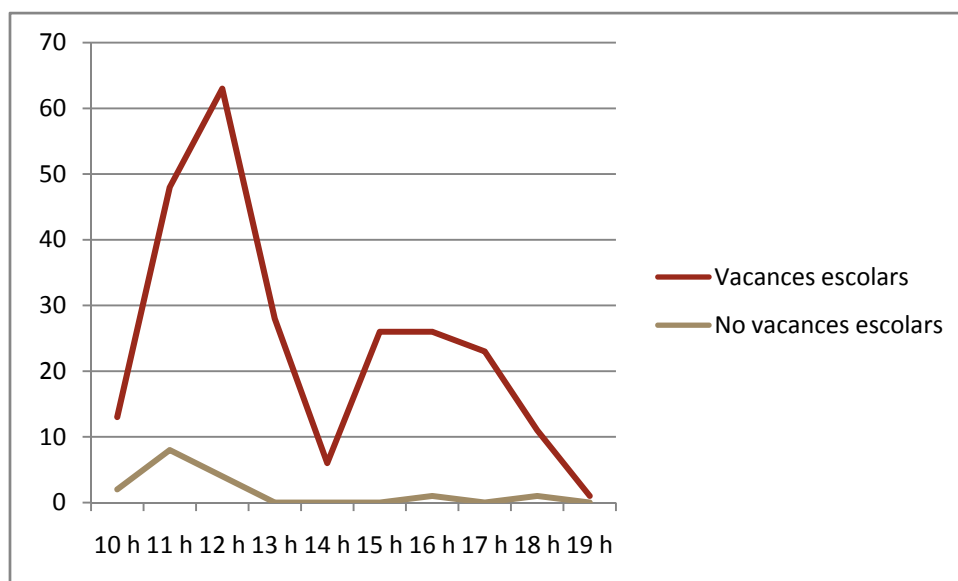


Figura 369. Mitjana del nombre de visites per hores al museu durant les vacances escolars i durant el període lectiu per les escoles de les famílies catalanes.

En resum, podem afirmar que la tendència de les visites de les famílies segons franja horària es concentra al llarg del matí. No obstant, i especificant segons lloc de procedència, sabem que els catalans no acostumen a entrar a la tarda, a diferència de les famílies estrangeres, que tant utilitzen els matins com les tardes per fer-ho.

#### 6.1.2.5. Durada de la visita

El 63% de les famílies que han visitat els museus de Girona, s'hi estan menys d'una hora, el 35% entre una hora i dues hores, el 2% entre 2 i 3 i tan sols el 0,2% s'hi està més de tres hores.

Per minuts, sabem que la durada mitjana de la visita familiar als museus de Girona és de menys de 15 minuts (s'ha donat el cas en el 21% de les famílies registrades). Tot i que amb un valor no massa diferent, constatem que el 19% de les famílies han realitzat la seva visita entre 45 i 60 minuts. La resta de valors tenen franges poc destacables. Aquestes dades van molt lligades a les obtingudes en altres estudis duts a terme amb públic familiar. Un exemple és el d'Allen (2002, 280), on la mitjana de temps de visita d'una família l'estableix en 24 minuts.

En un segon nivell de concreció, podem valorar aquests resultats de forma individualitzada i per museu.



El museu on la durada de la visita és més llarga, és el Museu del Cinema. Hi estan de promig, entre 60 i 75 minuts. En el Museu d'Història de la Ciutat i el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, la majoria de les famílies hi estan entre 45 i 60 minuts, i en el Museu d'Art de Girona, uns 45 minuts de mitjana. Pel contrari, i amb valors molt per sota dels suara esmentats, hi ha el Museu d'Història dels Jueus, on les famílies visitants hi estan menys de 15 minuts.

Tanmateix, els museus on s'han realitzat visites de més de dues hores han estat: el Museu del Cinema, amb la relació de 38 famílies respecte el total de 395 (10%), el Museu d'Art de Girona amb 7 famílies de 165 (4%), el Museu d'Història dels Jueus amb 3 famílies de 128 (2%) i el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona amb una família de 133 (1%).

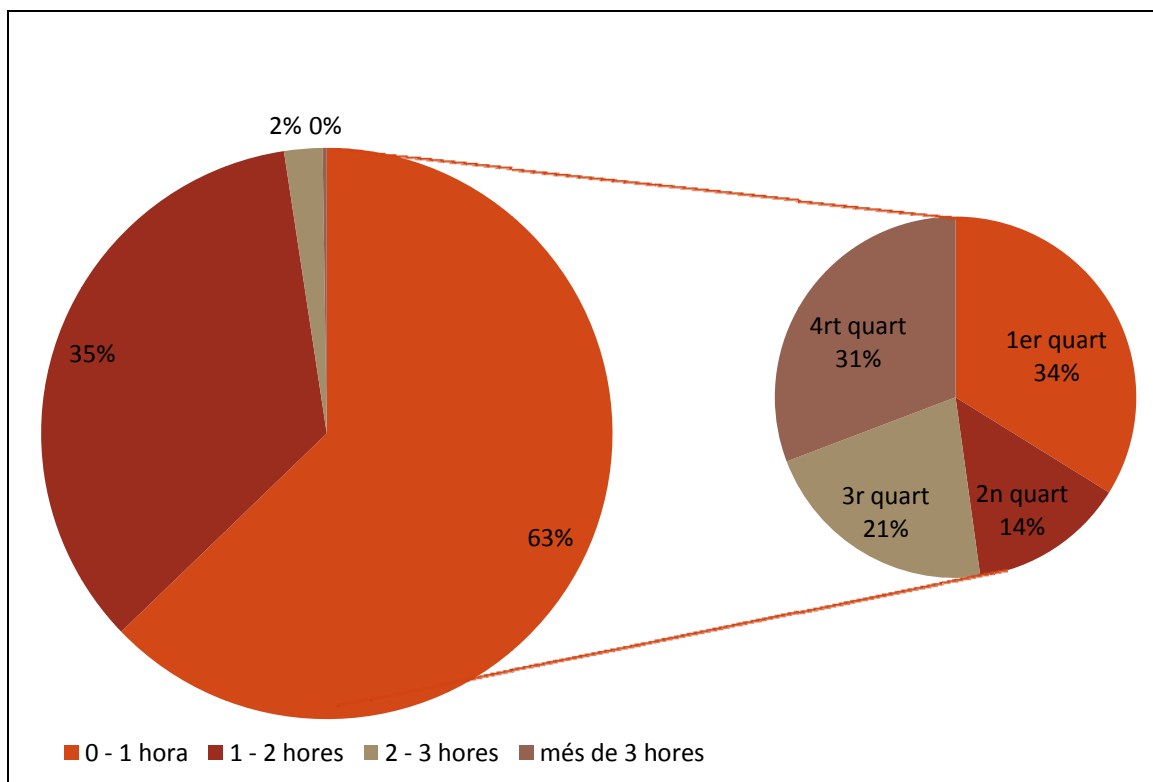


Figura 370. Percentatge de la durada de la visita als museus, per hores i per quarts de la primera hora de visita.

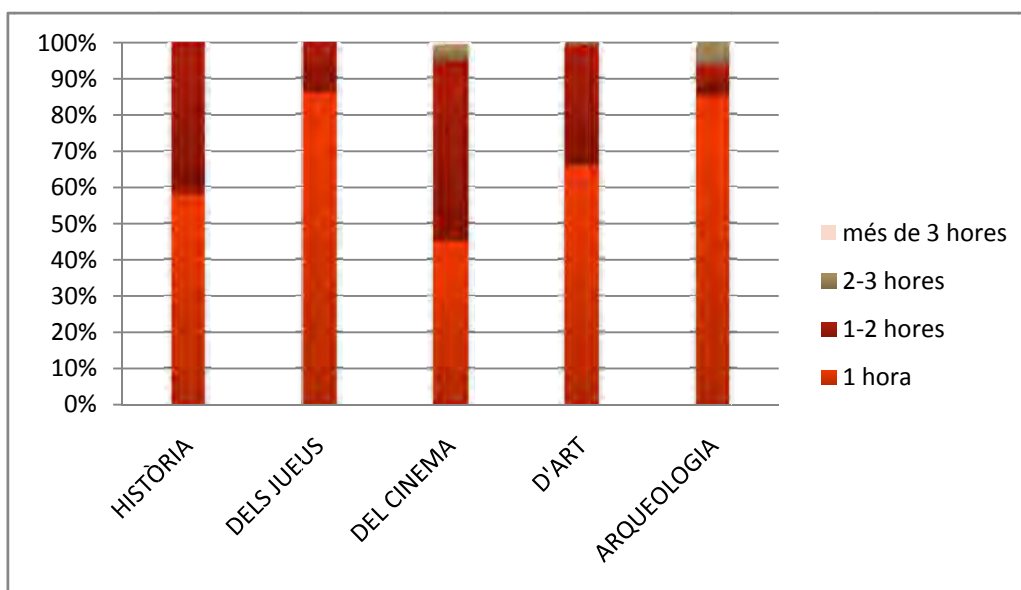


Figura 371. Percentatge de la durada de la visita al museu, per hores i per museus.

En resum, sabem que als museus de Girona hi ha dos grans franges temporals de visita. Per una banda hi ha un grup de famílies que destinen menys de 15 minuts en visitar el museu, i un altre, que hi destina entre 45 i 60 minuts. Tot i això, la majoria de les famílies no hi destinen més d'una hora.

### 6.1.3. Motius de la visita i observacions vàries

El 66% de les visites familiars declara que realitza la visita al museu dins el context d'una activitat turística. En canvi, el 17% declara que ho fa per oci<sup>123</sup>. El 17% restant ho fa per diferents motius tals com: interès d'algun dels membres del grup familiar, perquè el nen l'ha visitat prèviament amb l'escola, perquè els hi han recomanat...

Si tenim en compte les opinions segons si les famílies són estrangeres o són espanyoles observem que el 92% de les estrangeres declara que ho fa per turisme, només el 4% per oci i el 3% per l'interès de l'adult o del nen. De les que viuen a l'Estat Espanyol (excepte Catalunya), el 87% declara que ho fa per turisme, també el 4% per oci i el 6% per interès de l'adult o el nen.

<sup>123</sup> La diferència entre oci i turisme només ve donada per la procedència de la persona que ho esmenta. Si és un turista declara que el context de la visita és turístic i si és una família local declara que la visita és una activitat d'oci.

De les que viuen a Catalunya (excepte les comarques gironines), el 47% ho fa per turisme i el 27% per oci. Pel que fa a la motivació individual, el 20% ho fa per l'interès de l'adult o del nen.

En darrer lloc, de les famílies residents a la ciutat de Girona o a les seves comarques, tan sols el 5% declara que ho fa per turisme i el 51% per oci. En canvi, el 24% de les famílies gironines els visiten motivats per l'interès de l'adult o del nen, i el 4% perquè el nen els ha visitat amb l'escola.

Així doncs, sabem que les famílies, com més a prop viuen del museu, atribueixen el motiu de la visita a l'oci o perquè el nen o un adult el vol visitar. En canvi, com més lluny viuen del museu, declaren visitar-lo per turisme. Per tant, la diferència conceptual entre oci i turisme ve bàsicament marcada pel lloc de residència del visitant. I és que la definició de turisme i oci es troben en un mateix estadi quan les famílies en varien la seva nomenclatura en funció de la proximitat del lloc de residència respecte la seva ubicació.

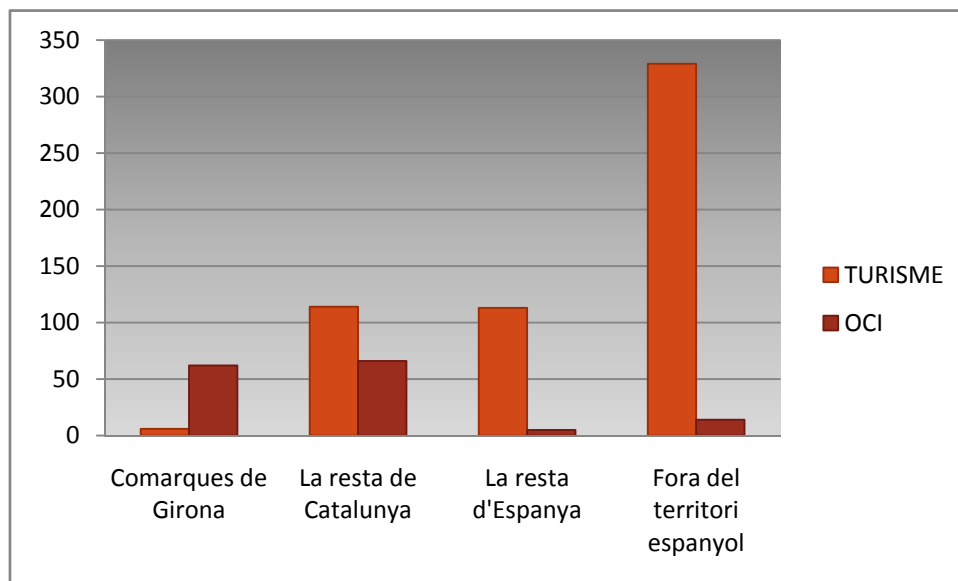


Figura 372. Nombre de respostes del motiu de la visita segons lloc de residència

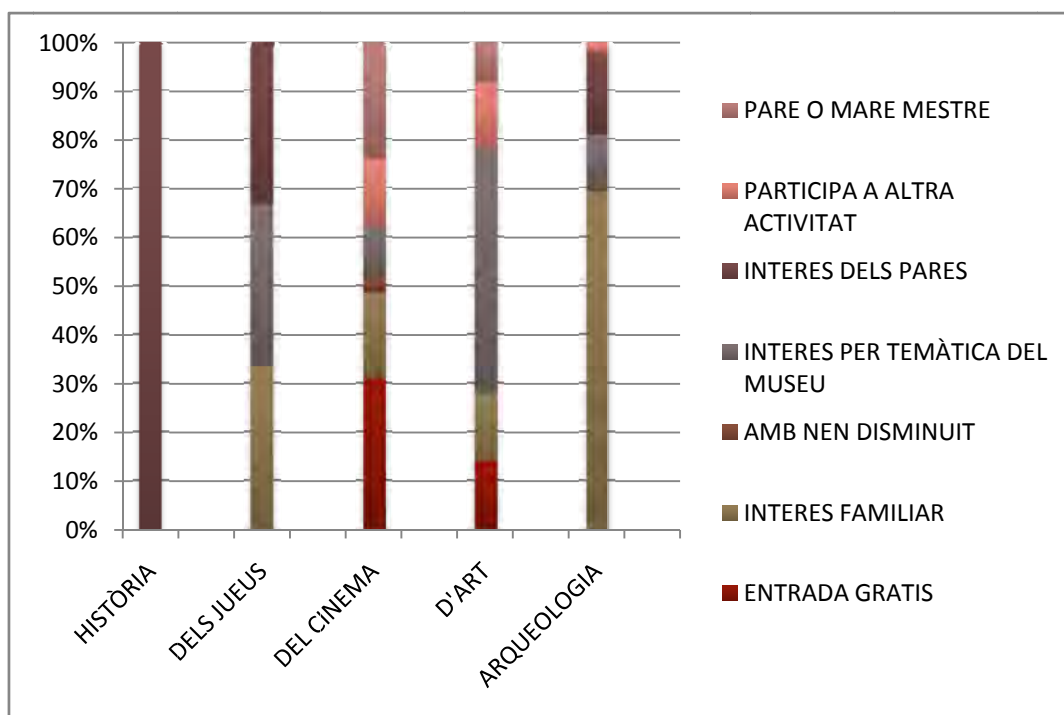


Figura 373. Percentatge de les respostes sobre el motiu de la visita i observacions diverses per museu.

Pel que afecta al nostre treball, cal apuntar que només l'1% dels nens registrats ha visitat prèviament el museu amb l'escola, percentatge baix que en part s'explica perquè moltes de les famílies visitants són estrangeres o espanyoles, amb la qual cosa és altament improbable que hagin visitat el museu en qüestió amb l'escola. Els museus on hem detectat aquest comportament són el Museu del Cinema (2% dels motius de visita d'aquest museu) i el Museu d'Art de Girona (1%). D'aquests dos museus, de les famílies que els han visitat perquè el nen ja ho havia fet amb l'escola, el 63% han estat gironines i el 37% de la resta de Catalunya. En aquesta mateixa línia, sabem que el 6%, de les famílies registrades esmenta que visiten el museu per iniciativa del nen.

Museu per museu, sabem que el que rep més visites perquè el nen hi està interessat, és el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona amb un 10% (en comparació l'interès dels pares que és un 5%), seguit del Museu del Cinema amb un 8% (en comparació de l'interès dels pares que és d'un 6%).

En canvi, al Museu d'Història dels Jueus la relació s'inverteix, és a dir, la visita ve més motivada pel pare o mare que pel nen. En aquest cas, l'interès de l'adult és d'un 15% davant l'interès del nen que és d'un 3%.

Pel que fa a altres aspectes tinguts en consideració en la visita familiar (diferents a la motivació de turisme i oci de la visita), podem apuntar que la majoria de les visites han estat realitzades perquè algun membre del grup declara que els interessa la temàtica del museu, tot i que en molts casos, el fet que l'entrada sigui gratuïta, que la família participi en altres activitats paral·leles a l'exposició permanent o que el pare o la mare sigui mestre, contribueix en la decisió de visitar el museu. De tota la gent que ha respost en el moment de formular la pregunta sobre la motivació de la visita al museu, el 29% ho ha fet per interès familiar, el 20% perquè la temàtica del museu realment els interessava, el 10% ha entrat al museu perquè era gratuït, el 7% perquè participaven d'alguna altre activitat i han aprofitat per visitar el museu i el 7% perquè el pare o la mare són mestres o professors.

A més detall, podem apuntar que el Museu del Cinema i el Museu d'Art de Girona són els museus dels quals les famílies valoren més positivament la gratuïtat de l'entrada. Sabem que en el 26% dels casos en el qual el museu ha ofert gratuïtat d'entrada, les famílies ho han valorat com una de les motivacions principals de la visita al museu<sup>124</sup>. A més, el dia de la setmana que ha rebut més valoracions positives d'aquesta gratuïtat ha estat el diumenge, ja que un diumenge de cada mes, sistemàticament, els cinc museus obren les portes de forma gratuïta. La resta de dies en els quals els museus han obert les seves portes (exceptuant el diumenge), el fet que sigui gratuït l'accés no ha estat l'objectiu principal de la visita. En un altre sentit, el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona és el museu en el que la majoria de visitants hi ha accedit fruit d'una decisió familiar consensuada i el Museu del Cinema és el que rep més mestres o professors que el visiten amb la seva família.

---

<sup>124</sup> Al llarg de l'any, alguns dies els museus ofereixen entrada gratuïta a les seves col·leccions. En son bons exemples el dia de Sant Narcís (festes de la ciutat), la nit dels museus o el dia internacional dels museus.

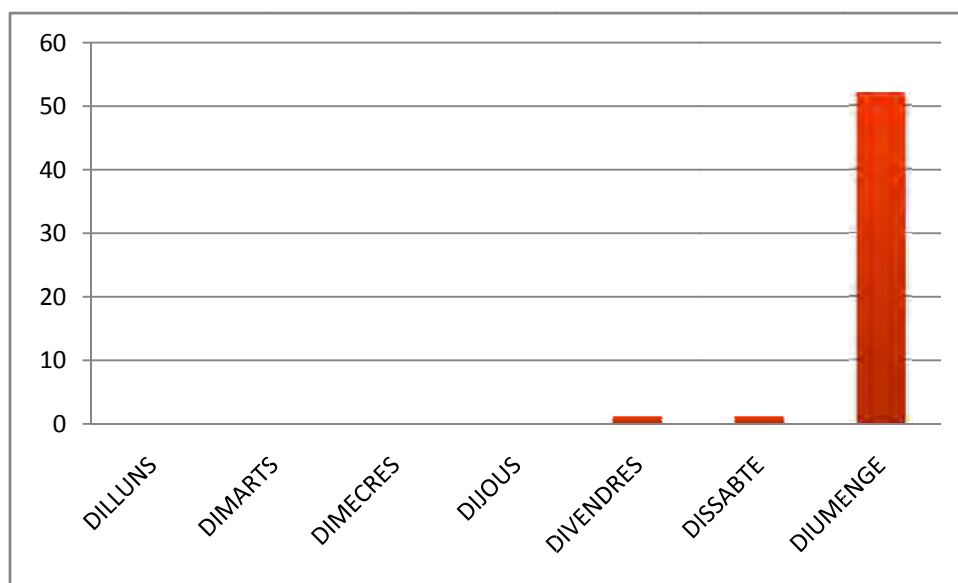


Figura 374. Nombre declarat de motivacions segons gratuïtat per dies de la setmana

Del conjunt de visitants que han manifestat que la visita ha estat motivada per l'interès de l'adult, un 54% provenen de fora de Catalunya; en canvi, dels que declaren que la visita bé motivada per l'interès del nen o nena, un 49% són de les comarques Gironines. També, dels nens que han visitat el museu amb l'escola, el 63% ha estat resident de les comarques gironines. Per altra banda, i ja per acabar, el 100% de les famílies visitants que han visitat el museu fruit d'una recomanació, han estat residents de fora del territori espanyol.

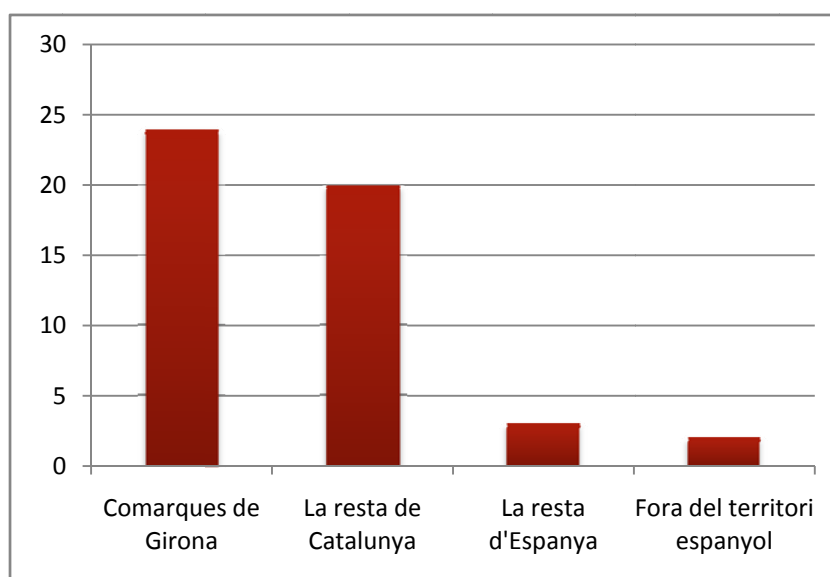


Figura 375. Nombre de casos que manifesten interès del nen o nena per a la realització de la visita segons lloc de procedència.

Així doncs, sabem que el motiu principal que mou a les famílies a visitar els museus és bàsicament el de turisme o l'oci. No obstant, i en aquest mateix sentit, la definició de turisme i oci es troben en un mateix estadi ja que les famílies en varien la seva nomenclatura en funció de la proximitat del lloc de residència respecte la seva ubicació. Per altra banda, en molt poques ocasions la voluntat del nen o el fet que el museu hagi estat vist prèviament pel nen amb l'escola, han motivat la visita de la família, però en canvi, si que ho ha fet, el que es conegui amb anterioritat que un dia al mes l'entrada al museu és gratuïta.

#### **6.1.4. Síntesi de les variables**

Un cop tractades les dades referents a les variables de les famílies visitants dels museus gironins (compostes per com a mínim un adult i un nen o nena amb edats compreses entre els 5 i els 12 anys) podem constatar una sèrie de característiques sobre les famílies que els visiten.

Per tant, constatem que la majoria de les famílies que visiten els museus gironins estan formades per dos adults i dos nens o nenes. Els nens i nenes entre 5 i 12 anys suposen el 84% del total dels visitants considerats nens (0 a 16 anys) i les edats dins aquesta forquilla presenten xifres molt semblants.

La majoria de les famílies provenen del territori espanyol, bàsicament de Catalunya. La majoria de les famílies catalanes visitants dels museus empen el català com a llengua habitual. La llengua més parlada pels visitants estrangers és el francès. Finalment, s'ha constatat que els museus no reben molts visitants familiars de l'estat espanyol.

Quan es tracta de determinar les variables de la visita i per tant saber, quins són els seus hàbits i comportaments a l'hora de programar la sortida als museus, sabem que les famílies visiten els museus durant les vacances escolars d'estiu (juliol i agost), però també durant el període de setmana santa, que en el moment de recollir les dades i realitzar aquest estudi, va coincidir amb el mes d'abril. En canvi, també sabem que durant les vacances de Nadal i els mesos més freds de l'any (desembre, gener i febrer), les visites familiars són quasi inexistentes. En més profunditat sabem que les famílies gironines i les catalanes visiten els museus durant el mes d'agost i l'abril, les famílies residents a la resta de l'estat espanyol ho fan a l'agost, el juliol i l'abril, i les famílies estrangeres ho fan bàsicament al juliol i l'agost, però també durant les

seves festes escolars de primavera (abril i maig) i en períodes festius diversos que varien segons nacionalitat (octubre, novembre i juny). Per regla general, el període de l'any amb més bonança climàtica és el que promou la visita als museus, essent el mes d'abril el primer mes de visites i l'octubre l'últim.

Aquestes visites familiars es realitzen preferentment en festius, recollint la mitjana diària de 3 visites familiars, a diferència de les 2,2 que reben en dies laborables. Les famílies catalanes, estrangeres i espanyoles que realitzen la visita als museus en dies laborables, ho fan durant el període de vacances dels nens i les nenes.

En quant a preferència del dia de la setmana, els dilluns i els dimecres quasi no són freqüentats, al contrari dels diumenges, els dissabtes i els dijous, els tres dies preferits per realitzar les visites familiars. A més, sabem que les famílies residents a Catalunya prefereixen visitar els museus en diumenge, les espanyoles ho prefereixen en dissabte i les estrangeres en dimarts, dijous i divendres. No obstant, i tal i com hem comentat abans, aquestes variables es vinculen més al període vacacional o festa setmanal en el qual s'inscriu la visita que en el dia de la setmana en concret.

La hora d'entrada al museu, tot i ser les 12:00h la hora preferida per les visites, cal també ser tractada en funció de la procedència de les famílies. Els gironins visiten el museu principalment de les 11:00h a les 13:00h, forquilla que en el cas català s'estén fins a les 14h. Els espanyols visiten els museus de les 13:00 a les 17:00h i els estrangers en canvi la realitzen d'11:00 a 17:00h, essent les 12:00 i les 15:00h les hores amb més registres de famílies de fora de l'estat espanyol. Les famílies visitants dels museus gironins no hi accedeixen abans de les 11:00 ni tampoc més tard de les 18:00h. A més, com més nens hi ha al grup familiar i com més petits són, més d'hora visiten els museus, en canvi, com menys nens hi ha i com més grans són, ho fan més tard.

Pel que fa les hores d'entrada de les famílies visitants segons si la visita la realitzen en festiu o en laborable, sabem que els residents fora de Catalunya, de dilluns a dissabte, realitzen la visita de 14:00 a 16:00h i en diumenges i festius a les 12:00h. Els residents a Catalunya en canvi, de dilluns a diumenge, ho fan d'11:00 a 13:00h i no visiten els museus durant els períodes de l'any que els nens i les nenes tenen classe.

Pel que fa a la durada de la visita al museu, les famílies visitants hi destinen menys d'una hora. Tot i això, és molt difícil generalitzar i elaborar una conducta tipus, ja que hem detectat que als museus gironins, la majoria de les famílies realitzen dos tipus diferents de visites. Per una



banda, hi ha famílies que destinen a la visita menys de 15 minuts, i per l'altra, famílies que destinen entre 45 i 60 minuts.

Finalment, les motivacions de les visites als museus venen molt condicionades pel lloc de procedència de la mateixa. Sabem que les famílies consideren la visita al museu com una activitat d'oci com més a prop viuen del museu a visitar, i la consideren una activitat turística com més lluny és la seva residència habitual. No obstant, el motiu pedagògic o amb finalitat educativa és quasi inexistent en les motivacions de la família i tant poder de decisió tenen els membres adults del grup com els nens. La gratuïtat d'entrada al museu també és un aspecte que destaquen les famílies que realitzen les visites en els dies de portes obertes o de gratuïtat d'entrada.

## **6.2. L'observació**

El comportament general dels nens i nenes a l'interior de les sales dels museus aporta molta informació que es complementa amb les pautes de comportament concret davant cadascun dels elements expositius (UA). Per aquest motiu, procedim a detallar i analitzar les pautes de conducta observades en els seguiments fets al conjunt dels cinc museus, estructurant-ho en dos subcapítols. El primer és el relatiu als seguiments efectuats en el marc de cada sala on s'han realitzat els seguiments i el segon subcapítol és el que es realitza prenent com a base de l'anàlisi el comportament en relació a les Unitats d'Atenció.

### **6.2.1. L'observació per sales**

L'observació a cada una de les sales ha estat realitzada a partir de les prèviament codificades pautes de comportament. Així hem sabut diferents aspectes dels comportament dels visitants infantils als museus gironins, a cada una de les tres sales seleccionades.

#### **6.2.1.1. Demanar per anar al WC**

En primer lloc, hem observat que tan sols l'1% dels seguiments que s'han seguit demanen per anar al WC. Aquest 1% s'ha registrat únicament a la sala 2 del Museu d'Art de Girona. Així doncs, podríem considerar que aquest és un comportament poc habitual, i que a trets generals, els nens i nenes no demanen per anar al lavabo, mentre fan la visita als museus gironins.

#### **6.2.1.2. Mirar per la finestra**

Un dels comportaments observats és si el nen/a mira per la finestra. De les sales observades les úniques que no disposen de finestres són al Museu del Cinema i al Museu d'Història de la Ciutat. La resta de museus tenen finestres al llarg del seu recorregut. Al Museu d'Art de Girona hi ha finestres a totes les sales que s'han contemplat en aquest treball. Al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona hi ha finestres a les sales 1 i 3 i, finalment, al Museu d'Història dels Jueus només hi ha finestres a la sala 1.

A les sales on hi ha finestres dels museus de la ciutat de Girona, en el 16% dels seguiments, els nens i les nenes hi ha mirat a través seu. En el Museu d'Art de Girona, en el 27% dels seguiments els nens han mirat per la finestra en algun moment del recorregut, en el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona el 10% i en el Museu d'Història dels Jueus el 14%.

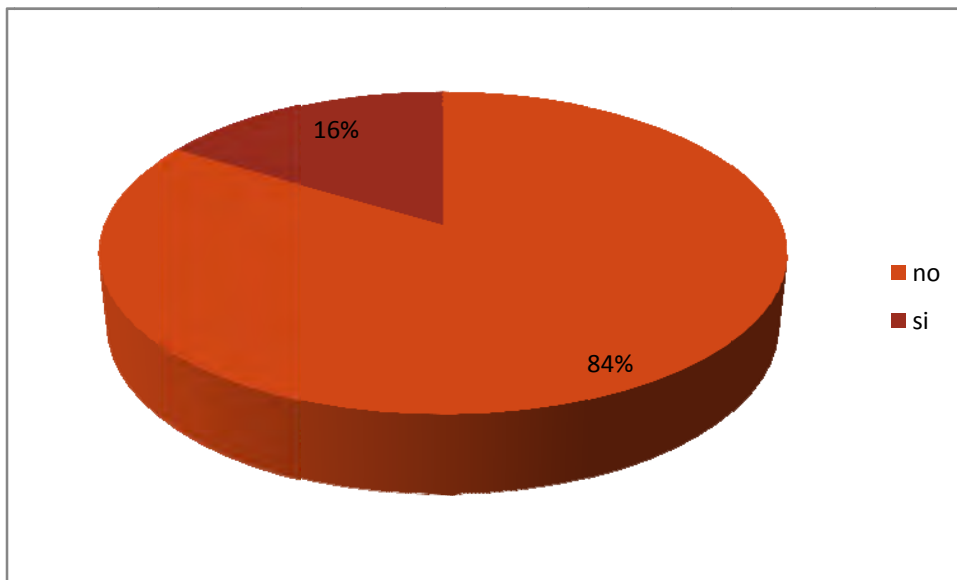


Figura 376. Percentatge dels seguiments efectuats que miren per la finestra.

Si ens fixem sala per sala, en les que s'ha mirat per la finestra han estat: la sala 3 del Museu d'Art de Girona, on en el 31% dels casos el nen o nena observat ha mirat en algun moment per la finestra i a la sala 2 del mateix museu, amb un 26%. En tercer lloc, hi ha la sala 1 del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, amb un 25% i, finalment, amb un 23% les sales 1 del Museu d'Història dels Jueus i del Museu d'Art de Girona. Per contra, a la sala 3 del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, tot i tenir finestres, cap nen observat hi ha mirat a través seu. Així doncs, hem pogut observar que en general els nenes/es dels quals s'ha fet el seguiment miren poc per la finestra.

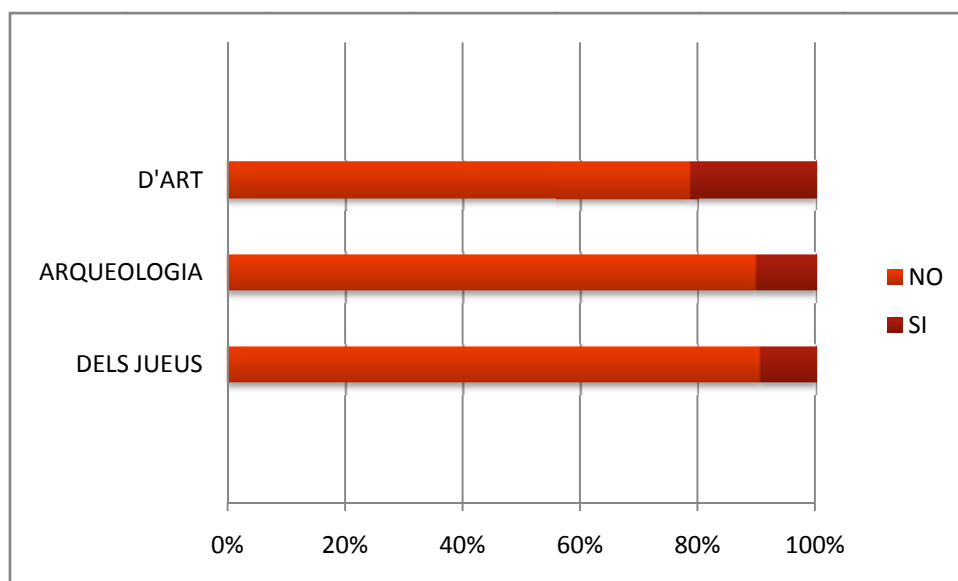


Figura 377. Percentatge per museu amb finestres de nens/es observats que miren a través seu.

### 6.2.1.3. Mostrar senyals d'avorriment

Un altre aspecte que s'ha observat és si el nen o nena, en algun moment del recorregut, mostra senyals d'avorriment i així ho manifesta a la resta de membres del grup acompanyant. Aquest comportament només s'ha detectat en el 5% dels seguiments. En el museu on s'ha detectat més casos és en el Museu d'Història de la Ciutat on el 9% ha mostrat senyals explícits d'avorriment. Al voltant de la mitjana es troba el Museu d'Art de Girona amb el 4%. Per contra, el museu on s'han detectat menys casos és el Museu del Cinema, amb tan sols un 1%.

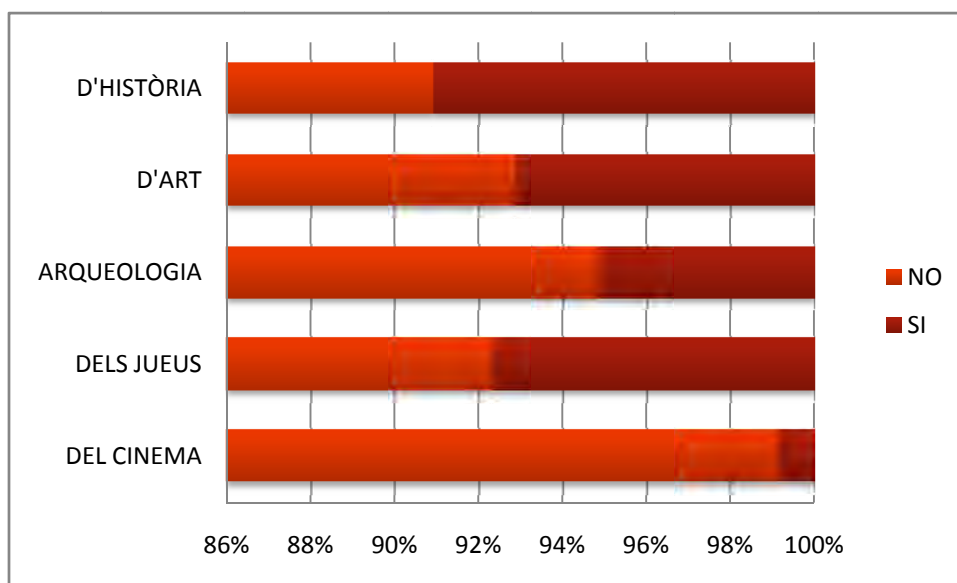


Figura 378. Percentatge per museu de nens/es observats que mostren senyals d'avorriment.

Les sales on s'ha pogut observar aquest comportament han estat: a les sales 1 dels museus el 13% dels casos registrats mostren senyals d'avorriment (el 31% al Museu d'Història de la Ciutat, el 10% al dels Jueus, el 5% al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona i el 5% al Museu d'Art de Girona). A les sales 2 el 7% dels casos registrats mostren senyals d'avorriment (7% del Museu d'Art de Girona) i, finalment, el 9% dels casos ho fa a les sales 3 dels museus (el 18% del Museu d'Història dels Jueus , el 9% del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona i l'1% dels Museu del Cinema).

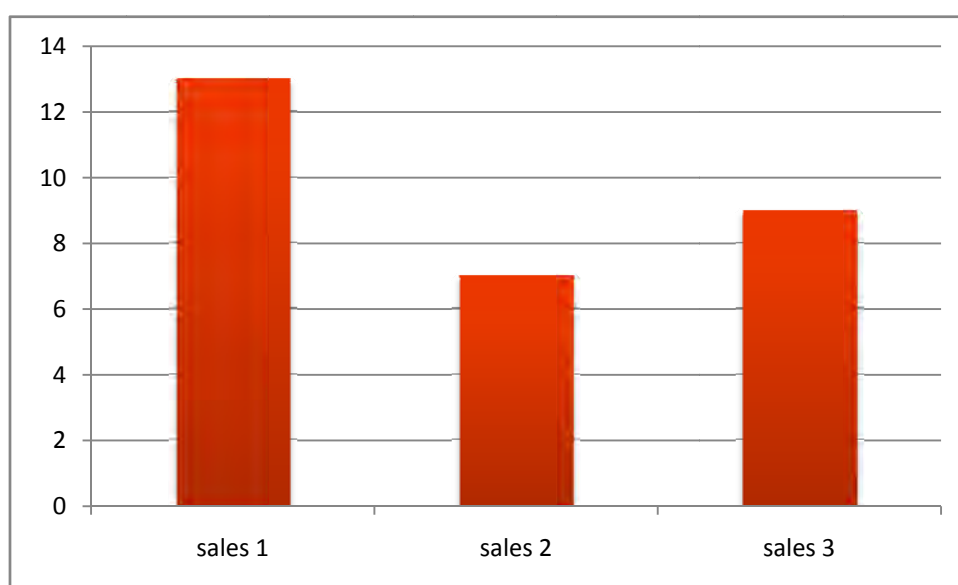


Figura 379. Percentatge per sales de nens/es observats que mostren senyals d'avorriment.

#### 6.2.1.4. Avís d'un adult

Un altre comportament observat ha estat el de l'avís d'un adult per controlar l'infant, és a dir, si l'adult o un altre nen/a acompanyant ha hagut d'avisar al nostre nen o nena objecte d'estudi ja sigui per posar els dits en una vitrina, per córrer, per tocar o remenar quan no es pot, per parlar massa alt o cridar.... Concretament, en aquest estudi s'ha pogut observar que en el 4% dels seguiments realitzats els nens/es han estat renyats o avisats per un adult o nen/a acompanyant. Els museus on s'han detectat més casos han estat: als museus d'Història i d'Art amb un 6% respectiu dels seguiments realitzats, i al Museu del Cinema amb un 5%, encara que en tots tres casos no hi ha massa distància respecte la mitjana.

Les sales on s'ha detectat aquest comportament han estat: el 7% dels seguiments de les sales 1 dels museus (3% del Museu del Cinema i 11% del d'Art), el 7% a les sales 2 (9% del Cinema i 4% del d'Art) i el 9% a les sales 3 dels museus (9% al Museu d'Història dels Jueus ).

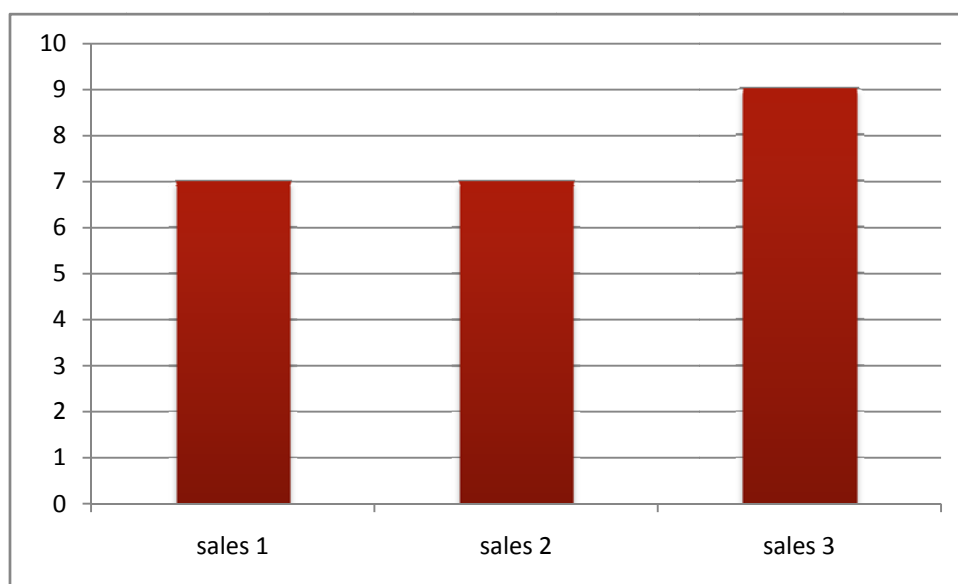


Figura 380. Percentatge de nens/es observats que són renyats per un adult.

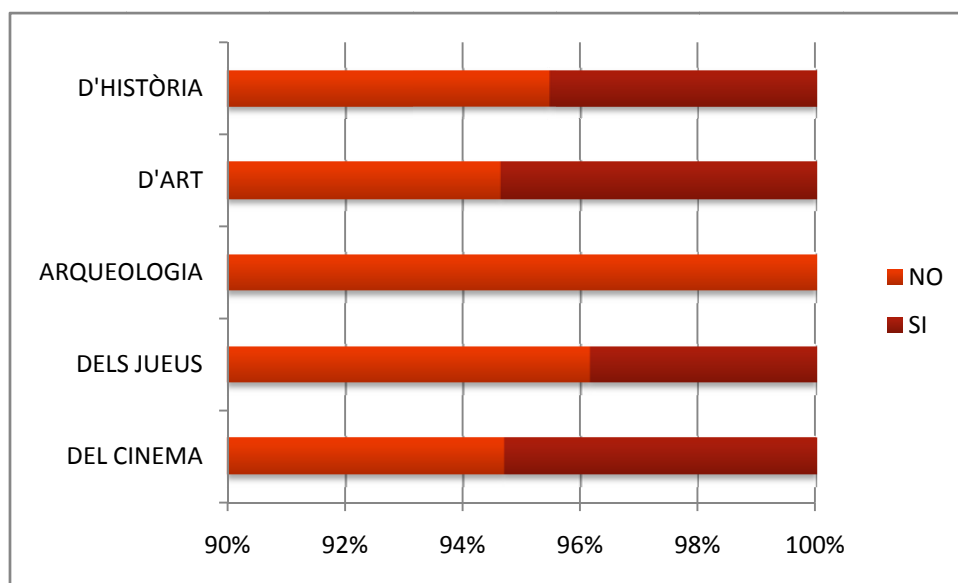


Figura 381. Percentatge per museu de nens/es observats que són renyats per un adult.

#### 6.2.1.5. Asseure's

Tots els museus ofereixen en una sala o altra, la possibilitat d'asseure's en bancs, cadires o sofàs. I a tots els museus hi ha hagut com a mínim un nen observat que s'ha assegut. A nivell general aquesta actitud s'ha mostrat en el 20% dels seguiments realitzats.

Els dos casos amb menys registres són el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona (5%) i el Museu d'Història de la Ciutat (9%). Pel contrari, el Museu d'Art de Girona i el Museu del Cinema, són els dos museus on hem registrat els valors més alts: a cadascun d'ells, en el 25% de les observacions fetes els nens/es s'han assegut.

Cal considerar però, que en determinats museus els espais per asseure's tant poden servir per descansar com per poder observar detingudament un audiovisual o un element patrimonial. En el cas del Museu del Cinema, els espais per seure són al mateix temps, espais d'observació d'audiovisuals i interacció material, i en el Museu d'Art de Girona, els espais per seure es troben al mig de les sales, on les obres penjades a les parets es poden observar a distància.

Pel que fa als temps, la majoria s'asseu poca estona, entre 12 i 15 segons, tot i que la mitjana general al conjunt dels cinc museus és de 52. Per sobre de la mitjana les sales on s'ha computat més nens i nenes que s'asseuen són: la sala 1 del Museu del Cinema (el 76% dels

nens i nenes observats que visiten aquesta sala s'asseuen), la sala 2 del museu d'Art (67%) les sales 1 (47%) i 3 (33%) del Museu d'Història dels Jueus .

En general s'ha pogut observar que a les sales 1 dels museus, el 44% dels nens i nenes que visiten aquestes sales s'asseuen, a les sales 2 el 40% i a les sales 3 ho fa el 19%. A més, s'ha pogut observar que a les sales on hi ha audiovisuals amb espais per seure, el 44% dels nens i nenes s'hi asseuen, en canvi, a les sales on no hi ha audiovisuals, però en canvi, hi ha cadires o bancs per descansar, tan sols ho fa el 23% dels nens i nenes. Així, sabem que el comportament d'asseure's va més vinculat al fet que hi hagi un audiovisual que no pas al fet que el nen o nena estigui cansat.

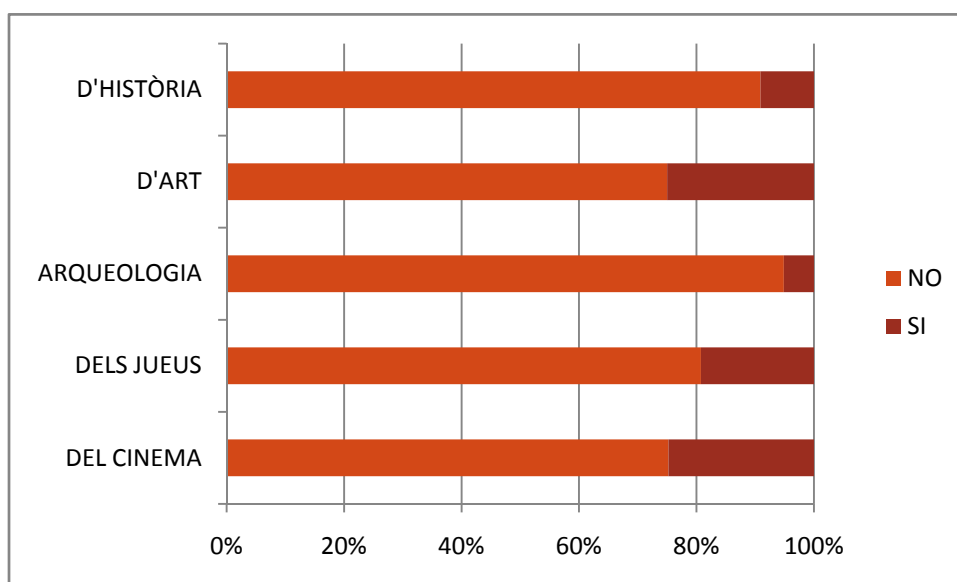


Figura 382. Percentatge per museu dels nens/es observats que s'asseuen.

#### 6.2.1.6. Portar una direcció de la visita contrària a la recomanada

Hem detectat que en l'11% dels seguiments realitzats, els nens que visiten una sala ho fan en la direcció contrària a la recomanada pel museu, és a dir, entren per la sortida. Molt per sobre de la mitjana, en el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona ho ha fet el 28%, en el Museu d'Història de la Ciutat el 23% i en el Museu d'Història dels Jueus el 15%. Pel contrari, el museu on hem detectat menys casos és el Museu del Cinema amb tan sols un 1%.



Les sales que han estat visitades per sobre de la mitjana seguint una orientació diferent a la recomanada han estat: el 50% dels nens i les nenes observats de la sala 3 del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona han fet la visita en una direcció diferent a la recomanada pel museu; el 40% a la sala 1 del Museu d'Història; el 33% a la sala 1 del Museu d'Art de Girona; el 25% a la sala 3 dels jueus, el 23% a la sala 1 del Museu d'arqueologia, el 15%, respectivament, a la sala 2 dels jueus i 3 del Museu d'Art de Girona i el 14%, respectivament, a les sales 2 i 3 del Museu d'Història de la Ciutat. Així doncs, les sales primeres i últimes, dels museus, són les més susceptibles a que els nens i les nenes les visitin en la direcció contrària a la recomanada pel museu.

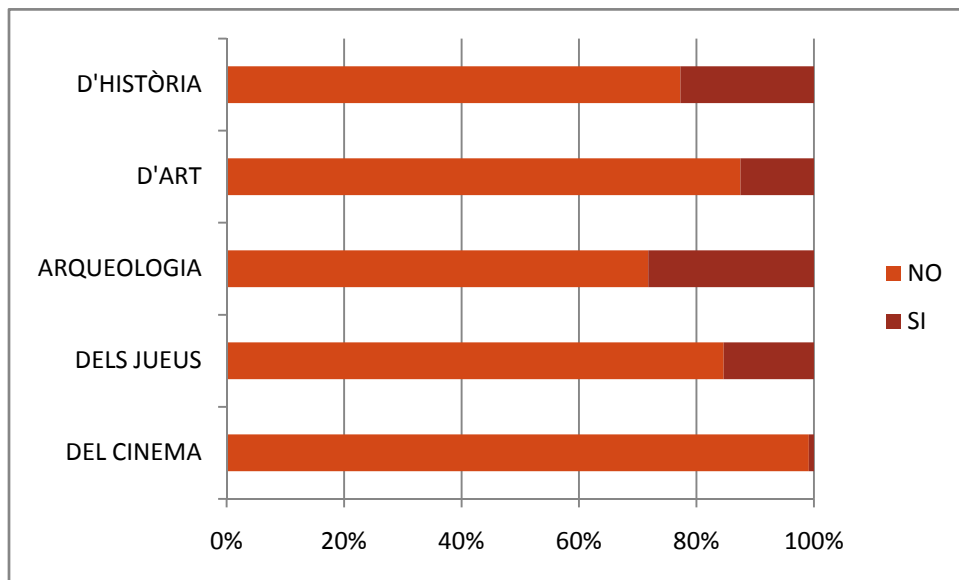


Figura 383. Percentatge per museu dels nens/es observats que fan la visita al museu en una direcció diferent a la recomanada.

### 6.2.1.7. Mostrar dificultats d'observació

Les dificultats per veure una determinada vitrina o element expositiu pot arribar a afectar el comportament dels nens/nenes. En el nostre estudi, hem pogut observar mitjançant els seguiments efectuats que el 2% dels casos presentava dificultats en algun moment del recorregut per veure allò que es volia observar.

Dels seguiments realitzats, els nens i nenes que han tingut problemes per veure un determinat element expositiu, o algun dels objectes que s'hi exposen, el 57% ho han sofert al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, el 29% al Museu d'Art de Girona i el 14% al Museu d'Història de la Ciutat. Les sales on s'ha detectat més aquest comportament han estat: la sala 1 del Museu d'Història de la Ciutat (el 14% dels seguiments) i finalment, la sala 2 del Museu d'Art de Girona (8%).

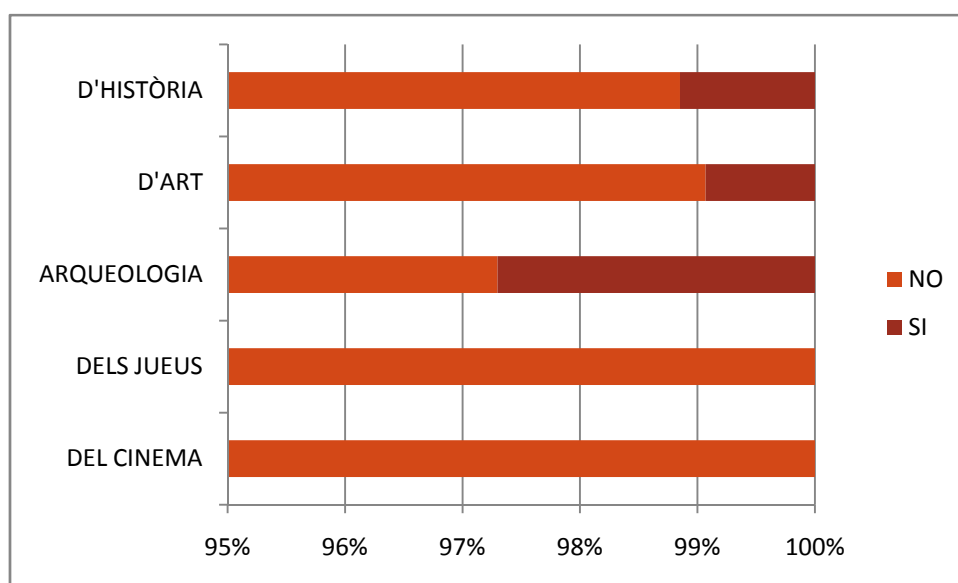


Figura 384. Percentatge per museu dels nens/es observats que tenen problemes per veure una Unitat d'Atenció.

### 6.2.1.8. Tocar

Un altre aspecte important a considerar és el percentatge de nens/nenes que interactua amb l'espai material. És a dir, si toquen un objecte per tocar, si el manipulen per interactuar, si el visiten més d'una vegada arribant a recular per tornar-lo a observar, si el fotografien...

En el 22% dels seguiments realitzats els nens toquen alguna unitat expositiva (independentment de si es pot o està permès pel museu). De més a menys han tocat en el 31% dels casos al Museu del Cinema, en el Museu d'Història de la Ciutat el 24%, en el Museus dels Jueus el 21%, en el Museu d'Art de Girona l'11% i en el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona l'1%. Les sales que més han propiciat aquest comportament per sobre de la mitjana

han estat: la sala 2 del Museu del Cinema (55%) i la sala 1 del Museu d'Història de la Ciutat (58%). En aquest darrer cas, a la sala 3 del Museu d'Història de la Ciutat no hi ha manipulables, però si dos elements de grans dimensions que ocupen bona part de la sala: el Seat-600 i la motocicleta Narcla.

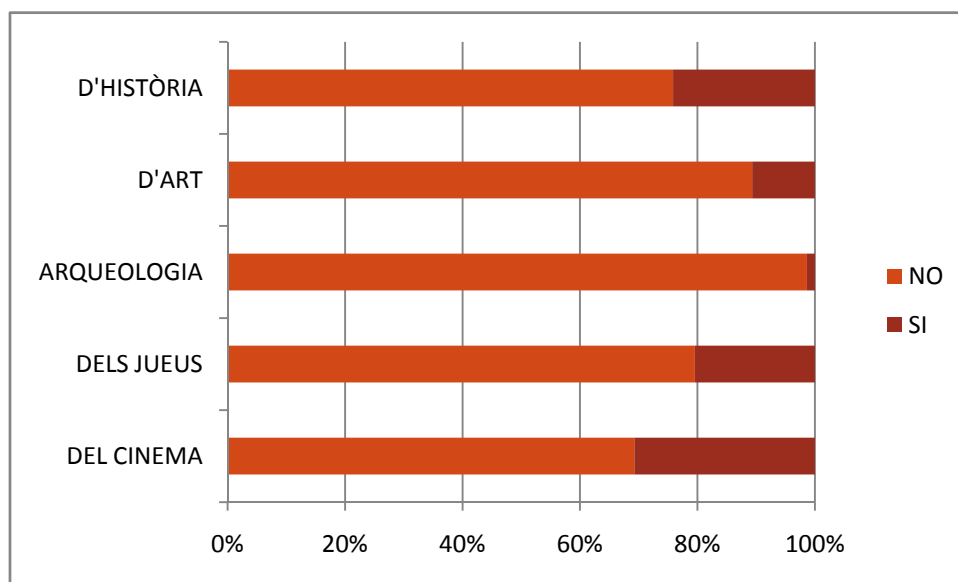


Figura 385. Percentatge per museu dels nens/nenes observats que toquen.

### 6.2.1.9. Manipular

Quan es tracta de manipular, el percentatge ja varia. En el 16% dels seguiments realitzats els nens han manipulat en algun moment o altre de la visita. El 29% ho ha fet al Museu del Cinema, el 2% al Museu d'Art de Girona, l'1% al Museu d'Història dels Jueus i al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona respectivament, i cap nen ho ha fet al Museu d'Història de la Ciutat. Les sales seleccionades per aquesta fi han estat: les tres sales del Museu del Cinema (22% a la sala 1, 46% a la sala 2 i 10% a la sala 3), la sala 1 del Museu d'Art de Girona (5%), també la sala 1 del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona (2%) i la sala 1 del Museu d'Història dels Jueus (1%).

No obstant, aquestes dades cal posar-les en relació amb el nombre d'elements manipulables que hi ha a cada museu. Al Museu del Cinema hi ha el 22% d'UA que són manipulables, al Museu d'Història dels Jueus el 13%, al Museu d'Art de Girona el 10%, al Museu d'Història de la

Ciutat el 3% i al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona el 2%. I és que, evidentment, com més manipulables hi ha al museu, més manipulen els nens/es.

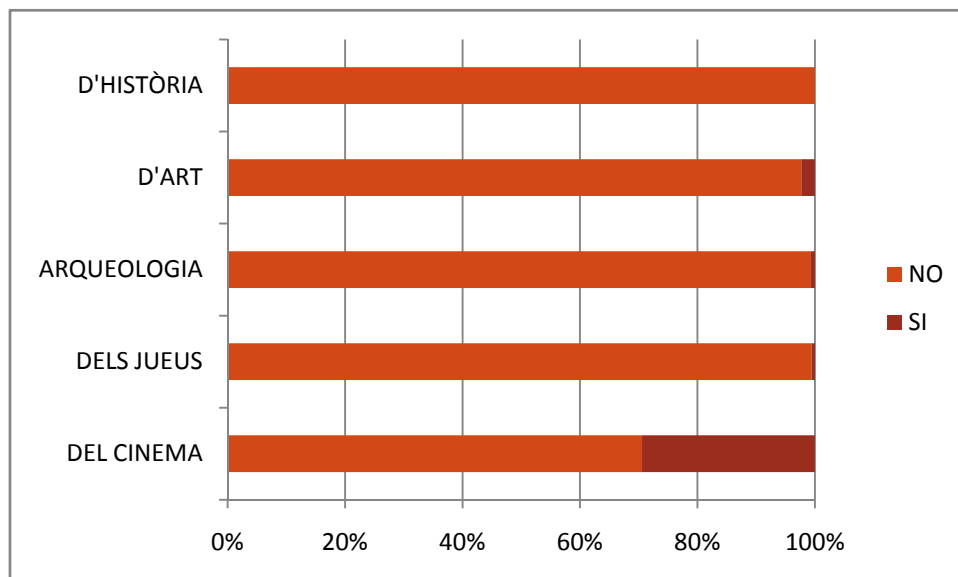


Figura 386. Percentatge d'observacions dels nens/nenes que manipulen al museu.

#### 6.2.1.10. Fotografiar

Una altra informació que s'ha recollit amb l'observació no participant ha estat si els nens/nenes realitzen una fotografia davant alguna unitat expositiva. Del total dels seguiments realitzats, en el 5% dels casos el nen o nena ha fet com a mínim una fotografia a l'interior de les sales. En el Museu d'Història dels Jueus i el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona és on s'han detectat més casos amb un 10% cadascú dels seguiments realitzats, el Museu d'Història de la Ciutat amb un 5% es troba en la mitjana, i finalment, hi ha el Museu d'Art de Girona (4%) i el del Cinema (3%), amb valors més baixos. Les sales on hem observat més fotografies són: la sala 3 del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona (18%), la sala 2 del Museu d'Història de la Ciutat (14%) i al sala 1 del Museu d'Història dels Jueus (12%).

Finalment, cal destacar que en el 100% dels casos que el nen ha entrat a visitar el museu amb una càmera fotogràfica, aquest l'ha utilitzada en un moment o altre per retratar quelcom.

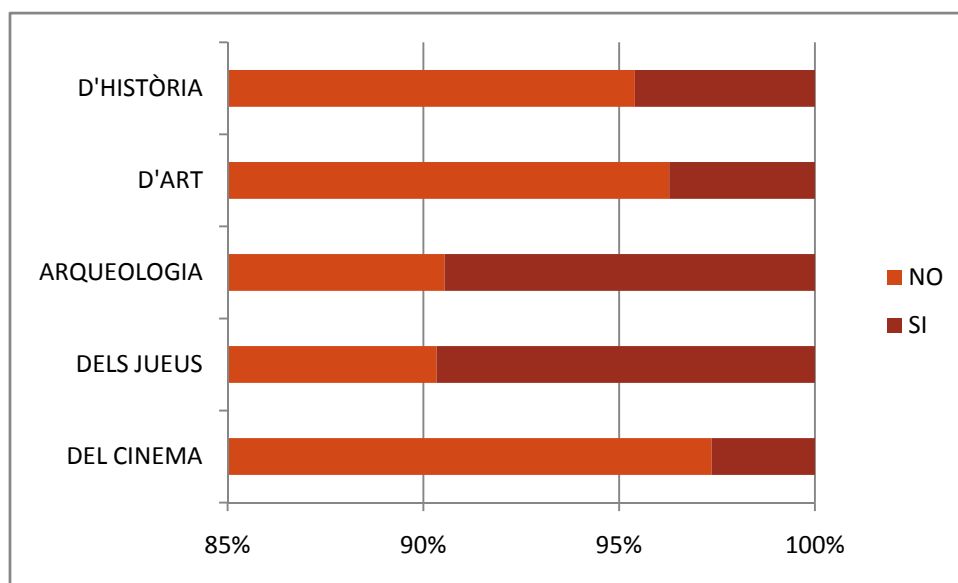


Figura 387. Percentatge per museus dels nens/nenes observats que fotografien una UA.

#### 6.2.1.11. Portar la iniciativa

Un element important en el moment d'observar el comportament dels nens i nenes ha estat el de detectar si són ells els que decideixen el que volen veure o si es deixen portar. En el 62% dels seguiments realitzats, els nens i les nenes prenen la iniciativa sobre què volen mirar i el 38% restant ho fa supeditat a la decisió d'un altre, ja sigui un adult, o un nen/a dels que l'acompanyen. Es podria objectar que en determinats moments és el nen/a que porta la iniciativa i en altres moments és l'acompanyant. Per determinar quin dels dos comportaments predomina s'ha pres com a criteri del predomini d'un o altre si qui guiava la visita ho feia en més del 50% de les UA<sup>126</sup> presents en una sala.

Els percentatges de nens que porten la iniciativa de la visita segons els seguiments realitzats són: el Museu del Cinema (66%), el Museu d'Història dels Jueus (65%), el Museu d'Art de Girona (63%), el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona (51%) i el Museu d'Història de la Ciutat (55%), tots ells molt pròxims a la mitjana del conjunt dels museus.

Aquesta mateixa informació filtrada segons sales, ens rebel·la que aquelles on el nen porta la iniciativa per sobre de la mitjana són: la sala 2 del Museu del Cinema (en el 80% dels seguiments realitzats els nens/es porten la iniciativa de la visita), la sala 2 del Museu d'Art de

<sup>126</sup> Unitat d'Atenció=UA

Girona (el 75%) i 3 del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona (també un 75%) i les dues primeres sales del Museu d'Història dels Jueus (67% a la sala 1 i 69% a la sala 2).

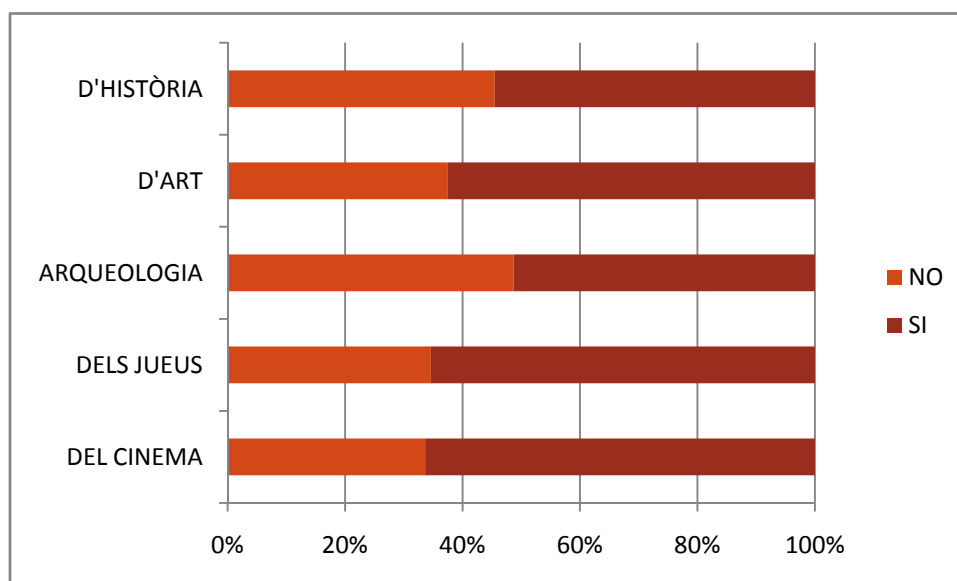


Figura 388. Percentatge per museu dels nens/es observats que porten la iniciativa de la visita.

#### 6.2.1.12. Interactuar socialment

Finalment, un darrer grup de pautes de comportament que ens resta analitzar, són les ja anomenades, interaccions socials. És a dir, si el nen comparteix informació sobre allò que està observant, si, necessita preguntar a un acompanyant sobre allò que manipula, si és l'acompanyant qui li proporciona la informació de forma prèvia...

En el 62% dels seguiments realitzats els nens i nenes observats han compartit informació amb algun membre del grup davant d'una determinada UA. Del total de seguiments realitzats, el 6% han preguntat quelcom a un acompanyant; el 17% ha rebut l'explicació de l'acompanyant adult sense haver-ho demanat i el 5% l'ha rebuda d'un nen acompanyant. Finalment, en el 13% dels casos, és el nen objecte d'estudi qui explica el que veu a algun dels membres acompanyants.

Pel que fa a museus, al Museu del Cinema, el 67% dels seguiments han compartit informació (detectant els casos més significatius a la sala 1 (76%) i 2 (66%)); el 5% han preguntat a un acompanyant del sexe femení (sales 1 i 2 amb un 5% respectivament), el 5% a un acompanyant del sexe masculí (essent el 10% de la sala 1 el valor més alt); el 17% ha rebut

l'explicació de l'acompanyant adult (essent la sala 2 amb un 23% el valor més significatiu) i el 7% l'ha rebuda d'un nen o nena (9% a la sala 1). En el 16% dels casos, és el nen observat qui explica el que veu. Això ho fa sobretot a les sales 1 i 2, amb un 17% cadascú.

Al Museu d'Art de Girona, en el 62% dels casos han compartit informació (sobretot a les sales 1 (74%) i 2 (67%)); el 10% dels nens ha preguntat a un acompanyant del sexe femení (sales 1 i 2 amb un 12% respectivament); el 10% a un acompanyant del sexe masculí (essent el 14% de la sala 1 el valor més alt); el 18% ha rebut l'explicació de l'acompanyant adult (essent la sala 1 amb un 33% el valor més significatiu) i el 3% l'ha rebuda d'un nen o nena (5% a la sala 2). L'11% dels casos, és el nen observat qui explica el que veu. Això ho fa sobretot a la sala 2, amb un 16% dels casos.

Al Museu d'Història de la Ciutat el 64% ha compartit informació (donant-se els casos més significatius a la sala 2 (68%) i 3 (67%)), el 9% ha preguntat a un acompanyant del sexe femení (14% de la sala 2), el 6% dels casos han preguntat a un acompanyant del sexe masculí (sala 1 amb un 8% ), el 17% ha rebut l'explicació de l'acompanyant (sala 2 amb un 29% ) i el 5% l'ha rebuda d'un nen o nena (9% a la sala 3). El 8% dels casos, és el nen observat qui explica el que veu. Això ho fa sobretot a la sala 3, amb un 9% dels casos.

Al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona el 54% ha compartit informació (essent la sala 1 amb un 60% la més destacada), en el 10% dels casos han preguntat a un acompanyant del sexe femení (12% a la sala 1), l'1% a un del sexe masculí (2% respectivament a la sala 1 i 3), el 16% ha rebut l'explicació de l'acompanyant (sala 1 amb un 25%) i el 0% l'ha rebuda d'un nen. El 13% dels casos, és el nen observat qui explica el que veu. Això ho fa sobretot a la sala 2, en un 18%.

Finalment, al Museu d'Història dels Jueus el 51% ha compartit informació (destacant la sala 2 (52%) i la sala 3 (58%)); el 4% ha preguntat a un acompanyant del sexe femení (sala 3 amb un 6%), el 5% a un del sexe masculí (12% a la sala 3), el 16% ha rebut l'explicació d'un acompanyant (sala 3 amb un 18%) i el 5% l'ha rebuda d'un nen o nena (6% a la sala 3). El 6% dels casos, és el nen observat qui explica el que veu. Això ho fa sobretot a la sala 1 del museu, en el 10% de les ocasions.

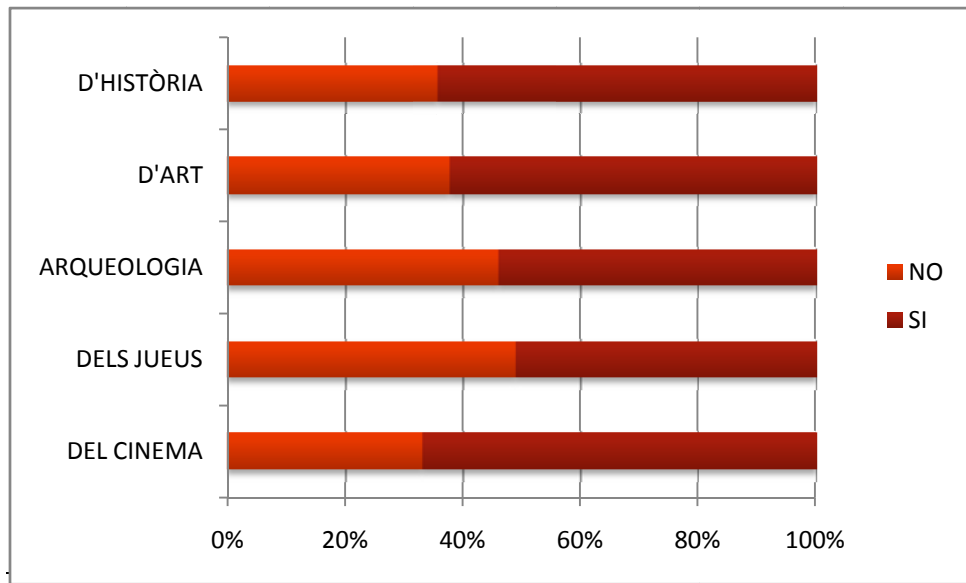


Figura 389. Percentatge per museu dels nens/nenes observats que comparteixen informació.

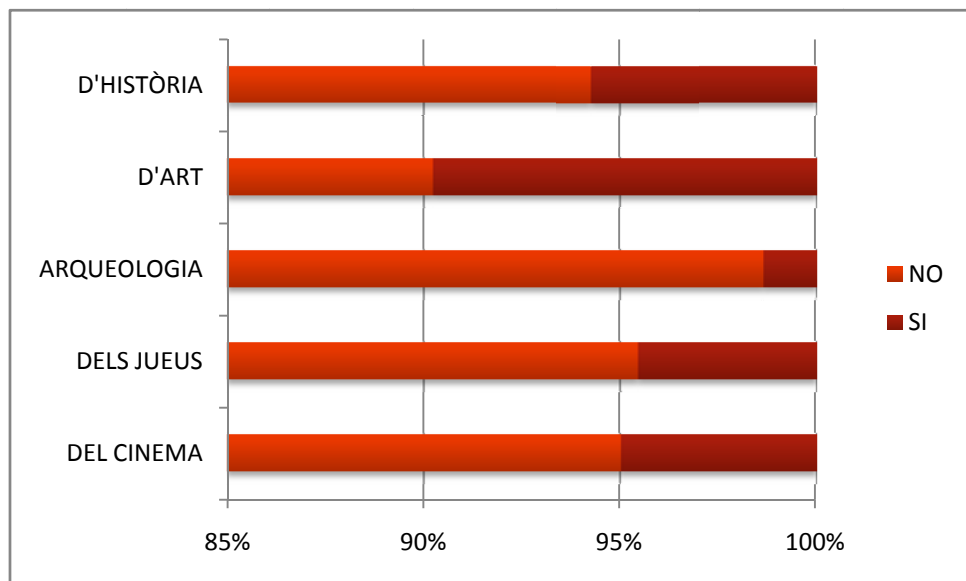


Figura 390. Percentatge per museu dels nens/nenes observats que pregunten a un acompanyant del sexe masculí.



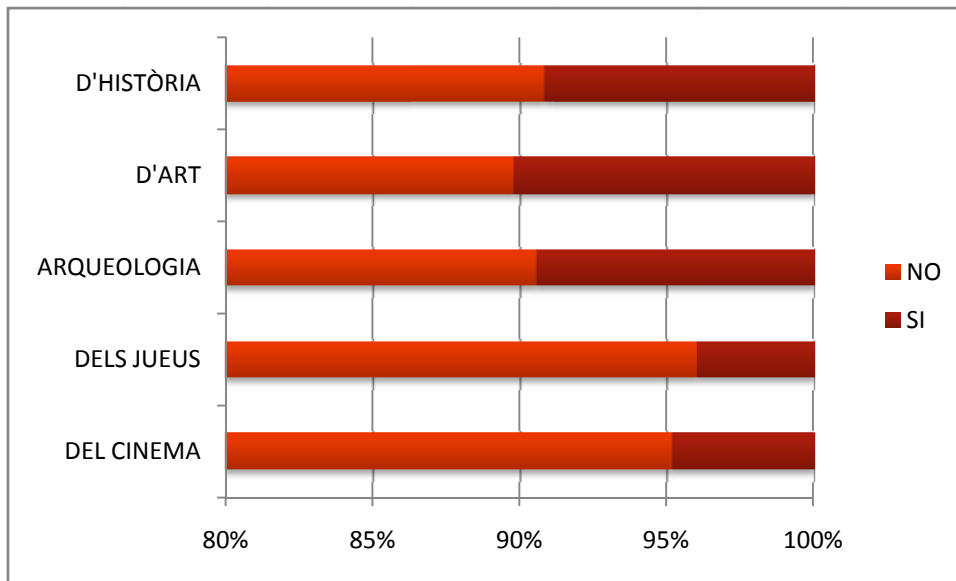


Figura 391. Percentatge per museu dels nens/nenes observats que pregunten a un acompanyant del sexe femení.

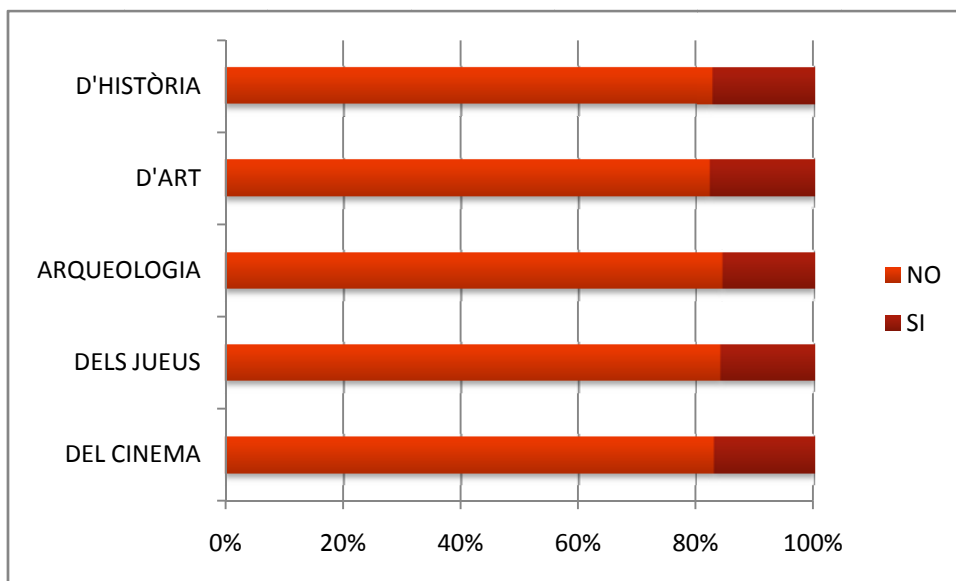


Figura 392. Percentatge dels nens/nenes observats que reben la informació d'un acompanyant per museu.

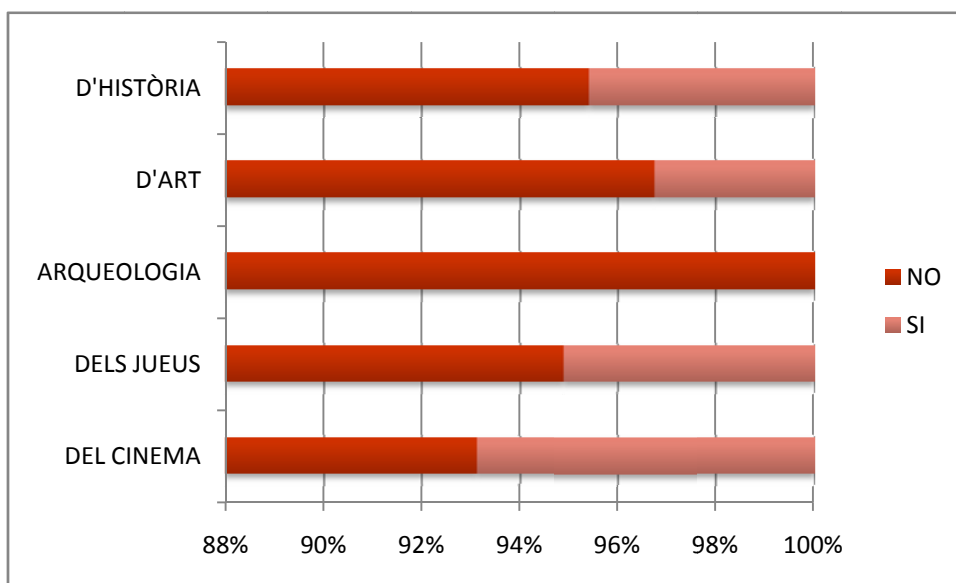


Figura 393. Percentatge dels nens/nenes observats que reben la informació d'un nen acompanyant, per museu.

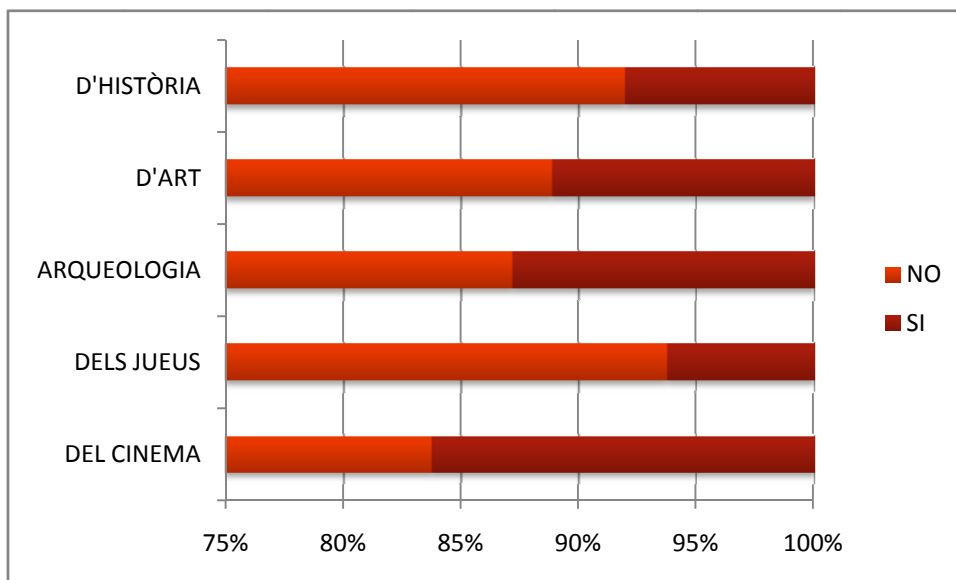


Figura 394. Percentatge dels nens/nenes observats que expliquen el que veuen, per museu.

### 6.2.1.13. Temps totals dedicats a la visita per sales

Cada sala del museu té unes dimensions i distribució diferent. Per aquest motiu, el temps que el visitant destina a visitar-ne una, no només varia en funció del nombre d'Unitats d'Atenció presents, sinó que també ho farà en funció de les dimensions de la mateixa.

Del conjunt de seguiments s'ha obtingut que la mitjana de temps que els nens/nenes observats dediquen de promig a visitar una sala (dins del conjunt de les estudiades) d'un museu de la ciutat de Girona és de 184 segons (3 minuts).

El Museu del Cinema és el museu on els nens observats han dedicat més temps a visitar una sala. Tot i que el temps destinat a les diferents sales pot variar en funció de la ubicació de la mateixa en el recorregut del museu, considerem interessant de conèixer el temps mitjà per sala que els nens i nenes hi dediquen: 275 segons (per sobre de la mitjana del conjunt de museus), sabent que el valor màxim registrat és de 1807 segons i el mínim de 6.

Concretament, la sala 1 del Museu Cinema (de 76,25 m<sup>2</sup>) és visitada durant una mitjana de 349 segons. La sala 2 en canvi, tot i tenir una superfície més gran de 129m<sup>2</sup>, ho és per una mitjana més baixa de 436 segons i la sala 3, de 135 m<sup>2</sup>, per una mitjana de 71.

474

---

El Museu d'Història dels Jueus és el segon museu en ordre de durada de visita a les sales, amb dades molt similars a les del Museu d'Art de Girona. El Museu d'Història dels Jueus, tot i registrar un cas de 1534 segons i un de 3 (valor màxim i mínim), la mitjana de temps en el qual els nens i les nenes observats recorren les seves sales és de 139 segons, per sota de la mitjana del conjunt de museus. Els 34 m<sup>2</sup> de la sala 1 són visitats durant 261 segons de mitjana, els 30 m<sup>2</sup> de la sala 2 durant 76 segons, i en darrer terme, els 21,5 m<sup>2</sup> de la sala 3 durant 73.

La mitjana de temps de visita del Museu d'Art de Girona és de 136 segons per sala, essent 786 i 7 els valors màxim i mínim. Els 48,83 m<sup>2</sup> de la sala 1 són recorreguts durant 138 segons de mitjana, els 83,91 m<sup>2</sup> de la sala 2 amb 136, i els 94,67 m<sup>2</sup> de la sala 3 amb 121.

Finalment, resten els dos museus que registren les mitjanes més baixes: el Museu d'Història de la Ciutat amb 108 segons (357 de màxim i 41 de mínim) i el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona amb 92 (321 segons de màxim i 4 de mínim).

Pel que fa al Museu d'Història de la Ciutat, la sala 1 de 73,66 m<sup>2</sup> és visitada durant una mitjana de 125 segons. La sala 2 en canvi, tot i tenir una superfície més gran de 86,94m<sup>2</sup>, ho és per una mitjana més baixa de 103 i finalment la sala 3 de 84,87m<sup>2</sup>, per una mitjana de 114. En canvi, al

Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, la sala 1 de 58 m<sup>2</sup> ho és amb 120 segons, la sala 2 de 55 m<sup>2</sup> amb 79 i finalment la sala 3 de 42 m<sup>2</sup>, amb 76 segons de mitjana.

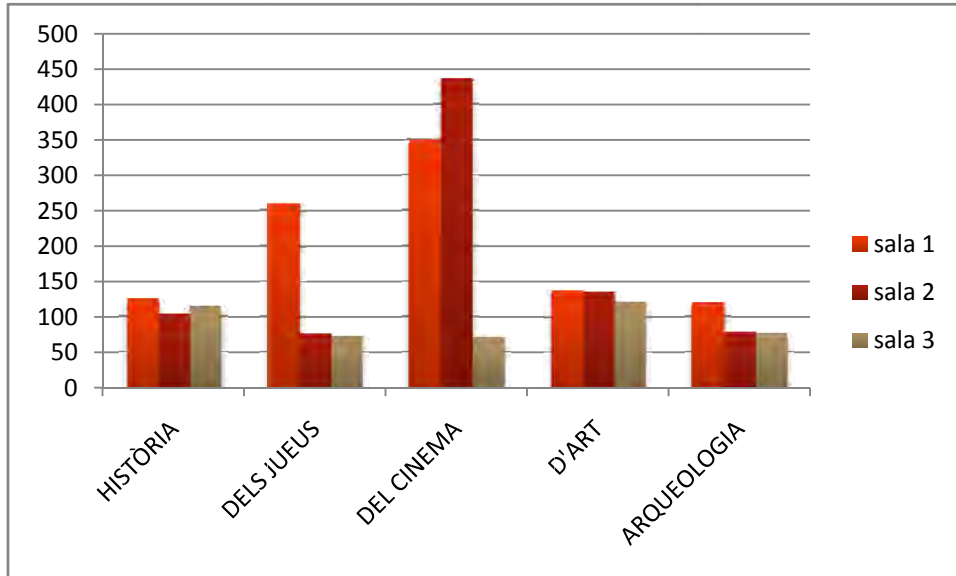


Figura 395. Mitjanes de temps en segons dedicats a les sales, per museu.

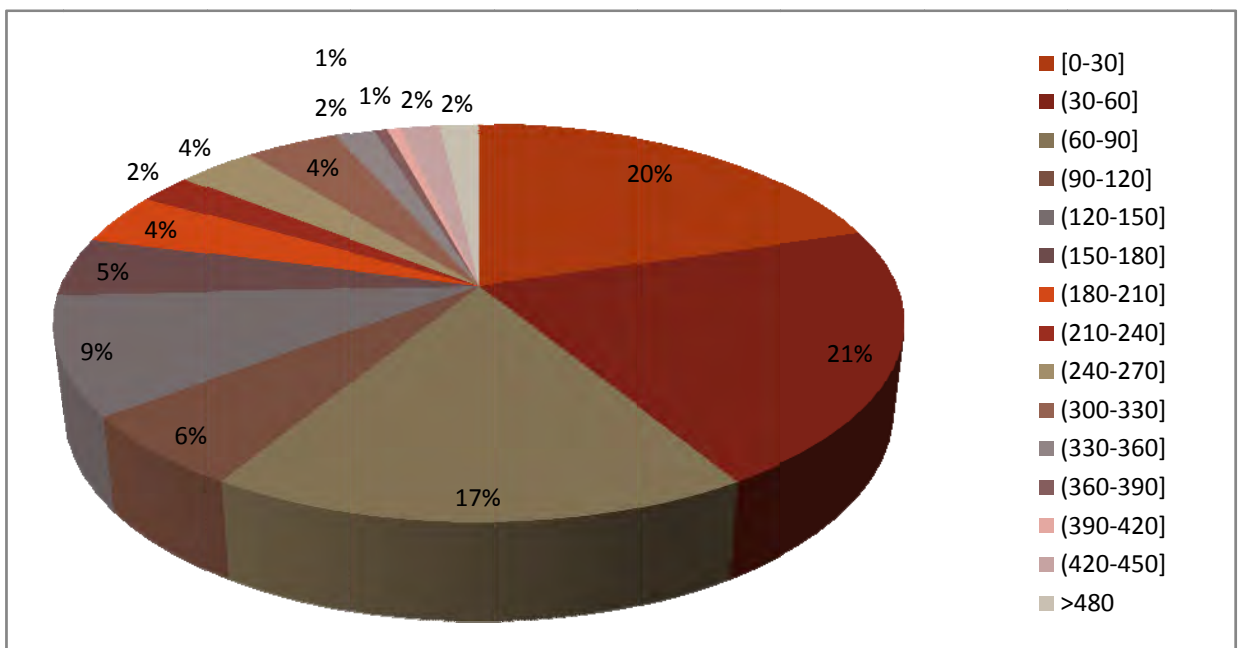


Figura 396. Percentatge de les franges de temps per segons dedicats a la visita de les sales.

Amb una visió més específica de museu i durada de la visita, observem que el museu on els visitants observats hi estan més estona per sala és el Museu del Cinema (entre 60 i 90 segons). En canvi, al Museu d'Història de la Ciutat i al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona hi estan entre 30 i 60 segons. Amb registres més baixos, al Museu d'Història dels Jueus i al Museu d'Art de Girona la durada de la visita es situa en menys de 30.

#### 6.2.1.14. Temps totals dedicats a les sales dels museus segons la seva posició

La mitjana de temps dedicat a l'observació de les sales 1 és de 199 segons, 166 a les sales 2 i finalment 91 a les sales 3 dels museus. O el que seria el mateix, els nens i les nenes observades destinen un 16% menys de temps en visitar les sales de la meitat del recorregut del museu que les del principi i un 45% menys de temps en visitar les últimes.

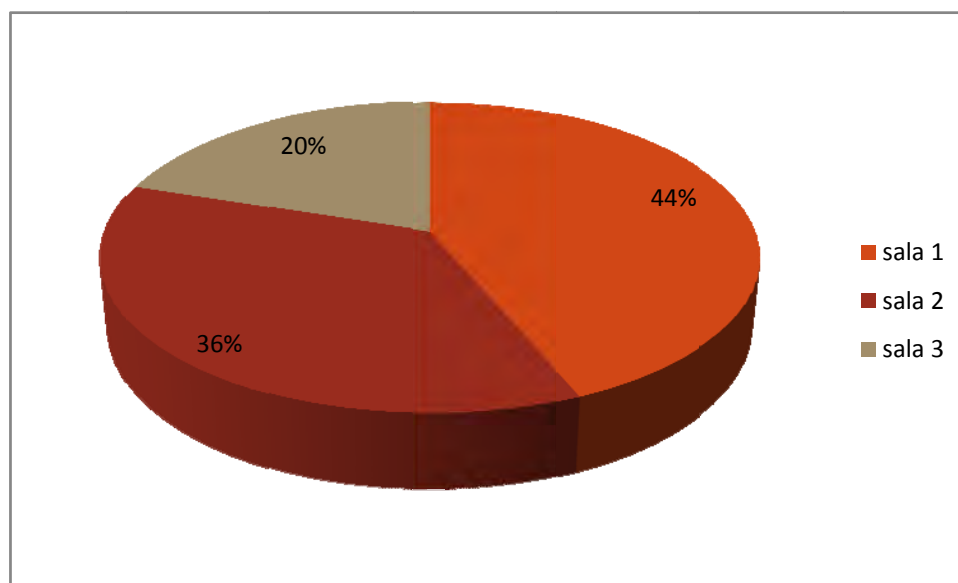


Figura 397. Percentatge de distribució del temps total dedicat a les sales segons la seva posició a l'interior del museu.

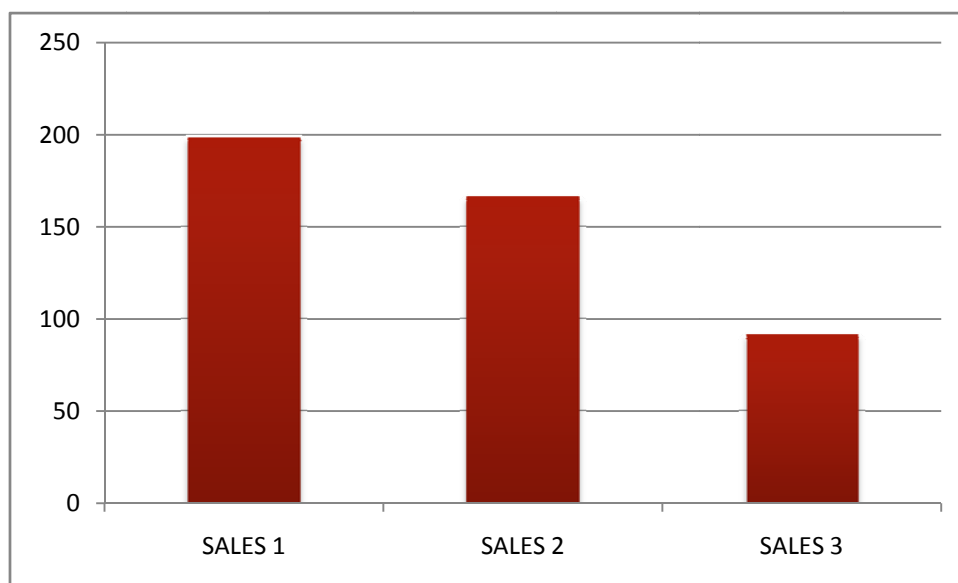


Figura 398. Mitjana de temps de visita en segons de les sales segons la seva posició.

#### 6.2.1.15. Índex de velocitat de recorregut de la sala

El fet de conèixer, en primer lloc, el temps que es destina a visitar una sala, i, en segon lloc, els  $m^2$  de la mateixa, ens permet aproximar-nos a les pautes de comportament dels nens i nenes a partir de la seva relació. És a dir, tal i com descriu Serrell (1997), cal relacionar la superfície de l'exposició entre la mitjana del temps total que dediquen a visitar-la.

Així hem pogut apreciar que el museu amb l'índex de velocitat més alt és el Museu del Cinema amb una mitjana de  $0,8 m^2/s$  de visita per sala, en segon lloc el Museu d'Història de la Ciutat ( $0,7 m^2/s$ ), després el Museu d'Art de Girona i el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona ( $0,6 m^2/s$  respectivament) i finalment i en darrer lloc, el Museu d'Història dels Jueus ( $0,3 m^2/s$ ).

El Museu d'Història dels Jueus ( $0,3 m^2/s$ ) és on els visitants observats fan la visita més lentament. El seu índex de velocitat per sales és de  $0,1 m^2/s$  a la sala 1,  $0,4 m^2/s$  a la sala 2 i  $0,3 m^2/s$  a la sala 3. Per tant, com més cap al final del museu se situa una sala, més ràpidament és visitada.

En canvi, el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona té el mateix índex de velocitat ( $0,6 m^2/s$ ) que el Museu d'Art de Girona ( $0,6 m^2/s$ ). La diferència, però, rau en la velocitat de visita de les seves sales: al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona l'índex de velocitat de

les sales és molt semblant: a la sala 1 és de  $0,5 \text{ m}^2/\text{s}$ , el de la sala 2 és de  $0,7 \text{ m}^2/\text{s}$  i el de la sala 3 de  $0,6 \text{ m}^2/\text{s}$ . En canvi, al Museu d'Art de Girona, l'índex de velocitat entre sales és més desigual: a la sala 1 és de  $0,4 \text{ m}^2/\text{s}$ , el de la sala 2 és de  $0,6 \text{ m}^2/\text{s}$  i el de la 3 de  $0,8 \text{ m}^2/\text{s}$ . També en aquest darrer cas, com més cap al final del museu, més ràpida és la visita de la sala en qüestió.

Finalment, i amb valors molt similars però no iguals, hi ha el Museu del Cinema i el Museu d'Història de la Ciutat . Al Museu d'Història de la Ciutat ( $0,7 \text{ m}^2/\text{s}$ ), l'índex de velocitat de recorregut és de  $0,6 \text{ m}^2/\text{s}$  a la sala 1,  $0,9 \text{ m}^2/\text{s}$  a la sala 2 i  $0,7 \text{ m}^2/\text{s}$  a la sala 3. I en el Museu del Cinema ( $0,8 \text{ m}^2/\text{s}$ ) és de  $0,2 \text{ m}^2/\text{s}$  a la sala 1,  $0,3 \text{ m}^2/\text{s}$  a la sala 2 i  $2 \text{ m}^2/\text{s}$  a la sala 3.

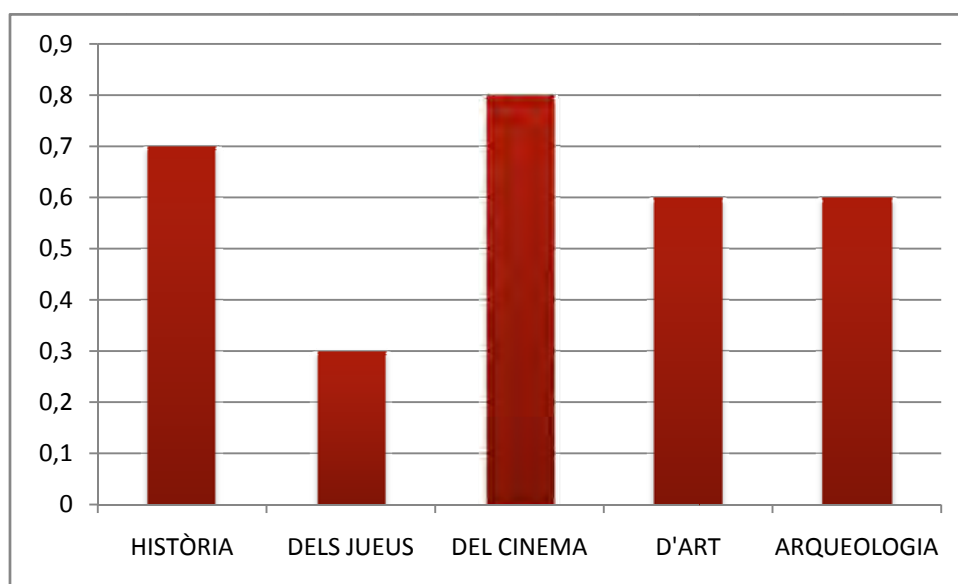


Figura 399. Índex de velocitat expressat en  $\text{m}^2/\text{s}$  del recorregut mitjà de les sales per museus

En darrer lloc, volem constatar que tot i que en diferents sales de museus es registren índexs molt extrems ( $2 \text{ m}^2/\text{s}$  a la sala 3 del Museu del Cinema o  $0,1 \text{ m}^2/\text{s}$  a la sala 1 del Museu d'Història dels Jueus ) l'índex mitjà de les sales dels museus de la ciutat de Girona és de  $0,6 \text{ m}^2$  per segon, un índex de velocitat molt semblant al proposat per Serrell (1993, 142) que ell situa en  $0,5 \text{ m}^2$  per segon. Així, amb aquest índex de velocitat obtingut, podem considerar que possiblement, els visitants han tingut temps suficient per assegurar una adequada adquisició dels continguts de les UA de les sales que han decidit mirar.

### 6.2.1.16. Índex de densitat/temps, per saber la minuciositat de la visita

Un altre índex important a tenir en compte quan parlem de pautes de conducta, és el que fa referència a la minuciositat de la visita. Tal i com apunta Pérez Santos (2000, 83), cal relacionar la mitjana de temps que es dedica a visitar una sala, amb la seva superfície i el número total d'unitats expositives que hi ha. Així, aquest resultat es pot considerar una mitjana prou indicativa de la minuciositat amb què el visitant observa cada sala. Per tant, com més baix és l'índex, major és la minuciositat de l'observació d'aquesta.

L'índex de densitat/temps mitjà dels cinc museus de la ciutat de Girona entre els nens i nenes observats és de 0,03, essent per sota del considerat correcte per Pérez Santos (2000, 83), que és de 0,05.

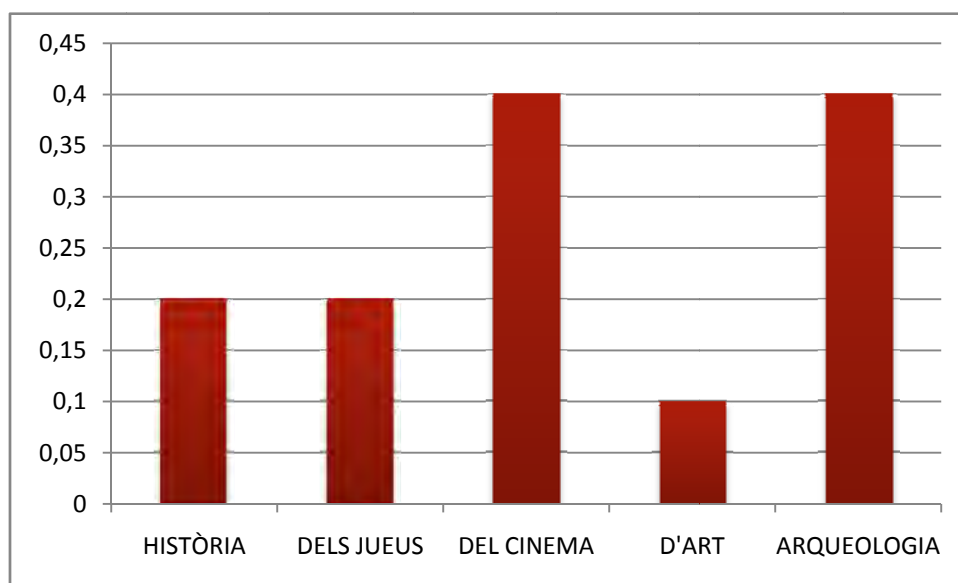


Figura 400. Índex de minuciositat (y) de la visita per museus.

Així, les sales estudiades del museus que han estat observades amb més minuciositat es troben al Museu d'Art de Girona (0,01), en segon lloc els Museus d'Història i dels Jueus (0,02 cadascun) i en tercer lloc els Museus del Cinema i d'Arqueologia (0,04 cadascun).



Pel que fa a les sales del Museu d'Art de Girona, destacar el 0,02 de la sala 1, el 0,06 de sala 2 i el 0,03 de la sala 3. Del Museu d'Història de la Ciutat, el 0,05 de la sala 1, el 0,04 de la sala 2 i el 0,02 de la sala 3. Del Museu d'Història dels Jueus, el 0,01 de la sala 1, el 0,05 de la sala 2 i el 0,01 de la sala 3. Del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, el 0,03 de la sala 1 i el 0,04 de la sala 2 i 3 (a cadascun). Finalment, el Museu del Cinema amb el 0,01 de la sala 1 i 2 respectivament, i el 0,09 de la sala 3.

A mode de conclusió, podem apreciar com les sales dels museus que han estat visitades més minuciosament, són les primeres sales.. Pel contrari, és interessant d'apuntar que les sales 2 dels museus, són les que registren els índex més elevats de minuciositat, és a dir, que són observades amb menys deteniment (a excepció de la sala 2 del Museu del Cinema, que al comptar amb els interactius, el seu índex és igual que el de la sala 1). Tot i així, i a trets generals, podem afirmar que la visita a les sales dels cinc museus gironins, es fa amb minuciositat.

#### **6.2.1.17. Nombre d'unitats expositives observades per sala**

Un indicatiu de comportament del nen a l'interior d'una sala, és el percentatge d'UA que visita, en relació de les que són subjectes de visitar. És dir, el que exposem en aquest apartat del capítol és el percentatge d'UA observades a cada sala estudiada dels museus gironins. En el seu conjunt, una mitjana d'un 26% de les UA han estat visitades, essent els valors de 78% i 16% el màxim i mínim registrats.

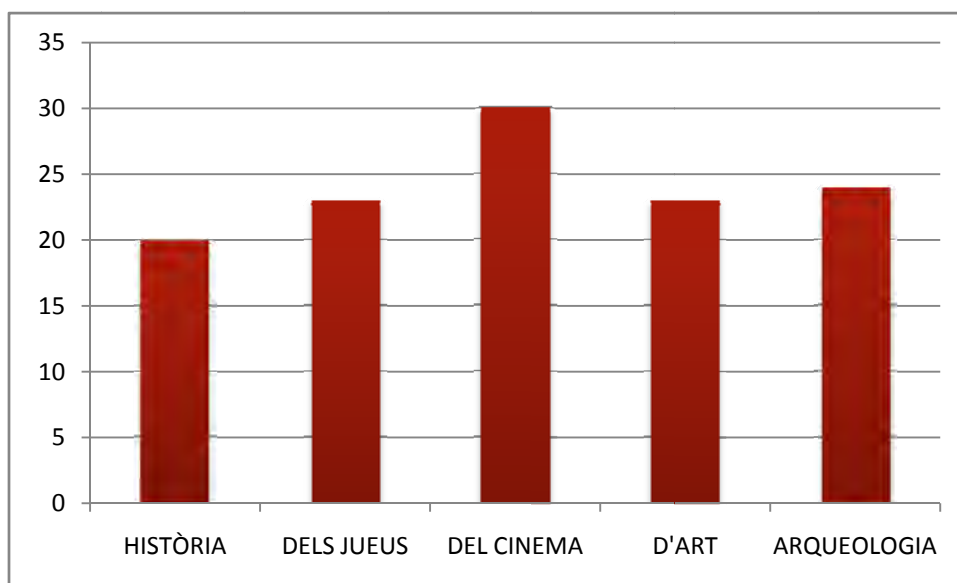


Figura 401. Percentatge (y) d'UA observades a les sales dels museus.

Si analitzem el museu en el qual més UA han estat visitades, aquest és el Museu del Cinema amb un 30% total, per sobre de la mitjana del conjunt dels museus. Per sales, amb un sentit clarament decreixent, de la sala 1 han estat visitades el 39%, de la sala 2 el 35% i de la sala 3 el 17%.

En segon lloc, hi ha el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, que en canvi havíem vist que el temps de visita de les seves sales era dels més baixos. En aquest museu, el 24% de les UA han estat visitades, essent el 29% de la sala 1 i el 22% de les sales 2 i 3, respectivament, amb uns percentatges molt més equilibrats que al museu del Cinema.

En tercer lloc hi ha el Museu d'Art de Girona. El 23% de les UA d'aquest museu han estat vistes pels nens, distribuïdes per sales de la següent manera: el 21% de la sala 1, el 27% de la sala 2 i el 23% de la sala 3. També una situació molt equilibrada com la del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona.

Pel que fa al Museu d'Història dels Jueus on també el 23% de les UA han estat observades pels nens, els percentatges per sales són els següents: el 32% de la sala 1, el 29% de la sala 2 i el 9% de la sala 3. En aquest cas, comparteix amb el Museu del Cinema una percentatge de visita de les UA clarament decreixent.

Finalment, el museu amb menys UA visitades respecte el total ofertat, és el Museu d'Història de la Ciutat, amb un 20%, tot i que no gaire per sota de la mitjana. De la sala 1 els nens i les nenes seguits n'observen el 27% de les UA, el 15% de la sala 2 i el 19% de la sala 3.

#### **6.2.1.18. Nombre d'unitats expositives no observades per sala**

En aquest punt, cal destacar les sales dels museus on hi ha hagut nens que no s'han parat en cap de les unitats expositives, és a dir, hi ha un 5% de nens seguits que no han observat cap UA d'una sala.

Aquests comportaments l'hem registrat al Museu d'Història dels Jueus, on 4 nens no han observat cap de les unitats expositives de la sala 2 i 2 nens de la sala 3. Aquestes xifres representen el 8% dels seguiments fets a la sala 2 i el 6% dels seguiments fets a la sala 3.

Al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, un nen no ha observat cap UA de la sala 2 i un altre a la sala 3. Aquests dos casos representen el 5% dels nens observats de la sala 2 i el 7% de la sala 3.

També al Museu d'Art de Girona, hem registrat aquesta pauta de comportament. A la sala 1 un total de 4 nens i a la sala 2 i a la sala 3, 2 nens respectivament, no han visitat cap de les UA que hi ha a aquelles sales. Aquestes dades signifiquen que el 4% dels nens que visiten la sala 1 no miren res, el 3% de la sala 2 i el 4% de la sala 3 tampoc.

I finalment al Museu del Cinema, també hem registrat nens que no es paren en cap UA. El total són 3 nens, tots ells registrats a la sala 3, representant el 2% del total de nens observats.

A mode de conclusió, podem considerar que el Museu d'Història de la Ciutat és l'únic museu on cap dels nens observats nen ha visitat una sala sense deixar de fixar-se en cap UA.

#### **6.2.1.19. Índex de reciclatge d'UA per sala**

Una altra pauta de comportament interessant pel nostre estudi, és el nombre de vegades que un nen o nena, recula i repeteix l'observació d'una UA. Essent conscients que en el capítol dedicat a les UA ja desglossem els resultats obtinguts, considerem oportú el conèixer l'índex de reciclatge de les UA, tal i com apareix en els treballs de Prats (1989b). Així doncs, hem

comptat quin és el nombre de vegades que el visitant torna enrere per veure de nou un mateix mòdul expositiu, convertint aquestes dades en percentatges a relacionar (Prats, 1989a, 33; Pérez Santos, 2000, 83).

L'índex de reciclatge mitjà dels museus de la ciutat de Girona és del 22% entre seguiments efectuats. Ordenats de més a menys i per museus l'índex de reciclatge és el següent: per sobre de la mitjana el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona (28%), Museu del Cinema (25%), Museu d'Història dels Jueus (24%) i per sota Museu d'Art de Girona (18%) i Museu d'Història de la Ciutat (16%).

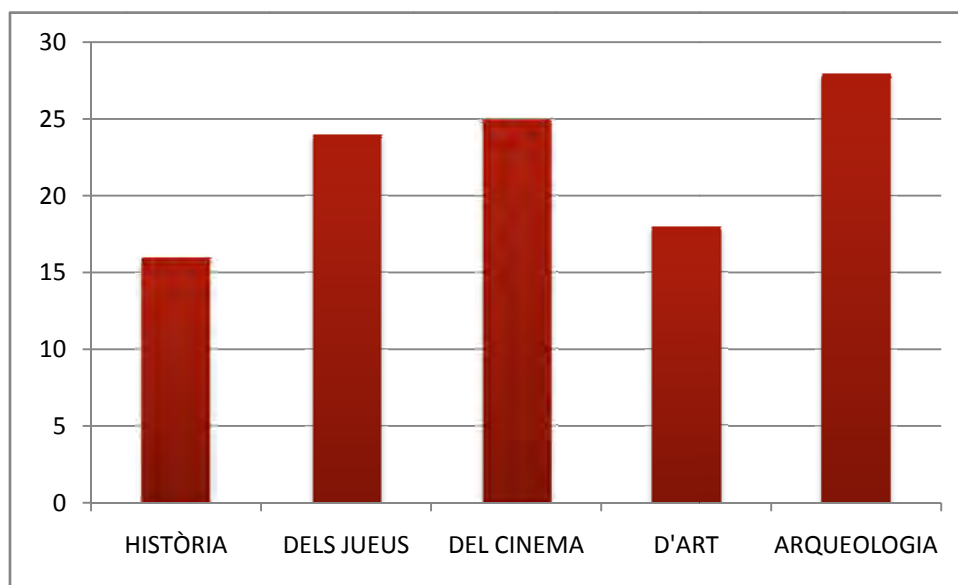


Figura 402. Índex de reciclatge, expressat en % (y), d'UA segons museu

En el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona (28%), hem registrat un índex de reciclatge del 31% a la sala 1, del 13% a la sala 2 i del 39% a la sala 3. En el Museu del Cinema, on el percentatge global és molt similar al d'Arqueologia (25%), sabem que a la sala 1 i a la sala 2 hi ha un índex del 33% cadascun, i a la sala 3, un índex del 25%. Tampoc massa allunyat a les xifres fins ara esmentades, hi ha el Museu d'Història dels Jueus (24%) amb un 35% a la sala 1, un 38% a la sala 2 i un 24% a la sala 3. Finalment, amb uns índex més baixos, el Museu d'Art de Girona (18%) i el Museu d'Història de la Ciutat (16%). A les sales del Museu d'Art de Girona, els índexs són: 23% a la sala 1 i 13% a la sala 2 i 3 respectivament. I a les del Museu d'Història: 23% a la sala 1 i 13% tant a les sales 2 com 3.

En general, podem constatar que les sales amb els índexs més baixos són les que es troben al final del recorregut: el 80% es troba a les sales 3 i el 20% restant a les sales 2, convertint així les sales 1 amb les sales que recullen els índex de reciclatge més alts. Amb aquests resultats doncs, és difícil d'establir uns criteris que regeixin aquest comportament. Caldrà determinar en un altre nivell de concreció, si les causes tenen a veure amb la durada de la visita i la coneguda com a *fatiga de museu*, o si té més a veure amb la disposició dels objectes i de la museografia en general.

#### **6.2.1.20. Percentatge de visitants minuciosos per sala**

Un estudi de comportament, ha de tenir en compte aspectes que relacionen diferents variables detectades. És a dir, cal posar en valor certs resultats que permeten obtenir percentatges capaços d'aportar informació més precisa. Aquest és el cas del percentatge de visitants minuciosos. En la línia de treball de Pérez Santos (2000, 83), el percentatge de visitants minuciosos és aquell percentatge de visitants que paren en més del 51% de les unitats expositives de la sala.

484

---

La mitjana de visitants minuciosos dels museus gironins és del 5% entre els nens i nenes observats. De tots els museus analitzats, només el Museu d'Història de la Ciutat no compta amb visitants minuciosos. La resta de museus, tot i que en percentatges molt baixos, registren alguns visitants minuciosos entre els nens i nenes observats: el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona en té un 3%, el Museu d'Art de Girona un 5%, el Museu d'Història dels Jueus un 8% i el Museu del Cinema un 10%.

Pel que fa a les sales, els visitants minuciosos detectats als quatre museus, la majoria han estat observats a les sales 1 i 2 dels museus. Pel contrari, podem afirmar però, que a les sales 3 dels museus quasi no hi hem detectat casos. En aquesta mateixa línia, en el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona només hem detectat visitants minuciosos a la sala 1 del museu (8%), i en el Museu d'Art de Girona, n'hem detectat un 4% a la sala 1 i un 11% a la sala 2.

En un altre sentit, en els dos museus en els quals hem registrat valors més alts, observem com també es compleix la norma de la sala 1 i 2: Museu d'Història dels Jueus (11% a la sala 1 i 13% a la sala 2) i Museu del Cinema (21% a la sala 1, 18% a la sala 2 i 2% a la sala 3).

Tot i que és difícil establir un criteri sobre quines sales són les que registren els percentatges més alts, podem considerar la influència que exerceix la tipologia o temàtica de la sala amb el percentatge de visitants minuciosos. La sala 1 del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona és la sala on hi han objectes molt atractius pels nens i les nenes (tal i com es posa de manifest en els dibuixos d'opinió, on les calaveres dels Homo, les eines lítiques i els objectes de la prehistòria registren uns percentatges de representació molt elevats), així com la sala 1 del Museu del Cinema, on també hem recollit molts dibuixos d'opinió sobre els espectacles d'ombres i els seus manipulables. Tot i que no tenim cap explicació al respecte, sobta el cas del Museu d'Història dels Jueus, on la sala on hi destinen menys temps en visitar-la, és al mateix temps, la sala que registra un percentatge més alt de visitants minuciosos.

#### **6.2.1.21. Poder d'atracció i índex d'entropia de determinades UA**

Una darrera dada que hem considerat imprescindible de conèixer, és el poder d'atracció que exerceixen algunes UA de les sales dels museus, sobre els nens visitants. Molt en relació a aquesta, també hem considerat oportú conèixer l'índex d'entropia de determinades UA de les sales dels museus de la ciutat de Girona. Per aquest motiu, dediquem el present apartat del capítol a conèixer el poder d'atracció (Benett, 1977; 1989; Boisvert i Slez, 1995; Melton, 1935; Pérez Santos, 2000; Robinson, 1928; Serrell, 1997; Wolf, 1985) i l'índex d'entropia (Prats, 1989b; Pérez Santos, 2000).

Així, tal i com apunten els autors suara citats, definirem el poder d'atracció o "power attraction" o "attracting power" com la relació existent entre el nombre de visitants que paren davant una UA durant més de 5 segons, en relació al nombre de visitants que tenen la oportunitat de parar-hi. Complementàriament, cercarem també l'índex d'entropia per mesurar la forma en què el visitant ha repartit el seu temps durant la visita. Ho farem tal i com ens descriu (Prats, 1989a, 84), establint un índex fruit de la relació entre el temps relatiu dedicat a cada UA respecte el total del temps de la visita (Pérez Santos, 2000, 83).

Dels museus seleccionats per aquest estudi, el museu que compta amb més poder d'atracció de les seves UA entre els nens observats és el Museu d'Història de la Ciutat (39%), seguit dels museus del Cinema i dels Jueus (14% respectivament), també seguit del Museu d'Art de Girona (10%), i finalment, del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona amb un 2%. En canvi, si els ordenem segons l'índex d'entropia, observem que el Museu del Cinema és el que registra el valor més elevat (41%), seguit del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona (14%), i en

darrer lloc, els tres museus restants: el Museu d'Història de la Ciutat , el d'Art i el dels Jueus amb un 11% d'entropia cadascú.

En ser impossible des d'un punt de vista operatiu detallar l'índex d'entropia i el *power attraction* de totes les UA dels museus de l'estudi, mostrem una selecció a l'atzar (en concret el 10% de les UA escollides a l'atzar) de cadascun d'ells:

Del Museu d'Història de la Ciutat, la UA de la sala 1 és la núm.7, amb un 30% de *power attraction* i un 22% d'entropia. De la sala 2, les UA són la núm.30: 12% de *power attraction* i 3% d'entropia, la núm.33: 50% de *power attraction* i 9% d'entropia i la núm. 53: 16% de *power attraction* i 13% d'entropia. Finalment de la sala 3, ho són la UA núm.64: 16% de *power attraction* i 1% d'entropia i la núm.61: 33% de *power attraction* i 18% d'entropia.

Del Museu del Cinema, les UA seleccionades de la sala 1 són la núm.12: 2% de *power attraction* i 6% d'entropia i la núm.65: 13% de *power attraction* i 6% d'entropia. De la sala 2, són la UA núm.21: 34% de *power attraction* i 9% d'entropia i la núm.32: 5% de *power attraction* i 1% d'entropia. Finalment, de la sala 3, la núm.47: 14% de *power attraction* i 12% d'entropia i la núm.59: 13% de *power attraction* i 7% d'entropia.

Pel que fa al Museu d'Història dels Jueus , les dues UA de la sala 1 són la núm.11: 19% de *power attraction* i 6% d'entropia i la núm.14: 25% de *power attraction* i 4% d'entropia. De la sala 2, ho són la núm.23: 17% de *power attraction* i 16% d'entropia i la núm.35: 4% de *power attraction* i 25% d'entropia, i en darrer lloc, la núm.46: 6% de *power attraction* i 4% d'entropia de la sala 3.

En el cas del Museu d'Art de Girona, les UA de la sala 1 són la núm.3: 11% de *power attraction* i 2% d'entropia i la núm.11: 16% de *power attraction* i 18% d'entropia. La de la sala 2 és la núm.18: 16% de *power attraction* i 22% d'entropia, i les de la sala 3 la núm.34: 5% de *power attraction* i 6% d'entropia i la núm.49: 4% de *power attraction* i 5% d'entropia.

Ja per acabar, constatem que les dues UA de la sala 1 del Museu d'arqueologia són la núm. 7: 26% de *power attraction* i 14% d'entropia i la núm.13: 33% de *power attraction* i 17% d'entropia. Les dues de la sala 2 són la núm.57: 13% de *power attraction* i 13% d'entropia i la núm.62: 21% de *power attraction* i 15% d'entropia, i de la sala 3, la núm.80: 15% de *power attraction* i 12% d'entropia.

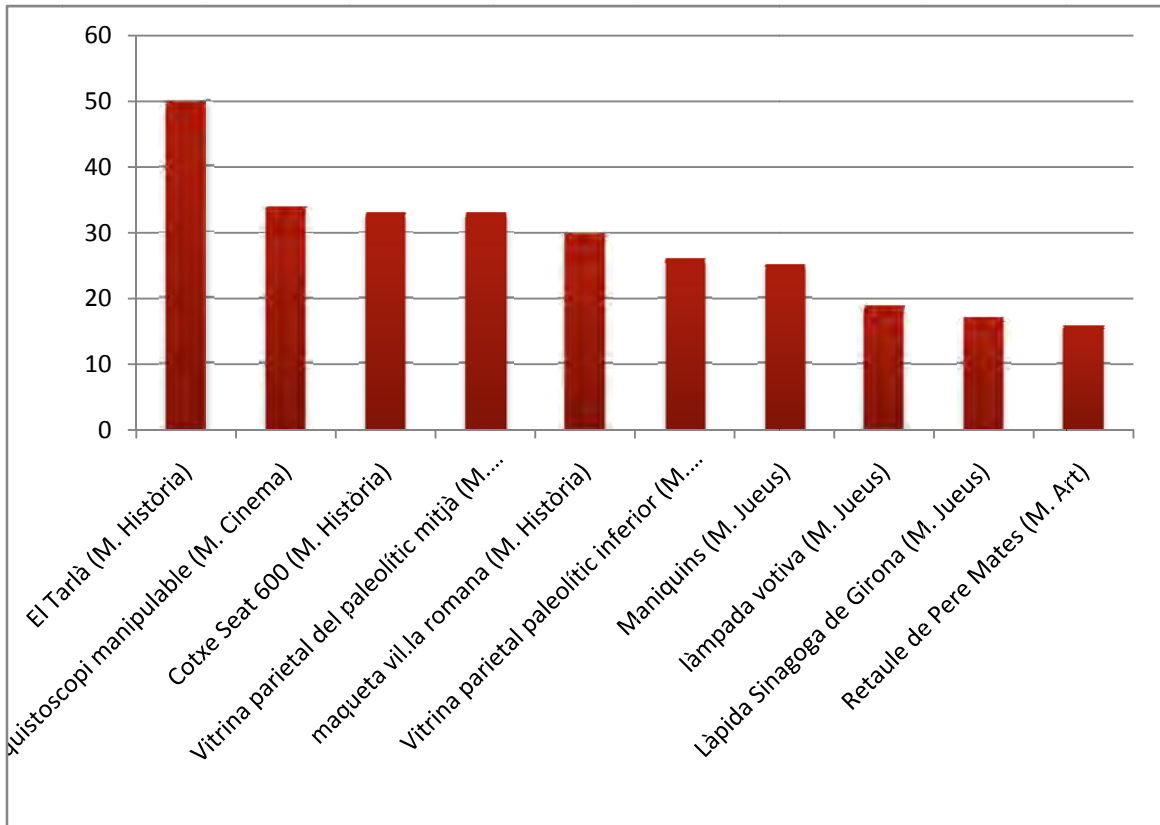


Figura 403. Les 10 UA amb més *power attraction* expressat en % (y) de les analitzades

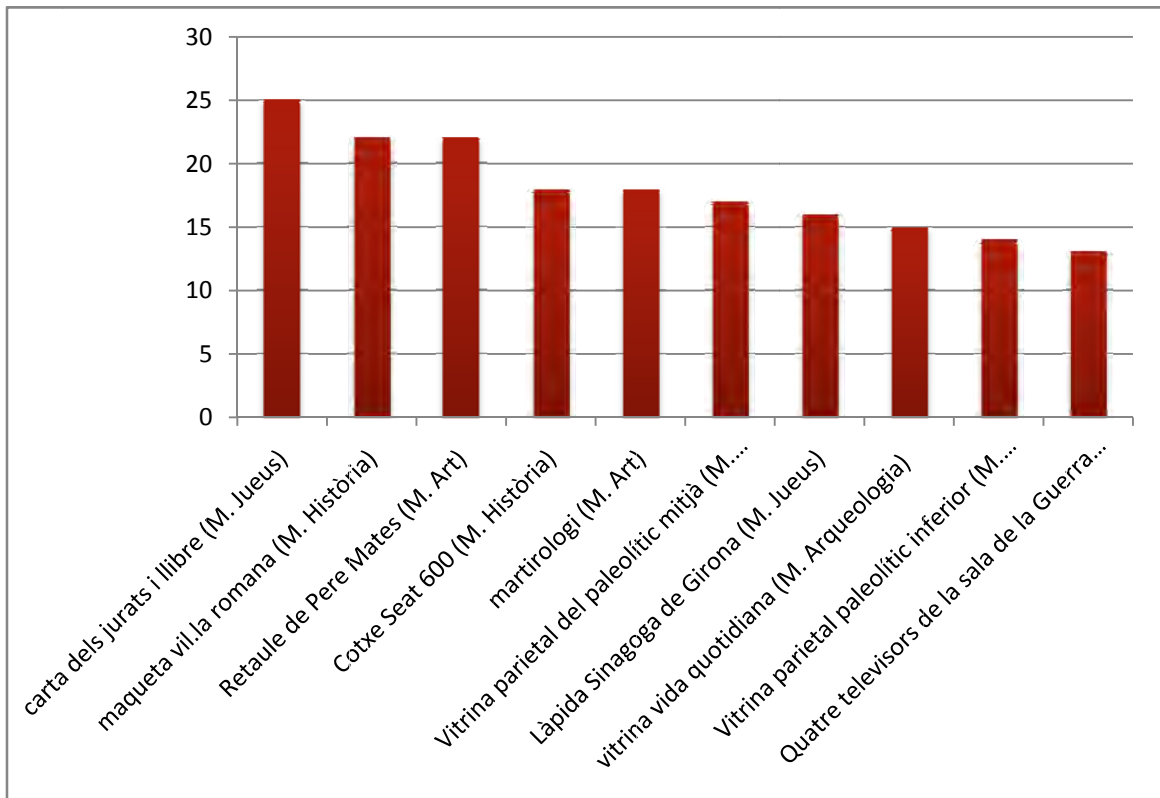


Figura 404. Les 10 UA amb entropia més elevat (expressat en %) de les analitzades.



A mode de conclusió, tan sols volem puntualitzar que el poder d'atracció de les UA dels museus per sales, ens aporten dades més significatives que no pas el poder d'atracció per museu. És a dir, les UA de les sales 1 dels museus tenen un poder d'atracció del 42%, un percentatge molt superior al de les sales 3 dels museus (22%) i al de les sales intermèdies (19%). Així doncs, en el cas que ara ens ocupa, les primeres sales són les que tenen UA amb més poder d'atracció cap al visitant que les sales intermèdies. En canvi, pel que fa a l'índex d'entropia, aquesta escala és totalment oposada. Les UA amb l'índex d'entropia més elevat, són les que es troben a les sales 3 dels museus (20%), en canvi, les sales 2 són les que els índex són mitjans (13%) i les primeres sales del recorregut, són les que en registren el percentatge més baix (1%).

Per tant, amb aquests resultats podem considerar que tot i que les primeres sales dels museus, es troben les UA amb més poder per captar millor l'atenció del visitant, és a les darreres sales on el nen o nena, reparteix millor el seu temps de visita. A més, fruit de l'observació de les UA més entropitzades i les que tenen més poder d'atracció, hem pogut constatar que la quotidianitat en la temàtica, la majestuositat de les dimensions i la presentació didàctica de les mateixes, fomenten l'atenció del nen o nena.

#### **6.2.1.22. Eficàcia expositiva per sala**

Conèixer el comportament dels nens i les nenes a l'interior dels museus és important per aquest estudi, però també aquelles situacions que se'n deriven. És a dir, és necessari de conèixer la relació que existeix entre allò que s'exposa i la forma en què es percep per tal de tenir una visió més global. Així, l'índex de velocitat de la visita en relació a la minuciositat d'aquesta, ens permet de conèixer l'eficàcia expositiva (Serrell, 1993; 1997) d'allò que el museu presenta en forma d'UA. Així, amb aquest coneixement, sabrem en quines UA augmenta la probabilitat d'adquirir informació (Pérez Santos, 2000).

Si ens fixem quina és l'eficàcia expositiva dels museus de la ciutat de Girona, observem com els nens i nenes observats en la visita a les sales dels museus es paren en el 22% de les UA i ho fan a la velocitat de 44 m<sup>2</sup> per minut. Si ens regim segons el barem establert per Serrell (1997) i citat per Pérez Santos (2000, 83) en el qual un índex de velocitat per sota dels 28 m<sup>2</sup> per minut, conjuntament amb un percentatge de visitants minuciosos major del 50%, indica un ús

important de l'exposició, podem adonar-nos que els museus de la ciutat de Girona es troben molt lluny d'aquestes premisses, ja que els nens visitants observats les recorren a una velocitat de 35 m<sup>2</sup> per minut i s'aturen a observar el 32% de les seves UA.

Pel que fa a l'anàlisi segons museus, constatem que el museu que presenta una major eficàcia expositiva entre els nens i nenes observats és el Museu d'Història dels Jueus , i pel contrari, el que presenta menys eficàcia expositiva és el Museu d'Història de la Ciutat . La resta de museus es troben en paràmetres molt similars i amb poques variacions els uns respecte els altres. No obstant, tot i ordenar de més a menys els cinc museus estudiats, cal assenyalar que segons els valors establerts per Serrell, les seves eficàcies expositives serien molt baixes en el seu conjunt.

L'eficàcia del Museu d'Història dels Jueus , és la més alta respecte els altres 4 museus perquè la mitjana de visita de les seves sales és de 18 m<sup>2</sup> per minut i el visitant es para en el 24% de les UA. Per sales, observem com la sala 1 és més eficaç que la sala 2, i la 2 més que la 3. La sala 1 del Museu d'Història dels Jueus es recorre a una velocitat de 8 m<sup>2</sup>/minut i els visitants es paren en el 29% de les UA. A la sala 2, la mitjana és de 24 m<sup>2</sup>/minut i es paren en el 17% de les UA, i finalment la sala 3, amb 18 m<sup>2</sup>/minut i el 21% de les UA.

El Museu d'Art de Girona, amb una eficàcia baixa, es recorre a una velocitat de 35 m<sup>2</sup> per minut i s'observen el 24% de les seves UA. En canvi, sala per sala, observem com la dinàmica és la mateixa que en les sales del Museu d'Història dels Jueus . Més efectivitat a la sala 1, mitjana a la sala 2 i baixa efectivitat a la sala 3. Així, sabem que a la sala 1 la velocitat de recorregut és de 21 m<sup>2</sup> per minut i els nens es paren en un 21% de les UA. A la sala 2, la velocitat és de 37 m<sup>2</sup> per minut i es paren en el 27% de les UA, i en darrer lloc, la sala 3, amb 47 m<sup>2</sup> per minut de velocitat i 23% d'UA.

Molt semblant és el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, amb una velocitat de recorregut de 36 m<sup>2</sup> per minut i amb un 24% de mitjana d'UA observades. En aquest cas, amb molta claredat diferenciem la sala 1 com la sala amb l'eficàcia expositiva més alta. En canvi, hi ha molta semblança d'efectivitat de la sala 2 amb la 3. Així, sabem que la sala 1 es recorre a una velocitat de 29 m<sup>2</sup> per minut, i els nens es paren en el 33% de les UA. A la sala 2, la velocitat és de 42 m<sup>2</sup> per minut i la minuciositat és del 29%. Finalment, apuntar que la velocitat de recorregut de la sala 3 és de 34 m<sup>2</sup> per minut i la minuciositat és del 26%.

En aquesta línia i amb la mateixa que el Museu d'Art de Girona, hi ha el Museu del Cinema. La seva velocitat de recorregut és de 48 m<sup>2</sup> per minut i la minuciositat de la visita és del 17%. En aquest cas, i de forma molt clara, la sala 1 és la més eficaç, la 2 la moderada i la 3 la menys

eficaç. Així ho demostren els següents valors: la sala 1 es recorre a una velocitat de 13m<sup>2</sup> per minut i es paren en el 47% de les UA, la sala 2, 18 m<sup>2</sup> per minut i en el 39% d'UA, i la sala 3, 115 m<sup>2</sup> per minut i en el 29%.

Finalment, ens resta aportar les dades referents al Museu d'Història de la Ciutat, el museu dels cinc estudiats, en el qual l'eficàcia expositiva és més baixa: 85 m<sup>2</sup> per minut i 22% de minuciositat de la visita. No obstant, és interessant d'assenyalar com aquest museu, l'eficàcia per sales és inversament proporcional als 4 museus ja esmentats. És a dir, de les 3 sales, la sala 3 és la més eficaç expositivament, la sala 2 és moderada i la sala 1 és la menys eficaç. Així, la sala 3 té una velocitat de recorregut de 81 m<sup>2</sup> per minut i una minuciositat del 21%. La sala 2 en canvi, registra 71 m<sup>2</sup> per minut i 17% i la sala 1, 102 m<sup>2</sup> x minut i 29%.

En darrer lloc, i a mode de conclusió, volem constatar que les sales 1 dels museus són les sales que, tot i moure's amb valors molt baixos i distants als marcats per Serrell, són les sales més eficaces expositivament (a excepció del Museu d'Història).

En un altre sentit, les sales 2 i 3 dels museus registren una eficàcia expositiva molt més baixa, tot i considerar que són un xic més eficaces les sales 2 que no pas les 3. Així doncs, les sales 2 dels museus tenen una efectivitat moderada i es recorren a una velocitat de 38 m<sup>2</sup> per minut i s'observen el 26% de les UA. Tanmateix, les sales 3 es recorren a una velocitat de 59 m<sup>2</sup> per minut i els nens s'aturen a observar el 24% de les seves UA (a excepció del Museu d'Història de la Ciutat, que aquesta és la sala més efectiva del museu).

### **6.2.1.23. Ús de l' itinerari de les flors**

En darrer i últim lloc, ens resta mencionar dos especificitats de dos museus en concret, que han permès registrar pautes de comportament determinades. Del total de nens seguits, hi ha hagut un percentatge molt baix que ha realitzat la visita al museu condicionat per l'ús de l'audioguia (al Museu d'Història dels Jueus) o per l'itinerari de les Flors (al Museu d'Art de Girona).

Òbviament, hem considerat com a rellevant aquests dos aspectes del comportament del nen, ja que la seva conducta variarà en funció de com i quan s'utilitzen. Per sexes, els usuaris d'aquest servei han estat el 80% nenes i el 20% nens i el 100% han estat nens i nenes d'edats compreses entre els 5 i els 8 anys.

Pel que fa a l'itinerari de les flors, el 9% de nens l'han utilitzat per descobrir els objectes de l'exposició permanent del Museu d'Art de Girona i s'han parat en el 30% de les unitats expositives de la sala (del total de nens i nenes que no han fet l'itinerari de les flors s'han parat en el 26% de les UA). A més, hem constatat que totes les UA que apareixen dibuixades a la fitxa itinerari de les flors han estat observades pels nens i nenes.

Del 9% que han fet l'itinerari, el 80% ha pres la iniciativa i el 20% restant ha visitat les unitats expositives que mirava el seu acompanyant adult (dels nens i nenes que no han fet l'itinerari de les flors, el 63% porta la iniciativa del recorregut).

Del 100% dels casos observats, cap ha realitzat la visita a l'inversa de l'itinerari recomanat (l'11% dels que no han fet l'itinerari han realitzat la visita en sentit invers), ni ha mostrat signes d'avorriment (el 6% dels que no han fet la fitxa ha mostrat signes d'avorriment), ni ha estat renyat o avisat pels seus acompanyants (5% dels que no).

Pel que fa als temps, la mitjana que els nens i nenes de l'itinerari han dedicat a asseure's, ha estat de 42 segons (11 segons els que no l'han fet). La mitjana de temps que han dedicat a observar una unitat expositiva ha estat de 22 segons (20 segons pels que no han fet l'itinerari), i el temps total que han dedicat a visitar una sala ha estat de 222 segons de mitjana per 268 segons dels que no han seguit l'itinerari de les flors.

Pel que fa a pautes de comportament fruit de la interacció social amb algun membre del grup, podem destacar que el 43% dels nens comparteixen informació amb algun adult o nen acompanyant (62% dels que no), el 86% és el nen qui explica sobre la peça o unitat expositiva observada (13% dels que no), en el 43% dels nens és un adult qui li dona explicacions prèvies (17% dels que no), el 29% és un nen acompanyant qui li dona les explicacions (5% dels que no), i finalment, en el 57% dels nens primer pregunten a un acompanyant de sexe femení (6% dels que no), i en el 72% dels nens a un acompanyant del sexe masculí (5% dels que no).

En resum, podem afirmar que l'ús de l'itinerari de les flors propicia una observació més detallada de les UA i de les sales en general, i propicia també la interacció social entre els diferents membres del grup. En un altre sentit, però, l'ús de l'itinerari de les flors, fa que els nens i les nenes es paren en menys unitats expositives i que prenguin menys la iniciativa de la visita, essent els membres acompanyants els encarregats de fer-ho.

#### 6.2.1.24. Ús de l'audioguia

Pel que fa a l'ús de l'audioguia al Museu d'Història dels Jueus , per sexes, els usuaris d'aquest servei han estat el 100% infants del sexe masculí, i el 100% d'aquests han estat nens i nenes d'edats compreses entre els 5 i els 8 anys.

El 2% dels nens observats l'han utilitzat, parant-se en el 23% de les unitats expositives. Aquestes dades, però, cal posar-les en relació amb les pautes de comportament dels nens i nenes que no han utilitzat l'audioguia per visitar les sales del museu. Així, sabem que els nens i nenes que no l'empren, es paren en el 26% de les UA. Del 2% que han utilitzat l'audioguia, el 66% ha pres la iniciativa i el 34% restant, ha visitat les unitats expositives condicionat per les decisions del seu adult acompanyant (del 98% de nens i nenes que no han fet servir l'audioguia, prenen la iniciativa el 64%).

Del 100% dels observats, cap ha realitzat la visita del revés (els que no utilitzen l'audioguia ha han fet l'11%), ni ha mostrat signes d'avorriment (6% dels que no utilitzen l'audioguia), ni s'ha assegut (19% dels nens que no l'utilitzen), ni ha estat renyat (5% dels que no) o avisat pels seus acompanyants (5% dels que no).

La mitjana de temps que han dedicat a observar una unitat expositiva ha estat de 39 segons (20 segons de mitjana pels nens que no utilitzen l'audioguia), i el temps total que han dedicat a visitar una sala, 219 segons de mitjana (171 segons de mitjana hi dediquen els que no utilitzen l'audioguia).

Pel que fa a pautes de comportament fruit de la interacció social amb algun membre del grup, podem destacar que el 100% dels nens comparteixen informació amb algun adult o nen acompanyant (62% pels que no l'utilitzen), el 33% és el nen qui explica sobre la peça o unitat expositiva observada (13% pels que no), en el 64% dels nens, és un adult qui li dóna explicacions prèvies (17% dels que no), i finalment, en el 0% dels nens primer pregunten a un acompanyant (7% dels casos dels que no l'utilitzen).

Així, amb la comparativa de resultats a les mans, sabem que els nens i les nenes que utilitzen l'audioguia per visitar les sales dels museus destinen més temps tant a observar les sales com a les UA. Al mateix temps, es veuen incrementades les relacions socials i al mateix temps, l'audioguia redueix el nombre de casos en què el nen o nena necessita l'explicació de l'adult sobre un determinat element expositiu.

### **6.2.1.25. Resum final de l'anàlisi d'observació per sales**

Com a conclusió d'aquest apartat dedicat a les sales dels cinc museus de la ciutat de Girona, podem aportar diverses afirmacions referents al comportament del nen/a durant la seva visita, en relació a l'espai on s'ubica.

Així, i de forma generalitzada, constatem que els nens i nenes no van al lavabo durant la visita al museu i, per tant, aquesta no es veu ininterrompuda per aquest fet.

Dels museus estudiats, en els casos que dins el seu recorregut hi havia finestres que donaven a l'exterior de l'edifici, més del 10% dels nens/nes hi mira a través seu, i és sobretot a l'inici de la visita dels museus quan aquests ho fan.

També gràcies a les observacions s'ha pogut veure que els nens i les nenes no mostren senyals d'avorriment al llarg de la visita, i si ho fan, aquests acostumen a pronunciar-se a l'inici i al final de la visita, és a dir, a les sales 1 i 3 dels museus.

En un altre sentit, els adults acompanyants generalment han d'avisar als nens i nenes sobre la seva conducta a les sales. No obstant, aquesta pauta no es mostra de forma generalitzada a totes les sales del museu. Podem afirmar que els adults avisen o criden l'atenció als nen o nena objecte d'estudi a les sales on hi ha manipulables o a les darreres sales dels museus (sales 3). Als museus on no hi ha manipulables, s'han registrat pocs avisos, a excepció del Museu d'Història dels Jueus, que tot i no disposar de manipulables, els nens i nenes observats han estat avisats en un 10% dels casos.

La mitjana de temps que els nens i nenes observats s'asseuen durant la visita als museus, és de 52 segons, tot i que la tendència generalitzada és d'asseure's per un període entre 12 i 15 segons, sense tenir massa relació el moment de la visita al museu (és a dir, si es troben a la sala 1, 2 o 3) amb el temps de repòs destinat.

Els nens i nenes observats prenen la iniciativa de la visita i decideixen per si mateixos el que volen veure del museu. Tot i això, les sales que compten amb més manipulables, és on hem registrat els valors més alts de presa de decisió. En canvi, les sales on l'exposició és més "clàssica" (objectes exposats per només ser observats), la iniciativa del què es mira l'assumeixen en gran part els membres acompanyants.

L'11% dels nens i nenes que visiten una sala ho fan en una direcció contrària a la recomanada pel museu. Les sales dels museus on més s'han detectat aquests casos ha estat a les sales 1 i a les sales 3, és a dir, a les sales de l'inici i del final del recorregut. En especial, cal assenyalar un

cas sorprenent: al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona més de la quarta part dels nens que el visiten en el context d'una visita familiar, ho fan en la direcció no recomanada pel museu.

Finalment, els nens i nenes observats que visiten els museus de Girona, no tenen problemes en línies generals per veure els objectes exposats. Tot i això, s'ha constatat que a les sales on hem pogut observar aquest problema, hi ha hagut molts dibuixos d'opinió que feien referència als objectes de les vitrines. Per tant, sabem que alguns objectes que son d'interès pels nens i nenes, presenten problemes per ser vistos.

El nen/nena observat destina una mitjana de 184 segons (3 minuts) a visitar una sala de 70 m<sup>2</sup> (superfície tipus d'una sala d'un museu de la ciutat de Girona), tot i que la mediana es troba entre els 30 i els 60 segons de durada. La velocitat en què realitza la visita però (0,6m<sup>2</sup>/s), és suficientment adequada pel que es considera necessària per a la possible adquisició de coneixements (0,5m<sup>2</sup>/s).

A més, de forma progressiva, el nen o nena objecte d'estudi destina menys temps a visitar les darreres sales dels museus que les primeres. Quan es tracta de la saber la minuciositat d'aquesta visita, sabem que en general, les visites a les sales dels museus de la ciutat es fa de forma minuciosa, essent sobretot a les primeres sales on els nens i nenes ho fan més detingudament. Tot i això, sobta els resultats obtinguts en aquest camp, on les sales intermèdies dels museus, són les que amb menys minuciositat són observades. Gràcies als índex de reciclatge de moltes de les UA exposades, hem pogut aprofundir més en aquest aspecte. Així, hem pogut conèixer que la minuciositat de la visita a les sales, tot i establir relacions amb l'ordre de recorregut d'aquesta o el temps que destinen a visitar la sala, també pot venir condicionat per altes factors de caire més personal. El resultat de la interacció material o a la preferència o selecció de la UA que es vol observar, pot determinar que a la meitat del recorregut, la visita es faci més ràpida.

Així, sabem també que la mitjana d'UA que els nens i nenes seguits es paren a observar, és d'una quarta part (26%) del total, essent en 22% l'índex de reciclatge de les mateixes. Per tant, els museus gironins no propicien que els nens i nenes repeteixin l'observació d'una Unitat d'Atenció, sinó que la majoria les observa una única vegada. Tot i això, tan sols el 5% dels nens que han estat observats, han fet la visita a les sales sense parar-se a observar alguna UA. D'aquesta manera hem pogut constatar una certa dinàmica de comportament comú als cinc museus. És a dir, com més UA hi ha a disposició dels nens i nenes, més nen o nena objecte d'estudis observen com a mínim una UA.

Pel que fa als nens i nenes que fan la visita acompanyats per un adult, hem constatat que el nen/a observat es para en aproximadament el mateix nombre d'UA que el nen que fa la visita sol, però en canvi, destina un 72% més de temps a la seva observació.

Els museus de la ciutat de Girona concentren les UA que generen més poder d'atracció al visitant a les primeres sales del recorregut. Tot i això, el nen/a visitant reparteix millor el temps de visita a les darreres sales del recorregut.

Amb tot això, podem concloure que les sales dels cinc museus de la ciutat de Girona es mouen amb percentatges molt inferiors als recomanats pel que fa a la seva eficàcia expositiva, tot i que és a les primeres sales del recorregut, és on aquestes es poden considerar un xic més efectives.

### **6.2.2. L'Observació per Unitats d'Atenció**

Dels 282 seguiments realitzats a l'interior de les sales dels cinc museus estudiats de la ciutat de Girona, hem observat diferents pautes de comportament en relació a un total de 1.309 Unitats d'Atenció. A cadascuna de les Unitats d'Atenció s'han associat determinades conductes que han estat registrades, processades i estudiades en deteniment.

Tal i com ja hem assenyalat en el capítol introductori, de cada un dels cinc museus escollits, hem seleccionat tres sales per a fer-ne les observacions. La sala 1 de cada museu, coincideix en l'inici del discurs, la sala 2, en aproximadament la meitat del recorregut del museu, i la sala 3, en la última sala visitable. Així doncs, un anàlisi transversal segons les UA més visitades en relació a la sala del museu, també ens aporta dades d'important rellevància pel nostre estudi. Per tant, sabent que la mitjana de UA visitades als museus és del 77%, podem afirmar que a les sales 1, situades totes elles a l'inici del recorregut museogràfic del museu, els nens i nenes que hem observat han prestat atenció al 83% de les UA, a les sales 2 dels museus, situades a la meitat del recorregut, el 87%, i finalment, a les sales 3 situades al final del recorregut, el 68% de les UA. Com hem pogut veure doncs, i tal i com expressen diferents estudis relacionats amb la *fatiga de museu* (Gilman, 1916) o la minuciositat i el recorregut de la visita al museu, les primeres sales es visiten amb detall, i les últimes de forma menys minuciosa.



### 6.2.2.1. Estudi individualitzat per museus

#### 6.2.2.1.1. El Museu d'Història de la Ciutat

En el Museu d'Història de la Ciutat, d'un total de 69 Unitats d'Atenció, en 36 hem pogut anotar pautes de comportament associades. És a dir, el 52% de les UA del Museu d'Història de la Ciutat han estat visitades per nens.

Analitzant el nombre de UA per sala podem observar que de la sala 1 del museu, de 13 UA els nens i nenes seguits n'han visitat 8 (62%), de la sala 2, de 24 en visiten 14 (58%), i de la sala 3, de 32 en visiten 14 (44%). Sempre per sota de la mitjana del conjunt dels museus.

A continuació, detallem quines són les UA més visitades de les 3 sales del museu. Les UA més visitades de la sala 1 són "Mosaic "El Circ" de Can Pau Birol (núm.4) i la "Maqueta d'una Vil·la" (núm.7). De la sala 2, l'"Àngel de la Catedral" (núm.20) i "El Tarlà del carrer Argenteria" (núm.33). Finalment, de la sala 3, la UA "Quatre Televisors" (núm.53) i el "Cotxe Seat 600 de color blanc" (núm.61). Del global de les UA més visitades del Museu d'Història de la Ciutat, predominen aquelles que consisteixen en objectes de grans dimensions i que es troben al mig de la sala o que ocupen una part important d'aquesta.

No podem acabar de parlar de les UA del Museu d'Història de la Ciutat, sense abans fer referència a les UA que no han estat vistes per ningú, és a dir, aquelles UA on cap nen ni nena, han mostrat pautes de comportament al seu davant. A la sala 1 del museu, les UA que no han estat visitades són: "Cartell introductor de la sala" (núm.1), "Vitrina parietal amb càlat ibèric de ceràmica" (núm.2), "Vitrina parietal amb passarendes de bronze" (núm.6), "text parietal" (núm.71) i "Metacrilat amb informació complementària de la sala" (núm.11).

De la sala 2 són el "Plafó amb text penjat de la paret i titulat *De l'obrador al Baluard* (núm.13), "Vitrina parietal amb una escultura i diversos objectes de plata" (núm.15), "Talla en fusta policromada de Sant Antoni" (núm.17), "Tercer àmbit de l'estructura de ferro amb textos i imatges lluminoses: *Ciutat sense arrencada industrial*" (núm.23), "Quart àmbit de l'estructura de ferro amb textos i imatges lluminoses: *La Girona del Barroc*" (núm.24), "Reproducció en guix d'un Atlant" (núm.25), "Text parietal" (núm.68), "Reproducció en guix de la porta de l'església de Sant Llàtzer" (núm.28), "Cartell lluminós" (núm.29) i "Metacrilat amb informació complementària de la sala" (núm.34).

Finalment, de la sala 3, són “Text introductori de la sala” (núm.36), “Àmbit anomenat: *Els efectes de la Guerra*” (núm.39), “Àmbit anomenat: *Una nova cultura política*” (núm.41), “Àmbit anomenat: *La Girona de la rereguarda*” (núm.42), “Àmbit anomenat: *La configuració d'un ordre revolucionari*” (núm.43), “Àmbit anomenat: *El fervor popular es desferma*” (núm.44), “Àmbit anomenat: *L'esclat de la revolució*” (núm.45), “Àmbit anomenat: *Derrota i exili*” (núm.46), “Text i fotografies” (núm.48), “Vitrina parietal amb llibres escolars i bomba d'aviació” (núm.49), “Banderes” (núm.54), “Placa metàl·lica amb la insígnia falangista” (núm.55), “Vitrina amb ràdios, llibres i documentació personal” (núm.56), “Diploma de D. Salvador Alberch Pujadas de la Foneria i taller Alberch” (núm.58), “Làpida commemorativa dels 25 anys del règim” (núm.60), “El pla Perpinyà en construcció des del Mercat” (núm.63), Plans parcials d'ordenació urbanística. El pla Perpinyà. Fotografies” (núm.65) i “Plans parcials d'ordenació urbanística. El pla Perpinyà. Text” (núm.66). En general doncs, observem que predominen les UA formades bàsicament per textos i les UA que es troben més allunyades del que es considera el recorregut més directe entre l'entrada i la sortida de la sala.

Una altra dada rellevant pel que fa a les UA més visitades del Museu d'Història de la Ciutat, és la que fa referència a la franja d'edat i al sexe. Dels 87 seguiments fets en aquest museu, el 80% han estat nens i nenes amb edats compreses entre els 5 i els 8 anys, i el 20% restant, nens i nenes entre 9 i 12 anys. Per sexe, dels 87 seguiments fets, el 61% han estat infants del sexe masculí, i el 39% restant, del sexe femení.

Analitzant les UA més visitades de cada sala del museu, podem observar com de la sala 1, la UA “Mosaic “El Circ” de Can Pau Birol” (núm.4) i la UA “Maqueta d'una Vil·la” (núm.7), han estat observades en un 83% per individus del sexe masculí, i, només, per un 17% pel femení. També, ambdues UA, han estat observades en un 50% per nens de 5 i 8 anys, i en un altre 50% per nens de 9 a 12 anys. Ara bé, aquesta dada es pot matisar si es pren com a referència el percentatge d'atenció en relació a l'edat corresponent. Així doncs, podem apreciar com les dues UA de la sala 1 ja esmentades han estat vistes pel 75% dels nens/es observats entre 5 i 8 anys que han visitat la sala i pel 100% dels nens/es entre 9 i 12 anys. Per tant, podem observar que aquestes UA atrauen lleugerament més als nens grans que no pas als més petits. Aquesta diferència és més marcada quan parlem de sexe: el 80% dels nens que han visitat la sala 1 del museu han visitat aquestes UE, en canvi, pel que fa a les nenes, només el 33% ho han fet. Així, aquestes dades semblen indicar que aquestes UA tenen més atracció pels nens que per les nenes observades.

A la sala 2 del museu, hi passa exactament el mateix que a la sala 1: tant l' "Àngel de la Catedral" (núm.20) com "El Tarlà de l'Argenteria" (núm.33), han estat observats en un 50% per nens/es de 5 i 8 anys, i en un 50% per nens/es de 9 a 12 anys. Però posant els percentatges en relació al total de nens seguits segons franges d'edat, observem com les dues UA de la sala 2 han estat vistes pel 100% de nens/es observats entre 5 i 8 anys que han visita la sala, i, en una xifra inferior, pel 75% de nens/es entre 9 i 12 anys. Pel que fa el sexe, a la UA (núm. 20), hem registrat que el 75% dels nens l'han visitada i el 100% de les nenes. I a la UA (núm.33), pel 100% dels nens i pel 75% de les nenes. En definitiva, existeixen diferències pel que fa a preferències segons franges d'edat (aquestes UA atrauen més a nens de 5 a 8 anys) però no segons el sexe ja que una UA atrau més als nens i l'altra a les nenes.

Finalment, entre els nens que han establert pautes de conducta al davant de la UA "Quatre Televisors" (núm.53) i davant el "Cotxe Seat 600 de color blanc" (núm.61) de la sala 3 del museu hi ha un 40% que tenien entre 5 i 8 anys, i un 60% entre els 9 i els 12 anys,. Aquests resultats, posats en relació al percentatge de nens seguits segons franges d'edat, ens permeten afirmar que les dues UA més visitades de la sala 3 han estat vistes pel 100% de nens/es entre 5 i 8 anys que han visitat la sala i també pel 100% de nens/es entre 9 i 12 anys. Així doncs, les dues UA de la sala 3 del Museu d'Història atrauen per igual a nens que a nenes observats de la sala i atrauen també per igual als dos sexes (100% del sexe femení i 100% del sexe masculí).

Ja per concloure aquest apartat dedicat al Museu d'Història de la Ciutat , voldríem destacar una UA que ens ha cridat l'atenció respecte les altres pel que fa al sexe. Malgrat no ser una de les UA més visitades, ens ha semblat oportú de destacar que a la "Maqueta" de la sala 1 (núm.70) només hem registrat pautes de comportament en nens. És a dir, no tenim cap observació ni registre de nenes, constatant així, que la UA núm.70, només atrau a nens.

A tall de resum podem observar que segons la sala canvia el grau d'atracció depenent del sexe i l'edat. Així, a la sala 1 atrau més als nens observats, a la sala 2 a les nenes i a la sala 3 per igual. Pel que fa l'edat, les sales 1 i 2 atrauen més als grans i a la sala 3, l'atracció és per igual als grans que als petits

### 6.2.2.1.2. El Museu d'Art de Girona

En el Museu d'Art de Girona, el 96% de les UA han estat visitades pels nens observats. És a dir, del total de 51 UA, en 2 UA ningú hi ha parat i per tant, ningú ha presentat pautes de conducta associades a elles.

Si analitzem el nombre de UA visitades per sala, observem com a la sala 1 del museu, de les 17 UA, els nens i nenes n'han visitat 15 (88%), de la sala 2, d'11 en visiten 11 (100%), i de la sala 3, les visiten totes, és a dir, de 23 en visiten 23 (100%). Sempre per sobre la mitjana del conjunt dels museus.

Passem doncs a mencionar, quines són les UA més visitades, les quals es troben a la sala 1 i 2 del museu. De la sala 1 del museu hi ha la "Taula experimental" (núm.5), la "Vitrina parietal amb Martirologi" (núm.11) i el "Sepulcre de Jofre Gilabert" (núm.14), i pel que fa a la sala 2, destaquem el "Retaule de Pere Mates" (núm.18) i la "Sala de descoberta" (núm.25)<sup>129</sup>.

Per altra banda, les UA que no han estat visitades es troben a la sala 1 del museu "Plafó explicatiu de la sala" (núm.6) i a la sala 3 "Pintura a l'oli: pastor de bous descansant" (núm.50). Així doncs, tot i que en aquest museu és difícil d'establir un patró, si que podem constatar que els textos explicatius de les sales són els menys observats. En canvi, quan parlem de les UA més visitades, la diversitat és més generalitzada, tot i que hi predominen els espais interactius o amb discursos didàctics.

Unes altres dades prou significatives, són les que fan referència a l'edat i sexe dels nens que visiten les UA del Museu d'Art de Girona. Dels seguiments realitzats en aquest museu, el 37% han estat nens i el 63% restant, nenes. Per altra banda, el 86% han estat nens i nenes amb edats compreses entre els 5 i els 8 anys, i el 14% restant, nens i nenes entre 9 i 12 anys.

Detallant de forma més precisa els percentatges de visites per sales del museu, observem com a la sala 1, la UA "Taula experimental" (núm.5) ha estat observada en un 41% per nens/es de 5 i 8 anys, i un 59% per nens/es de 9 a 12 anys i, per sexe, en un 35% per nens i en un 65% per nenes. La UA "Vitrina parietal amb Martirologi" (núm.11) ha estat observada en un 56% pels nens/es de 5 i 8 anys i en un 44% pels nens/es de 9 a 12 anys, i per sexe en un 15% per nens i

---

<sup>129</sup> La "Sala de descoberta" (nº25) no l'hem computada com a UA de la sala 2. El motiu principal d'aquesta decisió ha estat la dificultat de poder registrar les pautes de comportament que es duen a terme el seu interior. Per tal de que l'observació directa no fos participant, ha estat molt difícil poder registrar tots els valors de les variables determinades per a cada UA. Així, la nº25 no s'ha comptabilitzat com a UA de la sala 2, però si que hem tingut en compte aquells valors que han pogut ésser registrats en el 100% dels casos. Per aquest motiu, en alguns apartats destacarem la UA nº25, i en d'altres no.

un 85% per nenes. En darrer lloc, la UA “Sepulcre de Jofre Gilabert” (núm.14) ha estat observada en un 45% per nens/es de 5 i 8 anys i en un 55% per nens/es de 9 a 12 anys, i, per sexe, en un 39% per nens i en un 61% per nenes. Ara bé, aquestes dades es poden matisar si es pren com a referència el percentatge d’atenció en relació al sexe i l’edat corresponent. Així doncs, podem observar com de les UA de la sala 1 abans esmentades, la (núm.11) és la que presenta unes diferències més significatives pel que fa al sexe. Aquesta UA ha estat vista pel 18% dels nens que han estat observats en aquesta sala i, en un percentatge més elevat, pel 50% de les nenes. Per tant, podem apreciar que aquesta UA atrau significativament més a les nenes que als nens. Exceptuant la UA núm.11, tot sembla indicar que les UA de la sala 1 del museu atrauen per igual als nens/es grans i als petits, i als nens que a les nenes.

Finalment de la sala 2, la UA “Retaule de Pere Mates” (núm.18), ha estat observada en un 22% per nens i en un 78% per nenes, i en un 44% per nens/es de 5 i 8 anys i en un 56% per nens/es de 9 a 12 anys. La UA “Sala de descoberta” (núm.25)<sup>130</sup> ha estat observada en un 33% per nens i en un 67% per nenes i, per edats, en un 42% per nens/es de 5 i 8 anys, i en un 58% per nens/es de 9 a 12 anys. No obstant, aquestes dades posades en relació amb el percentatge total de nens visitants de sala segons sexe i edat, ens permeten observar que la UA núm.18 és visitada pel 36% dels nens/es entre 5 i 8 anys de la sala i pel 63% dels nens/es entre 9 i 12 anys. En canvi, aquesta mateixa UA és visitada pel 18% dels infants del sexe masculí de la sala i pel 88% del femení. Uns valors que segueixen la mateixa tendència són els de la UA núm. 25: l’han visitat el 46% dels nens i nenes observats entre 5 i 8 anys i pel 88% dels nens i nenes entre 9 i 12 anys. A més, aquesta UA és visitada pel 36% dels nens del sexe masculí i pel 100% del femení.

En darrer terme, volem destacar aquelles UA que han presentat unes pautes de conducta diferents respecte la resta. Són: la “Pietat de Pere Mates” (núm.23) visitades en un 17% pel nens i en un 83% per nenes, la UA “Pintura a l’oli: paisatge” (núm.29) en un 20% per nens i en un 80% per nenes i la UA “Escultura de fang: Girona “ (núm.45) visitada en el 100% dels casos, per nenes.

En darrer lloc, volem afirmar que la tendència general de les UA del Museu d’Art de Girona, és que atrauen més a les nenes que als nens (observat en el 100% dels casos analitzats de les

---

<sup>130</sup> La “Sala de descoberta” (nº25) no l’hem computada com a UA de la sala 2. El motiu principal d’aquesta decisió ha estat la dificultat de poder registrar les pautes de comportament que es duen a terme el seu interior. Per tal de que l’observació directa no fos participant, ha estat molt difícil poder registrar tots els valors de les variables determinades per a cada UA. Així, la nº25 no s’ha comptabilitzat com a UA de la sala 2, però si que hem tingut en compte aquells valors que han pogut ésser registrats en el 100% dels casos. Per aquest motiu, en alguns apartats destacarem la UA nº25, i en d’altres no.

diferents sales), però que en el cas de la franja d'edat, la tendència varia segons la sala en qüestió. Així, a la sala 1 observem com atrau per igual als nens petits que als grans, en canvi, la sala 2 atrau molt més als grans que als petits.

### 6.2.2.1.3. El Museu d'Història dels Jueus

En el Museu d'Història dels Jueus, d'un total de 47 Unitats d'Atenció, en 35 hem pogut anotar pautes de comportament i en 12, cap nen hi ha parat, i per tant, no hem detectat cap conducta. És a dir, el 75% de les UA del Museu d'Història dels Jueus han estat visitades per nens observats.

Analitzant el nombre de UA per sala podem observar que de la sala 1 del museu, de les 17 UA n'han visitat 16 (94%), de la sala 2, de 8 en visiten 8 (100%), i de la sala 3, de 22 en visiten 11 (50%).

A continuació, detallem quines són les UA més visitades de les 3 sales del museu. Les UA més visitades de la sala 1 són: " Plafó: *el bany ritual: el Micvé*" (núm.1), la "Vitrina exempta amb estoig de mezuzà, plat de pesaj i làmpada Hanucà" (núm.7), la "Vitrina exempta amb meguilat d'Ester i Quetubà" (núm.8), la "Maqueta: *El Call de Girona*" (núm.11), l'"Audiovisual" (núm.13) i els "Maniquins" (núm.14). De la sala 2 són la "Vitrina exempta amb sefer Torà, Rimmon, meïl i tros de mappà" (núm.23) i la "Vitrina exempta amb tros de mappà, estoig de Torà, Bíblia hebrea, Tal.lit i Mazor" (núm.24). En darrer lloc, resta mencionar les "Imatges de la Inquisició i el Autos de Fe" (núm.49) de la sala 3. Així, la pauta de comportament que podem establir en aquest museu, és que els nens i les nenes observen les UA on no hi ha text i, sobretot, aquelles UA que estan formades per objectes de grans dimensions o fotografies també de grans dimensions.

Per altra banda, les UA que no han estat visitades són majoritàriament de la sala 3 del museu. A la sala 1 només hi ha la "Caixeta de metacrilat amb informació: Els primers jueus a Catalunya i a Girona" (núm.17), i la resta ja són de la sala 3: "Text: *Les difícils relacions amb la societat cristiana*" (núm.26), "Mapa: *disputes religioses entre judaisme i cristianisme*" (núm.27), "Tríptic de 4 imatges" (núm.28), "Text: *Llibres prohibits i llibres permesos als jueus de Girona*" (núm.29), "Text: *Les disputes*" (núm.31), "Imatges mòbils en pantalla de televisor" (núm.32), "Imatge i fotografia de torre Gironella" (núm.34), "Caixeta de metacrilat amb informació: Les persecucions" (núm.38), "Text: *L'expulsió*" (núm.42) i la "Imatge d'Hagadà moresca" (núm.43).

En definitiva, constatem que els textos són en general, els aspectes que menys atrauen als nens i nenes observats que visiten el museu dels Jueus.

En el Museu d'Història dels Jueus, hem fet 176 seguiments dels quals el 64% han estat nens i nenes amb edats compreses entre els 5 i els 8 anys, i el 36% restant, han estat nens i nenes entre 9 i 12 anys. Aquests mateixos valors es repeteixen pel que fa a sexes: 64% nens i 36% nenes.

De la sala 1, la UA "Plafó: *el bany ritual: el Micvé*" (núm.1), ha estat visitada en un 56% pels nens/es de 5 i 8 anys, i en un 44% per nens/es de 9 a 12 anys i, per sexes, en un 78% per nens i en un 22% per nenes. La UA "Vitrina exempta amb estoig de mezuzà, plat de pesaj i làmpada Hanucà" (núm.7), ha estat observada per un 55% per nens/es de 5 i 8 anys, i en un 45% per nens/es de 9 a 12 anys, i, per sexe, en un 55% per nens i un 45% per nenes. La "Vitrina exempta amb meguilat d'Ester i Quetubà" (núm.8) ha estat visitada en un 58% per nens/es de 5 i 8 anys, i en un 42% per nens/es de 9 a 12 anys, i, per sexe, en un 54% per nens i en un 46% per nenes. La "Maqueta: "El Call de Girona" (núm.11) en un 30% per nens/es de 5 i 8 anys, i en el 70% per nens/es de 9 a 12 anys i, per sexe, amb el 90% per nens i el 10% per nenes. L'*Audiovisual*" (núm.13) ha estat visitat en un 57% per nens/es de 5 i 8 anys, i en un 43% per nens/es de 9 a 12 anys i per sexe, en un 71% per nens i 29% per nenes. Finalment, els "Maniquins" (núm.14) han estat visitats en un 62% per nens/es de 5 i 8 anys i en un 38% per nens/es de 9 a 12 anys, i per sexe en un 62% per nens i el 38% per nenes. Així, observem com la diferència d'edat no és del tot significativa en aquest museu, ja que els percentatges es mouen en valors molt similars. Ara bé, aquestes dades es poden matisar si es pren com a referència el percentatge d'atenció en relació al sexe i l'edat corresponent, posat en relació al total de nens seguits segons sexe i edat. Així doncs, podem apreciar com les UA més visitades de la sala 1 han estat vistes en general pel mateix percentatge de nens/es entre 5 i 8 anys (54%) que entre 9 i 12 anys (46%). En canvi, és interessant d'assenyalar una excepció. A la UA núm. 11, observem com el 30% dels nens/es entre 5 i 8 anys que han visitat la sala hi han parat, però en canvi, aquest percentatge puja fins el 89% dels nens/es entre 9 i 12 anys. Per tant, podem observar que en la línia general, l'atracció per edats és molt igual, exceptuant la UA núm.11, on es veu una clara diferència de preferència entre els dos grups d'edat.

Per sexe, en canvi, les diferències són més clares. De les UA més destacades de la sala 1 del museu, en la UA núm.1, el 70% dels nens que han visitat la sala hi han parat, i en canvi, només el 25% de les nenes. En aquesta mateixa línia la UA núm.11, on el 90% dels nens que han visitat la sala hi ha parat, i en canvi, només el 13% de les nenes. També la UA núm. 13, on el

100% dels nens que han visitat la sala hi ha parat, i en canvi, només la meitat de les nenes. Així, aquestes dades semblen indicar que aquestes UA tenen més atracció pels nens que per les nenes.

De la sala 2, tan sols 2 són les UA més visitades. Per una banda, la “Vitrina exempta amb sefer Torà, Rimmon, meil i tros de mappà” (núm.23), visitada en un 45% pels nens/es de 5 i 8 anys i en un 55% pels nens/es de 9 a 12 anys, i per sexe, en un 56% per nens i en un 44% per nenes, i per l'altra, la “Vitrina exempta amb tros de mappà, estoig de Torà, Bíblia hebrea, Tal.lit i Mazor” (núm.24), visitada en un 55% per nens/es de 5 i 8 anys i en un 45% per nens/es de 9 a 12 anys, però també en un 44% per nens i en un 56% per nenes.

Ja per acabar amb les dades referents al Museu d'Història dels Jueus, ens resta comentar el cas de la sala 3: les “Imatges de la Inquisició i el Autos de Fe” (núm.40) que amb les dades ja ponderades en relació al total de nens seguits segons franges d'edat, han estat visitades en percentatges iguals (50%), tant per nens/es de 5 i 8 anys com pels de 9 a 12 anys, i tant per nens com per nenes.

No podem acabar aquest apartat del museu, sense mencionar la UA “Vitrina exempta amb fragments de manuscrits” (núm.25), visitada en un 25% pels nens i en un 75% per nenes,. Posant en relació al total de nens seguits segons sexes, observem com els valors no varien massa: 22% dels nens i 42% de les nenes; Per tant, aquestes dades confirmen que aquesta UA és més visitada per nenes.

En darrer lloc, volem afirmar que la tendència general de les UA del Museu d'Història dels Jueus , és que atrauen per igual a nens que a nenes, (a excepció de les UA núm.1, 11 i 13 que registren valors molt diferents entre sexes), pautes també repetides en els casos per franges d'edat (a excepció de la núm.11).

#### **6.2.2.1.4. El Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona**

En el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, el 64% de les UA han estat visitades. És a dir, del total de 45 UA, en 29 UA ningú hi ha parat i per tant, ningú ha determinat pautes de conducta.



Si analitzem el nombre de UA visitades per sala, observem com a la sala 1 del museu, de les 16 UA n'han visitat 11 (69%), de la sala 2, de 16 en visiten 12 (75%), i de la sala 3, de 13 en visiten 6 (46%). En tot cas, sempre per sota de la mitjana del conjunt de museus.

Passem doncs a mencionar, quines són les UA més visitades, les quals es troben presents a les tres sales del museu. De la sala 1 del museu hi ha la "Vitrina exempta del paleolític inferior" (núm.5), la "Vitrina parietal del paleolític inferior" (núm.7), la "Vitrina parietal del paleolític mitjà" (núm.13) i la "Vitrina parietal del paleolític superior" (núm.17). De la sala 2 hi ha la "Vitrina exempta de la vida quotidiana" (núm.62), i finalment, de la sala 3, les UA "Vitrina exempta de la societat romana: vida social i vida domèstica" (núm.76) i la "Vitrina exempta de la tardoantiguitat" (núm.79). Així, hem pogut observar un patró comú en les UA més visitades: totes les vitrines contenen elements quotidians, fàcilment relacionables amb elements d'interès propis de l'edat dels nens, per exemple: esquelets (especialment els cranis), nines, collarets...

Per altra banda, les UA que no han estat visitades es troben també a les tres sales del museu, però amb més presència a la sala 3. A la sala 1 del museu hi ha "Caixeta de fusta amb informació de les peces del museu" (núm.1), "Plafó del Cau del Duc" (núm.4), "Plafó del paleolític inferior" (núm.6), "Plafó del paleolític superior" (núm.12), "Plafó de l'epipaleolític / Mesolític" (núm.15) i el "Plafó de la Bora Gran d'en Carreras" (núm.16). A la sala 2 hi ha el "Plafó de la religió" (núm.58), "Plafó de la societat, l'armament i la llengua" (núm.60), "Plafó de la l'economia, el comerç i la moneda" (núm.66) i la "Plafó del camp a la taula" (núm.69). En darrer lloc, a la sala 3 hi ha el "Plafó de l'època romana" (núm.72), "Plafó del món urbà: La ciutat" (núm.74), "Plafó de la societat romana: vida social i vida domèstica" (núm.77), "Plafó del món rural, les vil·les" (núm.78), "Plafó de la tardoantiguitat" (núm.81), "Plafó del món laboral: l'economia i el comerç" (núm.82), "Vitrina parietal del món de les creences i els rituals: religió, funerari i cristianisme" (núm.83), i el "Plafó del món de les creences i els rituals: religió, funerari i cristianisme" (núm.84). D'aquesta forma, observem com els plafons explicatius no desperten l'interès del nen o nena, a diferència de les vitrines amb objectes que si que ho fan.

Altres dades rellevants són les que ens aporten les classificacions per edats i sexe de les UA. En el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, el 63% dels seguiments han estat de nens i nenes amb edats compreses entre els 5 i els 8 anys, i el 37% restant de nens i nenes entre 9 i 12 anys. Per sexe, el 59% han estat nens, i el 41% restant nenes.

Accedint a un segon nivell de concreció, observem com a la sala 1 del museu, la “Vitrina exempta del paleolític inferior” (núm.5) ha estat visitada en un 83% per nens/es de 5 i 8 anys i en un 17% per nens/es de 9 a 12 anys. Per sexe, de tots els nens i nenes registrats, en un 50% han estat visitades per nens i en l’altre 50% per nenes. De la “Vitrina parietal del paleolític inferior” (núm.7) hem constatat que el 70% de les visites han estat fetes per nens/es de 5 i 8 anys i el 30% restant, per nens/es de 9 a 12 anys, i amb els mateixos percentatges, segons sexe (70% nens i 30% nenes). La “Vitrina parietal del paleolític mitjà” (núm.13) ha estat visitada en un 69% per nens/es de 5 i 8 anys i en un 31% per nens/es de 9 a 12 anys, i per sexe, en un 54% per nens i en un 46% per nenes. Pel que fa a la UA “Vitrina parietal del paleolític superior” (núm.17), el 50% de les visites han estat fetes per nens de 5 i 8 anys, i el 50% restant per nens de 9 a 12 anys. Per sexes, el percentatge es reparteix per igual entre nens i nenes.

Així doncs, podem apreciar com les UA de la sala 1 ja esmentades, han estat vistes generalment pel mateix percentatge de nens petits que de grans. No obstant, hem detectat tres comportaments diferents en dues de les UA més visitades. La UA núm.7, ha estat vista pel 33% dels nens/es entre 5 i 8 anys que hem observat i pel 75% dels nens/es entre 9 i 12 anys, i la UA núm.17, ha estat vista pel 44% dels nens/es entre 5 i 8 anys que hem observat i pel 100% dels nens/es entre 9 i 12 anys. Però posant els percentatges en relació al total de nens/es seguits a les sales segons franges d’edat, observem com la UA núm.7 ha estat vista pel 18% de nens/es observats entre 5 i 8 anys que han visita la sala, i, en una xifra molt superior, pel 41% de nens/es entre 9 i 12 anys. Pel que fa a la UA núm. 17, hem registrat que el 24% dels nens entre 5 i 8 anys l’han visitada i el 55% de 9 a 12. Per tant, podem observar que aquestes UA atrauen lleugerament més als nens grans que no pas als més petits. Aquesta diferència és més marcada quan parlem de sexe. El 100% de les nenes que han visitat la sala 1 del museu han visitat la UA núm.5 i la núm.17 i en canvi, dels nens només ho han fet el 44% (en ambdues UA). Així, aquestes dades semblen indicar que aquestes UA tenen més atracció per les nenes que pels nens.

De la sala 2, la única UA més visitada, la “vitrina exempta de la vida quotidiana” (núm.62) ho ha estat en un 63% per nens/es de 5 i 8 anys i en un 37% per nens/es de 9 a 12 anys, i per sexe en un 75% per nens i en un 25% per nenes. No obstant, i amb les dades a les mans, podem apreciar com aquesta UA ha estat vista pel 56% dels nens/es entre 5 i 8 anys que han estat observats i pel 100% dels nens/es entre 9 i 12 any. En canvi, un 67% dels infants que han visitat la UA núm.62 eren nens, i el 33% nenes, representant el 37% de nens i el 18% de nenes del

total dels nens seguits a les sales. Així, aquestes dades semblen indicar que aquesta UA té més atracció pels nens que per les nenes i sobretot, pels infants més grans (entre 9 i 12 anys).

En darrer terme, i a la sala 3 del museu, hi ha la “Vitrina exempta de la societat romana: vida social i vida domèstica” (núm.76) i la UA “Vitrina exempta de la tardoantiguitat” (núm.79), ambdues visitades en un 63% pels nens/es de 5 i 8 anys, i en un 37% pels nens/es de 9 a 12 anys, i els mateixos valors pel sexe masculí (63%) i pel sexe femení (37%).

A mode de conclusió podem afirmar que les UA del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, han estat visitades majoritàriament per nens i nenes de 5 a 8 anys, no existint massa diferència entre les preferències d'un o altra sexe. No obstant, existeixen excepcions, com aquest exemple: la UA “Vitrina parietal del món laboral: l'economia i el comerç” (núm.80), que ha estat visitada en un 83% per nens i només en un 17% per nenes, significat el 46% de nens i el 9% de nenes respecte el total dels seguiments.

En darrer lloc, volem afirmar que segons la sala canvia el grau d'atracció segons el sexe i l'edat. Així, la sala 1 atrau més a les nenes, a la sala 2 els nens i a la sala 3 per igual. Pel que fa l'edat, a la sala 1 i 2 atrau més als grans, i a la sala 3, l'atracció és per igual.

#### **6.2.2.1.5. El Museu del Cinema**

En el Museu del Cinema, d'un total de 60 UA, el 100% han estat visitades per nens/nenes. És a dir, que visiten les 18 UA de la sala 1, les 21 de la sala 2 i també les 21 de la sala 3. Sempre per sobre de la mitjana.

A continuació, detallem quines són les UA més visitades de les 3 sales del museu. La UA més visitada de la sala 1 és la “Pantalla audiovisual” (n11). Aquesta UA destaca respecte la resta pel fet que es tracta d'un audiovisual, l'únic que trobem en aquesta sala.

De la sala 2, la “Taula de fusta amb manipulables” (núm.21), “Reproducció d'un Taumàtrop manipulable (també anomenada joguina òptica)” (núm.23), “Reproducció d'un Fenaquistoscopi manipulable (també anomenada joguina òptica) (núm.24), “Reproducció d'un Praxinoscopi teatre manipulable (també anomenada joguina òptica)” (núm.25), “Reproducció d'un Zoòtrop manipulable (també anomenada joguina òptica)” (núm.26) i la “Reproducció d'un Praxinoscopi manipulable (també anomenada joguina òptica)” (núm.27). Sense cap dubte, la sala 2 del museu del cinema destaca pels seus manipulables, tot i que consta també de molts

altres elements que no ho són. Així, les UA més visitades han estat els manipulables, on els nens i nenes han pogut interactuar.

En el cas particular del Museu del Cinema, no podem destacar les UA que no han estat vistes perquè totes ho han estat. Per aquest motiu, tan sols mencionem les UA menys visitades, és a dir, les que només s'hi ha parat un nen: la "Vitrina parietal amb cintes de zoòtrop i discs de fenaquistoscopi" (núm.28), i el "Plafó introductori de la sala" (núm.66) de la sala 2. De la sala 3 són "Plafó introductori de la sala, penjat de la paret i titulat: "El cinema amateur" (núm.45), la "Vitrina parietal amb bandes de cine NIC" (núm.48), la "Vitrina parietal amb bandes de cine NIC" (núm.53), el "Plafó introductori de les vitrines *Jugar amb la imatge*" .Penjat de la paret i titulat: "Jugar amb la imatge" (núm.60) i la "Vitrina parietal: *llanternes cinematogràfiques*" (núm.61). Aquí, les UA menys visitades són bàsicament aquelles que consisteixen en textos explicatius.

Una altra dada rellevant pel que fa a les UA més visitades del Museu del Cinema, és la que fa referència a la franja d'edat i al sexe. Dels seguiments realitzats en aquest museu, el 85% han estat nens i nenes amb edats compreses entre els 5 i els 8 anys, i el 15% restant, nens i nenes entre 9 i 12 anys. No obstant, dels 87 seguiments fets, el 48% han estat infants del sexe masculí i el 52% restant, del sexe femení.

Analitzant les UA més visitades de cada sala del museu, podem observar com de la sala 1, la UA més visitada: "Pantalla audiovisual" (núm.11), ha estat observada en un 55% per individus del sexe masculí, i en un 45% pel femení. Per edats, ha estat observada en un 48% per nens de 5 i 8 anys, i en un 52% per nens de 9 a 12 anys. Però posant els percentatges en relació al total de nens/es seguits a les sales segons franges d'edat i sexe, observem com la UA núm.11 ha estat vista pel 42% de nens/es observats entre 5 i 8 anys que han visitat la sala, i, en una xifra molt similar, pel 45% de nens/es entre 9 i 12 anys i pel 48% de nens i pel 39% de nenes.

A la sala 2 del museu, el nombre de UA més visitades augmenta considerablement: de la sala 2, tant la "Taula de fusta amb manipulables" (núm.21) com la "Reproducció d'un Taumàtrop manipulable (també anomenada joguina òptica)" (núm.23), presenten pautes de comportament molt similars. Per ambdues, el 47% dels seguiments fets han estat de nens/es de 5 i 8 anys i el 53% de 9 a 12 anys. En canvi, per sexe, la (núm.21) ha estat visitada en un 49% per nens i en un 51% per nenes, i la (núm.23) en un 47% per nens i en un 53% per nenes. A més, posant els percentatges en relació al total de nens/es seguits a les sales segons franges

d'edat i sexe, hem pogut constatar com els percentatges no varien massa respecte els exposats.

La UA "Reproducció d'un Fenaquistoscopi manipulable (també anomenada joguina òptica) (núm.24), ha estat visitada en un 46% per nens/es de 5 i 8 anys i en un 54% per nens/es de 9 a 12 anys, i per sexe, en un 46% per nens i un 54% per nenes. Aquesta UA ha estat vista pel 46% de les nenes que han visitat la sala i pel 52% dels nens; i pel 40% de nens/es entre 5 i 8 anys i el 47% de nens/es entre 9 i 12 anys que han visitat la sala.

La "Reproducció d'un Praxinoscopi teatre manipulable (també anomenada joguina òptica)" (núm.25) en un 46% per nens/es de 5 i 8 anys i en un 54% per nens/es de 9 a 12, i per sexe, en un 50% per nens i l'altre 50% per nenes. Aquesta UA doncs, ha estat vista pel 44% de les nenes que han visitat la sala, i pel 37% dels nens; i pel 40% de nens/es entre 5 i 8 anys i el 47% de nens/es entre 9 i 12 anys que han visitat la sala.

La "Reproducció d'un Zoòtrop manipulable (també anomenada joguina òptica)" (núm.26) en un 47% per nens/es de 5 i 8 anys i en un 53% de 9 a 12 anys, i per sexe en un 44% per nens i en un 56% per nenes. Aquesta UA doncs, ha estat vista pel 49% de les nenes que han visitat la sala, i pel 38% dels nens; i pel 41% de nens/es entre 5 i 8 anys i el 46% de nens/es entre 9 i 12 anys que han visitat la sala.

En darrer lloc, la "Reproducció d'un Praxinoscopi manipulable (també anomenada joguina òptica)" (núm.27) visitada en un 46% per nens/es de 5 i 8 anys i en un 54% per nens/es de 9 a 12 anys, i, per sexe, el 49% per nens i el 51% per nenes.

La última sala del museu, la sala 3, la "Sala tallers" (núm.68)<sup>131</sup>, ha estat visitada en el 48% per nens/es de 5 i 8 anys i en un 52% per nens/es de 9 a 12 anys. Pel que fa al sexe, el 67% han estat nens i el 33% restant nenes. També podem apreciar com aquesta UA ha estat vista pel 71% de les nenes que han visitat la sala 3 del museu, en canvi, pel que fa als nens, només el 50% ho han fet. Així, aquestes dades semblen indicar que aquesta UA té més atracció per les nenes que pels nens.

---

<sup>131</sup> Aquesta sala, tot i trobar-se a l'interior de la sala 3, no ha estat computada dins l'anàlisi general de les UA de la sala 3 del Museu del Cinema. La raó principal és perquè en determinats dies la sala estava oberta al públic, i en altres tancada. No obstant, s'han pogut registrar determinades pautes de comportament molt útils per il·lustrar aquest capítol del treball. És per aquest motiu que en determinats apartats del present, analitzarem la UA (nº68), tot i no haver-la inclòs dins el total de UA analitzables al 100% de la sala 3 del Museu del Cinema.

Per acabar, voldríem destacar, ja que ens han cridat l'atenció pel que fa als perfils de visitants segons sexe, les següents UA: a la UA "Manual d'instruccions d'ús per a l'ombromania" (núm.13), l'han visitat un 78% dels nens i un 29% de les nenes, i la "Pantalla per a la pràctica de l'ombromania" (núm.65) ho han fet el 71% per nens i el 29% per nenes. Que representen el 62% de nens i el 25% de nenes del total de visites per sexes a la sala. Percentatges molt diferents als vistos anteriorment, els qual marquen pautes específiques no tant per sales sinó per UA.

En darrer lloc, i a mode de conclusió, volem afirmar que les UA més visitades d'aquest museu, estan adreçades bàsicament a un públic entre 5 i 8 anys d'edat i per un públic equilibrat en quant a sexes, registrant percentatges molt semblants tant per individus del sexe femení com del masculí.

En darrer lloc, volem constatar que en línies generals, el Museu del Cinema atrau per igual als grans i als petits i tant a nens com a nenes. La única excepció la trobem a la sala 3 del museu, on la tendència és d'atracció del sexe femení envers el masculí.

#### **6.2.2.2. Unitats d'Atenció que han presentat pautes de comportament associades a dificultats en la visió**

509

---

Considerem que un nen o nena té problemes per veure, quan davant una UA mostra, tant física com verbalment<sup>132</sup>, dificultats per a l'observació d'un determinat objecte o imatge. Així doncs, amb els seguiments realitzats a l'interior dels museus sabem que només un 1% de les UA analitzades, planteja problemes per veure. Les sales dels museus on s'ha detectat aquest fet són: la sala 1 del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, la sala 2 del Museu d'Art de Girona i la sala 1 del Museu d'Història de la Ciutat.

Agafant com a punt de partida la Sala 1 del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, les dues UA que han presentat aquesta característica són la "Vitrina parietal del paleolític mitjà" (núm.13) on el 23% dels nens que hi han parat, han tingut problemes per veure, i la "Vitrina parietal del paleolític inferior" (núm.7), on hem registrat el 10%.

---

<sup>132</sup> Per exemple, expressa: "no hi veig", "m'aixeques a coll?" o allarga el cap o fa salts enlaire per poder veure un determinat objecte. També si el nen s'ha d'ajupir o s'enfila a algun esglaó proper per poder observar millor.

Per altra banda, a la Sala 2 del Museu d'Art de Girona, les dues UA que han presentat aquesta pauta de comportament són la "Ecce Homo" (núm.26), on el 50% dels nens que hi han parat han tingut problemes per veure i la "sala de descoberta"<sup>133</sup> (núm.25) on hem registrat el 8%.

Finalment al Museu d'Història de la Ciutat, hem detectat aquest comportament a la UA "Cartell introductor de la sala" (núm.12) on el 100% dels nens i les nenes que han parat a observar-la, han presentat de forma explícita problemes per veure-la.

A mode de conclusió, podem constatar que les UA dels museus de la ciutat de Girona, no presenten excessius problemes per veure als nens i nenes entre 5 i 12 anys d'edat que s'han seguit. No obstant, hem detectat un patró comú: l'alçada. Les UA on hem detectat problemes per veure hi havia objectes disposats a una alçada superior a un metre. Hem de tenir en compte que potser hi ha moltes UA que presenten problemes per ser vistes però que no queden reflectides en aquest estudi ja que el nen no s'ha parat a observar-les. Per aquest motiu, hem de considerar, que els resultats obtinguts només reflecteixen les UA en les quals els nens i les nenes han decidit mirar.

#### **6.2.2.2.3. Unitats d'Atenció que han estat tocades**

En aquest apartat es descriuran quines UA han estat tocades pels nen o nena objecte d'estudi del treball, independentment de si el comportament es du a terme amb finalitats experimentals, de curiositat, o de tocar per tocar.

Així doncs, pel que fa al comportament de tocar, el 22% del total de les UA estudiades, han estat tocades pels nens/es observats independentment de si estava permès o no.

Analitzant les conductes segons museu, observem que el Museu d'Història dels Jueus i en el Museu del Cinema són els museus on les UA han estat més tocades pels nens (38% de les UA del museu dels Jueus i el 35% de les del Museu del Cinema han estat tocades). Pel que fa a la resta de museus, els percentatges són: en el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona el 4% de les UA han estat tocades i en el Museu d'Art de Girona i en el Museu d'Història de la Ciutat el 16% respectivament.

---

<sup>133</sup> La "Sala de descoberta" (nº25) no l'hem computada com a UA de la sala 2. El motiu principal d'aquesta decisió ha estat la dificultat de poder registrar les pautes de comportament que es duen a terme el seu interior. Per tal de que l'observació directa no fos participant, ha estat molt difícil poder registrar tots els valors de les variables determinades per a cada UA. Així, la nº25 no s'ha comptabilitzat com a UA de la sala 2, però si que hem tingut en compte aquells valors que han pogut ésser registrats en el 100% dels casos. Per aquest motiu, en alguns apartats destacarem la UA nº25, i en d'altres no.

Les UA on més s'ha detectat aquest comportament són:

Del Museu d'Història de la Ciutat , la "Maqueta d'una Vil·la" (núm.7) i la "Maqueta" (núm.70). Del Museu d'Història dels Jueus la "Maqueta: *El Call de Girona*"(núm.11) i la "vitrina exempta amb edicte de l'expulsió dels jueus i amb un Auto de Fe" (núm.45). Al Museu d'Art de Girona la UA més tocada ha estat la "Taula experimental" (núm.5), i al Museu del Cinema, les UA han estat: la "Taula de fusta amb manipulables" (núm.21), la "Reproducció d'un Taumàtrop manipulable (també anomenada joguina òptica)" (núm.23), la "Reproducció d'un Fenaquistoscopi manipulable (també anomenada joguina òptica)" (núm.24), la "Reproducció d'un Zoòtrop manipulable (també anomenada joguina òptica)" (núm.26) i la "Reproducció d'un Praxinoscopi manipulable (també anomenada joguina òptica)" (núm.27). Cal destacar també, el comportament registrat a la UA (núm.68), la qual alguns dies estava oberta al públic, i alguns altra tancada. Els dies que va estar oberta, el 100% dels nens que visitaven la sala 3 hi van entrar, dels quals el 36% només es va limitar a mirar i el 64% es va atrevir a tocar.

Així doncs, cal matisar dos tipus de conductes depenent del museu on s'executen. En primer lloc tenim el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, que dins el seu recorregut museogràfic no presenta UA per a ser tocadés, i el Museu d'Art de Girona, que en presenta molt poques i sense quasi senyalització (exceptuant la taula experimental núm.5). Per tant, l'exposició de quadres, escultures i objectes originals penjats de les parets o dipositats a l'interior de vitrines, transmeten als nens i les nenes, un missatge de respecte. Podríem dir que el nen té molt clar que es troba en un museu i que no pot tocar. Al mateix temps, sobretot al Museu d'Art de Girona, es posa a l'abast del visitant reproduccions de determinats materials perquè siguin tocats. De les tres UA del Museu d'Art de Girona concebudes perquè siguin tocadés, només en la núm. 5 hem registrat el comportament suara citat (recordant que el 10% de les UA d'aquests museus han estat tocadés, uns valors molt baixos respecte els altres 3 museus restants). En segon lloc, i amb una lectura diferent, observem que tant en el Museu del Cinema, com en el dels Jueus i el d'Història, les UA tocadés han estat el 30%. En aquests museus, enmig de les UA amb objectes originals presentats a l'interior de vitrines o penjats de les parets hi ha maquetes i reproduccions d'allò que s'explica. Els nens se senten atrets per allò que es presenta amb el seu propi llenguatge i així ho demostren les UA (núm. 21), (23), (24), (26) i (27) del Museu del Cinema o la UA (núm.7) i (70) del Museu d'Història de la Ciutat . Per tant, sense pensar-s'ho massa, els nens i les nenes les toquen.



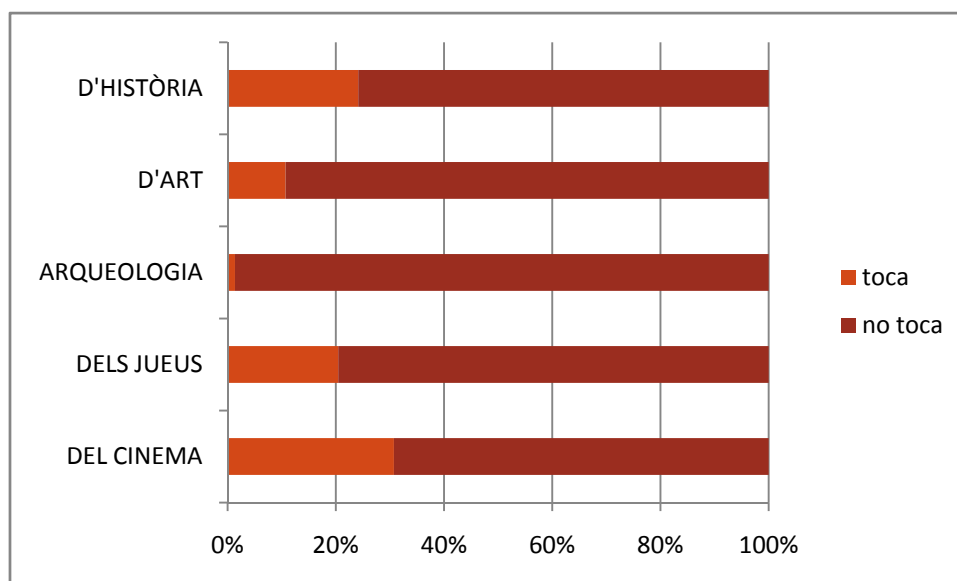


Figura 405. Percentatge de les UA que han estat tocades, per museu.

#### 6.2.2.2.4. Unitats d'Atenció que han estat manipulades

Un altre aspecte interessantíssim a considerar és si el nen o nena observat interacciona físicament amb una UA. La majoria de les UA analitzades ofereixen la possibilitat de ser manipulades, ja sigui agafant un llibret i llegint-lo, remenant un calaix, movent unes titelles, executant de forma pràctica uns continguts apresos, prement botons o fent rodar una maneta.

El resultat de les observacions ens ha mostrat que el 16% de les UA estudiades han estat manipulades per nens i nenes entre 5 i 12 anys.

El Museu d'Història de la Ciutat és l'únic museu on no hem detectat cap manipulació, tot i oferir al visitant dues UA manipulables (3% d'UA manipulables respecte les UA totals del museu). No obstant, tant en el museu dels Jueus (ofereix 6 UA manipulables, que significa el 13% de les UA totals) com en el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona (ofereix una UA manipulable que és el 2% de les UA), s'han detectat només dos casos, considerats fets aïllats i amb poca significança per a ser estudiats amb deteniment.

Per altra banda, el Museu d'Art de Girona (ofereix 5 UA manipulables, el 10% de les UA totals) i el Museu del Cinema (ofereix 12 UA manipulables sense comptar amb la (núm. 68), el 20% de les UA totals), tenen Unitats d'Atenció que han estat manipulades pels nens.

En el Museu d'Art de Girona, la única UA manipulada és la "Taula experimental" (núm.5), manipulada pel 29% dels nens visitants.

En canvi, en el Museu del Cinema, les UA manipulades han estat el 100% de les UA totals manipulables i estudiades. Les que han registrat més nombre de manipulacions han estat: "Pantalla per a la pràctica de l'ombromania" (núm.65) (manipulada pel 12% dels nens visitants), "Plafó amb el manual d'instruccions d'us de l'ombromania" (núm.14) (manipulada pel 14%), "Teatret d'ombres manipulable de color gris" (núm.15) (21%), "Reproducció d'un Praxinoscopi teatre manipulable (també anomenada joguina òptica)" (núm.25) (21%), "Reproducció d'un Praxinoscopi manipulable (també anomenada joguina òptica)" (núm.27) (30%), "Reproducció d'un Fenaquistoscopi manipulable (també anomenada joguina òptica)" (núm.24) (33%), "Reproducció d'un Zoòtrop manipulable (també anomenada joguina òptica)" (núm.26) (33%), "Reproducció d'un Taumàtrop manipulable (també anomenada joguina òptica)" (núm.23) (34%) i la "Taula de fusta amb manipulables" (núm.21) (38%). Cal destacar també el comportament registrat a la UA núm.68, la qual alguns dies estava oberta al públic i alguns altres tancada. Els dies que va estar oberta, el 100% dels nens que visitaven la sala 3 hi van entrar, dels quals el 60% varen manipular els elements que es troben sobre les taules i el 40% no. En un altre sentit, cal assenyalar el cas específic del manipulable "Teatrets d'ombres" (núm.8), que tan sols ha estat manipulada per un nen .

A mode de conclusió, voldríem destacar la relació que existeix entre el percentatge d'UA manipulables, i el tipus o la forma que tenen aquests UA manipulables. És a dir, de totes les UA manipulables que s'han descrit als cinc museus, el 42% són carpetes o caixetes amb textos plastificats que amplien el contingut de les explicacions de les sales i el 58% restant són elements no textuals que permeten la descoberta per la interacció física amb l'objecte.

En el cas del Museu del Cinema, el 100% de les UA manipulables permeten la interacció física i la descoberta experimental. En el cas del Museu d'Art de Girona, en canvi, el 40% de les UA són manipulables textuals i el 60% restant experimentals. Per altra banda i a la resta de museus (al Museu d'Història de la Ciutat , el dels Jueus i al d'Arqueologia), la interacció en format material textual complementari representa el 100% de les UA manipulables. Aquesta informació, posada en relació amb el percentatge d'UA que el museu posa a disposició del públic, ens revela com el percentatge d'usuaris de manipulables augmenta quan el museu augmenta l'oferta de manipulables no textuals: el Museu del Cinema, per exemple, és el museu que registra més interaccions materials amb les UA. Del 20% d'UA manipulables que té respecte el total, el 100% són de descoberta no textual. En el Museu d'Història de la Ciutat en

canvi, del 3% d'UA manipulables que ofereix al visitant, el 100% són textuals (a més, el resultat de les observacions ens ha permès destacar, que el 0% de les UA han estat manipulades per nens).

Com a contrapunt, en el Museu d'Art de Girona constatem que del 10% d'UA manipulables, el 40% d'elles són textuals i el 60% restant permeten la interacció física i la descoberta experimental. Així doncs, sabem que cap de les UA textuals atrau als nens i les nens però en canvi el 100% de les UA de descoberta experimental han estat manipulades.

Per tant, amb aquests resultats, podem considerar que les caixetes amb informació textual extra i consultable per lliure, no atrauen suficientment al públic infantil entre 5 i 12 anys d'edat.

En un altre sentit, però molt relacionat amb el tema que ens ocupa, també podem puntualitzar un altre conjunt de dades. A les UA on els nens/es observats han compartit informació, en el 20% d'aquestes han manipulat, i a les UA on els nens/es han repetit, han manipulat en el 35%. Aquestes dades, posades en relació amb el percentatge total d'UA manipulades als museus (16%), ens demostren que la manipulació augmenta quan la UA és observada més d'una vegada i quan davant de la UA es comparteix la informació amb algun membre del grup. Si és nen o nena o si el nen/a observat té entre 5 i 8 anys o entre 9 i 12 no té massa importància. És a dir, el sexe o la edat no condicionen pautes de conducta específiques pel que fa a la manipulació de les UA.

#### **6.2.2.2.5. Unitats d'Atenció que han estat fotografiades**

Un altre aspecte que s'ha observat és si els nens/nenes prenen fotografies o no. Així doncs, s'ha pogut registrar que el 5% de les UA estudiades han estat fotografiades, independentment de si es podia o no. Tot i això, cal posar aquesta dada en relació amb una de més genèrica: el 100% dels nens que portaven una càmera de fotografiar al fer la visita al museu, han fet com a mínim una fotografia en alguna UA.

Els cinc museus analitzats registren com a mínim una UA que ha estat fotografiada, i el temps mitjà que han dedicat els nens i les nenes a una UA retratada ha estat de 17 segons (el temps que un nen o nena destina a observar una UA és també de 17 segons).

Anant a un anàlisi més concret d'UA per museu, podem arribar a conclusions més concloents. Per exemple, en al Museu d'Història hi ha hagut un total de 4 UA fotografiades (6%), i el temps mitjà que hi han dedicat ha estat de 14 segons. Les UA que han estat més fotografiades són: l'Oli sobre tela "Maria Amàlia de Saxònia" i oli sobre tela "Carles III" en marcs daurats (núm.16), l'"Àngel de la Catedral" (núm.20) i el "El Tarlà del carrer Argenteria" (núm.33), totes elles de la sala 2 del museu.

En el Museu d'Art de Girona en canvi, del total de 8 UA fotografiades (12%), el temps mitjà que hi han dedicat ha estat de 10 segons, essent aquestes les UA més fotografiades: "Capitells romànics" (núm.1), "Grup de dues escultures gòtiques" (núm.3), "Grup de dues escultures gòtiques sobre peanyes" (núm.4), "Calvari del Mestre Bartomeu" (núm.7), "Cap de Dama" (núm.8), "Relleu sepulcral" (núm.9), "Brodats emmarcats" (núm.10) i "Sepulcre de Jofre Gilibert" (núm.14), totes elles de la sala 1 del museu.

Pel que fa en el Museu del Cinema, hi ha hagut un total de 17 UA fotografiades (28%), i el temps mitjà que hi han dedicat ha estat de 20 segons. Les UA més fotografiades són: la "Teatret d'ombres manipulable de color gris" (núm.15) de la sala 1, "Caleidoscopi de grans dimensions" (núm.20), "Taula de fusta amb manipulables" (núm.21) i la "Reproducció d'un Fenaquistoscopi manipulable (també anomenada joguina òptica)" (núm.24) de la sala 2 i la "Vitrina parietal amb cintes de zoòtrop" (núm.29) de la sala 3 del museu.

Pel que fa al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, del total de 14 UA fotografiades (31%), el temps mitjà que hi han dedicat ha estat de 20 segons, essent aquestes les UA més fotografiades: "Vitrina exempta de la tardoantiguitat" (núm.2) de la sala 1, la "Vitrina exempta de la tardoantiguitat" (núm.79) de la sala 2 i la "Vitrina parietal del món de les creences i els rituals: religiós, funerari i cristianisme" (núm.83) de la sala 3 del museu.

Finalment en el Museu d'Història dels Jueus, hi ha hagut un total de 17 UA fotografiades (36%), i el temps mitjà que hi han dedicat ha estat de 20 segons. Les UA fotografiades més destacades són: "Vitrina exempta amb estoig de mezuzà, plat de pesaj i làmpada Hanucà" (núm.7) i "Maniquins" (núm.14) de la sala 1, i la "Vitrina exempta amb tros de mappà, estoig de Torà, Bíblia hebrea, Tal.lit i Mazor" (núm.24), de la sala 2 del museu.

Després d'haver valorat els resultats obtinguts en les observacions dels nens i les nenes, podem considerar que no existeix una relació directe o un patró de conducta destacat pel que fa a la relació entre l'acció d'observar i la de fotografiar, ja que no existeixen diferències entre la mitjana de temps que destinen a observar una UA (17 segons) i la mitjana de temps que

destinen a fotografiar-la (17 segons). El que sí és interessant de contemplar és la durada de temps de visita de la sala. La mitjana dels nens i les nenes s'hi estan 275 segons, en canvi, els nens i les nenes que porten una càmera fotogràfica, s'hi estan 228 segons. La camera fotogràfica, doncs, no ajuda a mirar amb més deteniment les UA, al contrari. Tot i això, hem constatat la tendència que les nenes fotografien més que els nens: el 66% de les observacions fetes a infants que fotografien, han estat nenes. També sabem que el percentatge de nens/es de 5 a 8 anys i el de 9 a 12 anys és molt similar (45% i 55% respectivament) per tant, no podem establir cap patró pel que fa al comportament de fotografiar segons forquilla d'edat.

#### **6.2.2.2.6. Unitats d'Atenció que han estat repetides**

Una altra pauta de comportament analitzada, ha estat si una UA és vista més d'una vegada pel mateix nen. És a dir, si els nens o nenes nen o nena objecte d'estudi de l'estudi observen una UA, i després d'observar-ne una altra, tornen a la primera per tornar-la a veure, per ensenyar-la a algun acompanyant, per tocar-la o manipular-la, etc. Als cinc museus on hem efectuat les observacions no participants, el 9% de les UA han estat repetides per algun dels nens/es seguits.

516

---

En un segon nivell de concreció, podem perfilar aquesta dada tot coneixent quines UA han estat les més repetides.

En el cas del Museu d'Història de la Ciutat, el 12% de les UA analitzades han estat repetides per algun dels nens observats. Aquestes són: el "Mosaic *El Circ* de Can Pau Birol" (núm.4), "Plafó parietal amb textos i dibuixos" (núm.5) i la "Maqueta d'una Vil·la" (núm.7) de la sala 1, "Cartell introductori de la sala (núm.12), "Àngel de la Catedral" (núm.20) i "Audiovisual" (núm.26) de la sala 2, i "Àmbit anomenat: *El front s'aproxima*" (núm.40), "Text de Lluís Companys" (núm.47), "Àmbit anomenat: "El nuevo estado franquista" (núm.52) i "Quatre plaques de carrer" (núm.59) de la sala 3.

En el Museu d'Història dels Jueus, el 10% de les UA analitzades han estat repetides per algun dels nens observats. Aquestes són: la "Vitrina exempta amb estoig de mezuzà, plat de pesaj i làmpada Hanucà" (núm.7) (amb un 18% de les repeticions), la "Vitrina exempta amb meguilat d'Ester i Quetubà" (núm.8) (amb un 12% de les repeticions), la "Maqueta: *El Call de Girona*" (núm.11) (amb un 12% de les repeticions), "Audiovisual" (núm.13), els "Maniquins" (núm.14) i el "Plafó *El bany ritual: el Micvé*" (núm.1) de la sala 1, i la "Vitrina exempta amb sefer Torà,

Rimmon, meil i tros de mappà” (núm.23) (amb un 18%), la “Vitrina exempta amb Tefel.lins” (núm.20), i la “Vitrina exempta amb tros de mappà, estoig de Torà, Bíblia hebrea, Tal.lit i Mazor” (núm.24) de la sala 2.

En el Museu d’Art de Girona, el 9% de les UA estudiades han estat repetides per algun dels nens/es observats. Aquestes han estat: la “Taula experimental” (núm.5) (amb un 40% de les repeticions), el “Sepulcre de Jofre Gilabert” (núm.14) (amb un 20% de les repeticions), la “Vitrina parietal amb Martirologi” (núm.11) i els “Brodats emmarcats” (núm.10) de la sala 1, el “Retaule de Pere Mates” (núm.18), la “Pietat de Pere Mates” (núm.23) i la “sala de descoberta” (núm.25) ho han estat de la sala 2. Finalment la “Pintura a l’oli: paisatge” (núm.29), “Pintura a l’oli: La sega” (núm.30) i “Escultura de fang: Girona” (núm.45) han estat les UA més repetides de la sala 3.

A l’igual que el Museu d’Art de Girona, el 9% de les UA analitzades del Museu d’Arqueologia de Catalunya - Girona han estat repetides per algun dels nens observats: “Vitrina exempta del paleolític inferior” (n5), “Vitrina parietal del paleolític inferior” (núm.7), “Vitrina exempta del paleolític mitjà” (núm.8) i “Vitrina parietal del paleolític mitjà” (núm.13) de la sala 1, la “Vitrina parietal de la romanització” (núm.57) i “Vitrina exempta de la vida quotidiana” (núm.62) de la sala 2, i finalment la “Vitrina exempta de la societat romana: vida social i vida domèstica” (núm.76) (representa el 15% de les repeticions), el “Plafó de l’època romana” (núm.72), la “Vitrina exempta de la tardoantiguitat” (núm.79), “Vitrina parietal del món laboral: l’economia i el comerç” (núm.80) i la “Vitrina parietal del món de les creences i els rituals: religiós, funerari i cristianisme” (núm.83) de la sala 3.

I en darrer lloc, al Museu del Cinema, on el 8% de les UA analitzades han estat repetides per algun dels nens observats. Aquestes són: la “Pantalla per a la pràctica de l’ombromania” (núm.65) (amb un 9%), “Pantalla audiovisual” (núm.11) (amb un 9%), “Plafó amb el manual d’instruccions d’us de l’ombromania” (núm.9) (amb un 6% de les repeticions), “Teatret d’ombres manipulable de color gris” (núm.15) (amb un 6%), “Vitrina parietal amb ombres sediciosos” (núm.16) i la “Vitrina parietal: *Teatrets d’ombres*” (núm.8) de la sala 1. La “Taula de fusta amb manipulables” (núm.21) (amb un 28%), la “Reproducció d’un Taumàtrop manipulable (també anomenada joguina òptica)” (núm.23) (amb un 9%), la “Reproducció d’un Zoòtrop manipulable (també anomenada joguina òptica)” (núm.26) (amb un 9%), la “Reproducció d’un Fenaquistoscopi manipulable (també anomenada joguina òptica)” (núm.24) (amb un 6%), la “Reproducció d’un Praxinoscopi teatre manipulable” (també anomenada joguina òptica) (núm.25), la “Reproducció d’un Praxinoscopi manipulable” (també anomenada

joguina òptica) (núm.27) i la “Vitrina parietal amb praxinoscopi de projecció” (núm.37) de la sala 2. Finalment, les UA més repetides de la sala 3 han estat en “Mickey Mouse i Mowgli” (núm.59) i la “sala tallers” (núm.68).

Així doncs, podem concloure que en el cas dels museus que posen a disposició del nens i les nenes visitants UA manipulables, aquestes fomenten també la interacció individu-objecte mitjançant la repetició. No obstant, val la pena destacar que moltes de les UA repetides han estat aquelles que consten d'un únic objecte de grans dimensions i que atrau la curiositat per la forma o per la disposició o pel missatge que transmet.

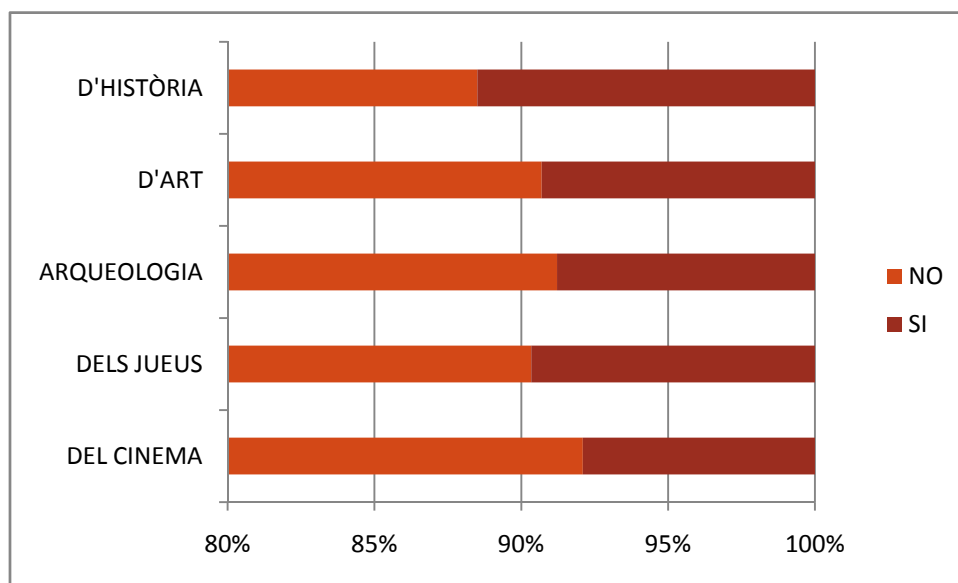


Figura 406. Percentatge d'UA que han estat repetides per museu.

#### 6.2.2.2.7. Unitats d'Atenció on els nens/es han compartit informació

La interacció social amb el material és una conducta clau si volem conèixer les pautes de comportament dels nens i les nenes entre 5 i 12 anys. Mitjançant les observacions no participants fetes a l'interior dels cinc museus, podem constatar que el 62% de les UA analitzades han propiciat que el visitant comparteixi informació entre els diferents membres del grup.

El Museu on els nen o nena objecte d'estudis de l'estudi han repetit més aquesta pauta de comportament, ha estat el Museu del Cinema, on un 67% dels seus nens visitants han

compartit informació. En segon lloc hi ha el Museu d'Història de la Ciutat (64%), després el Museu d'Art de Girona (62%), i ja per sota de la mitjana, el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona (54%) i en darrer lloc el Museu d'Història dels Jueus (51%).

En el Museu del Cinema, davant el 67% de les UA observades, els nens i les nenes visitants han compartit informació. Per sales, en el 76% de les UA de la sala 1, els nens o nenes objecte d'estudi han compartit informació, en el 66% de les UA de la sala 2, i finalment, de les UA de la sala 3, en el 54% els nens i les nenes observats han compartit informació amb algun membre del grup.

En aquesta mateixa línia, sabem que en el 33% de les UA del museu, més del 70% dels nens/es hi ha compartit informació. Aquesta dada pot ser més indicativa si a més, destaquem quines han estat les 10 UA del Museu del Cinema on s'ha compartit informació:

La "Vitrina parietal: "Teatrets d'ombres" (núm.8), la "Pantalla audiovisual" (núm.11), el "Manual d'instruccions d'ús per a l'ombromania" (núm.13), el "Plafó amb el manual d'instruccions d'us de l'ombromania" (núm.14), el "Teatret d'ombres manipulable de color gris" (núm.15) de la sala 1, la "Reproducció d'un Taumàtrop manipulable (també anomenada joguina òptica)" (núm.23), la "Reproducció d'un Zoòtrop manipulable (també anomenada joguina òptica)" (núm.26) de la sala 2, la "Vitrina parietal amb bandes de cine NIC" (núm.52), la "Vitrina parietal: "les claus de l'èxit" (núm.56) i en "Mickey Mouse i Mowgli " (núm.59) de la sala 3. Així, observem com hi existeix un patró clar pel que fa a l'acció de compartir informació. Les UA manipulables propicien aquest comportament, però també aquelles UA on s'hi poden vincular records o anècdotes familiars: com poden ser les màquines de Cine NIC dels pares i avis, o els dibuixos de les pel·lícules Disney.

Cal destacar també el comportament registrat a la UA núm.68, la qual alguns dies estava oberta al públic i alguns altres tancada. Els dies que va estar oberta, el 100% dels nens que visitaven la sala 3 hi van entrar, dels quals el 40% va compartir informació amb algun membre de la família.

En el Museu d'Història de la Ciutat, en el 64% de les UA observades els nens i les nenes visitants han compartit informació. Concretament ho han fet en el 58% de les UA de la sala 1, en el 68% de les UA de la sala 2, i finalment, de les UA de la sala 3, en el 67% els nens i les nenes observats han compartit informació amb algun membre del grup.



Les 10 UA del Museu d'Història de la Ciutat on més del 70% dels nens hi ha compartit informació: El "Mosaic "El Circ" de Can Pau Birol " (núm.4), la "vitrina parietal amb còpia en llautó del Vas d'Apol·linar " (núm.8) de la sala 1, el "Cartell introductori de la sala" (núm.12), la "Vitrina parietal amb 3 talles policromades" (núm.18), la "Vitrina parietal amb 5 espases, un punyal i una ballesta d'acer, fusta i llautó" (núm.19), l'"Àngel de la Catedral" (núm.20) i el "Tapís de l'església de Sant Feliu" (núm.31) de la sala 2, la "Làpida commemorativa del final de la guerra civil a Girona l'any 1939" (núm.51), els "Quatre Televisors" (núm.53) i el "Cotxe Seat 600 de color blanc" (núm.61) de la sala 3. La diversitat formal d'aquestes UA, fa difícil que puguem establir un determinat patró de conducta al Museu d'Història de la Ciutat .

En el Museu d'Art de Girona, en el 62% de les UA observades, els nens i les nenes visitants han compartit informació, Concretament en el 74% de les UA de la sala 1 els nen o nena objecte d'estudi han compartit informació; en el 67% de les UA de la sala 2 també i, finalment, de les UA de la sala 3 en el 42% els nens i les nenes observats han compartit informació amb algun membre del grup.

A més, les 10 UA on hem registrat que més del 70% dels nens hi ha compartit informacions han estat:La "Taula experimental" (núm.5), el "Cap de Dama" (núm.8), la "Vitrina parietal amb Martirologi" (núm.10), els "Brodats emmarcats" (núm.11), la "Verge sobre peanya" (núm.12) i el "Sepulcre de Jofre Gilabert" (núm.14) de la sala 1, el "Retaule de Pere Mates" (núm.18), la "Sala Punt de descoberta " (núm.25) i el "Retaule de Sant Sebastià" (núm.27) de la sala 2 i la "Pintura a l'oli: paisatge" (núm.29) de la sala 3. A l'igual que ens passa al Museu d'Història de la Ciutat , se'ns fa difícil establir un patró de conducta al Museu d'Art de Girona. No obstant, cal assenyalar que els manipulables propicien que els nens i les nenes intercanviïn informacions en aquest museu.

En el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, en el 54% de les UA observades els nens i les nenes visitants han compartit informació. Per sala, en el 60% de les UA de la sala 1 els nen o nena objecte d'estudi han compartit informació i també en el 52% de les UA de la sala 2, i finalment, de les UA de la sala 3 en el 48% els nens i les nenes observats han compartit informació amb algun membre del grup. No obstant, constatem que les 10 UA on més del 70% dels nens hi ha compartit informació són: El "Plafó dels caçadors neandertals de Can Rubau i dels Ermitons" (núm.10), la "Vitrina parietal del paleolític mitjà" (núm.13) i la "Vitrina parietal del paleolític superior" (núm.17) de la sala 1, el "Plafó de l'arribada dels romans " (núm.56), la "Vitrina exempta amb ara" (núm.61), la "Vitrina parietal de la llengua i l'escriptura" (núm.63) i la "Vitrina exempta de l'armament" (núm.64) de la sala 2, la "Vitrina parietal del camp a la

taula“ (núm.70), la “Vitrina parietal del món rural: les vil·les“ (núm.75) i la “Vitrina parietal del món de les creences i els rituals: religió, funerari i cristianisme “ (núm.83) de la sala 3. Aquests UA on els nens i nenes observats hi han compartit informació, tipològicament consten de vitrines amb múltiples objectes exposats, la majoria dels quals criden l’atenció per ser de temàtiques relacionades amb la quotidianitat: menjar, escriure, viure en cases... o amb violència o misteri (espases, cranis...).

Finalment, ens resta parlar del Museu d'Història dels Jueus. En el 51% de les UA observades, els nens i les nenes visitants han compartit informació. Per sala ho han fet en el 48% de les UA de la sala 1, en el 52% de les UA de la sala 2, i finalment, de les UA de la sala 3 en el 58% els nens i les nenes observats han compartit informació amb algun membre del grup. Aquest és l’únic museu on la sala on hem registrat més aquesta pauta de comportament, és la sala 3, a diferència de la resta que generalment és la sala 1.

A més, destaquem les 10 UA on més del 70% dels nens observats hi ha compartit informació: La “Maqueta: *El Call de Girona*” “ (núm.11) i la “Caixeta de metacrilat amb informació: El Call “ (núm.15) de la sala 1, la “Caixeta de metacrilat amb informació: La sinagoga “ (núm.18), el “Plafó “La sinagoga, el nucli de la comunitat”(núm.19), la “Vitrina exempta amb Tefel.lins “ (núm.20) i la “Vitrina exempta amb tros de mappà, estoig de Torà, Bíblia hebrea, Tal.lit i Mazor “ (núm.24) de la sala 2, les “Imatges de Fra Vicenç Ferrer i bateig de jueus “ (núm.36), les “Imatges de la Inquisició i el Autos de Fe “ (núm.40), el“Text: “Llistat de conversos de Girona” “ (núm.41) i el “Text: “L’expulsió” “ (núm.42) de la sala 3. Amb aquests UA del Museu d'Història dels Jueus , es fa difícil establir un patró de conducta. El que sí hem observat, però, és que han compartit informació indistintament en textos, en imatges o en vitrines amb objectes.

Recordant els percentatges de nens i nenes observats que comparteixen informació a l’interior dels museus: Museu del Cinema (67%), Museu d'Història de la Ciutat (64%), Museu d’Art de Girona (62%), Museu d’Arqueologia de Catalunya - Girona (54%) i Museu d'Història dels Jueus (51%), i observant com el Museu del Cinema és el que registra més intercanvis d’informació, podem afirmar que els 5 museus analitzats, registren un percentatge elevat en quant aquesta pauta de comportament. És a dir, més de la meitat dels nens i les nenes entre 5 i 12 anys que visiten els cinc museus de la ciutat de Girona, comparteixen informació. I a més, si entrem a detallar les sales, observem com a la primera i a la segona sala dels museus és on es duen a terme aquestes pautes de forma generalitzada, exceptuant el Museu d'Història dels Jueus , on la tercera sala és on hi ha hagut més intercanvi de coneixements. A més, cal puntualitzar un darrer aspecte. No hem observat diferències significatives pel que fa al comportament de

compartir informació, en funció de si són nens o nenes. Aquesta característica també es dona pel que fa a les forquilles d'edat (5 a 8 i 9 a 12). Els valors es mouen entre el 51% i el 49% tant per sexe com per edat. A més, no existeix un patró massa clar pel que fa a la tipologia d'UA. El que si podem constatar però, és que es comparteix informació bàsicament en els interactius i en aquelles UA on hi apareixen fotografies, imatges o objectes que d'una forma o altra, són propers al nen o nena.

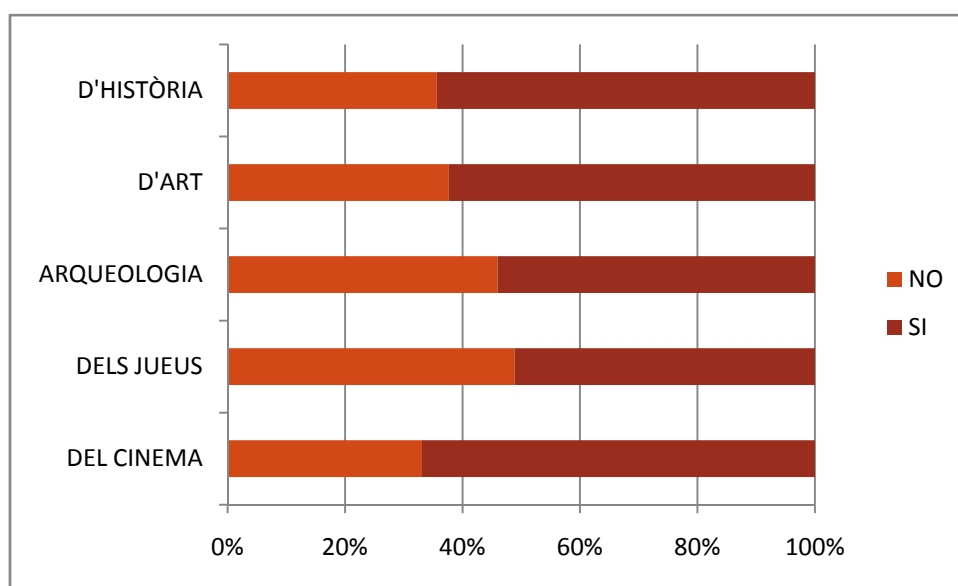


Figura 407. Percentatge d'UA per museu on s'ha compartit informació.

#### 6.2.2.2.8. Unitats d'Atenció on el nen o la nena explica

Dins la interacció social, cal diferenciar entre el comportament produït per una pregunta de l'adult acompanyant o pel nen objecte d'estudi. Per aquest motiu hem analitzat en quines UA dels museus, els nen o nena objecte d'estudis prenen la iniciativa de l'observació, sense esperar una pregunta dels acompanyants. És a dir, sense que ningú els hi demani es posen a comentar allò que estan observant.

En el 13% de les UA analitzades als cinc museus de la ciutat de Girona el nen o nena visitant i objecte d'estudi explica informació a algun dels acompanyants de la visita. En el museu on s'ha pogut comprovar més repeticions d'aquest comportament, és al Museu del Cinema (en el 16% de les UA estudiades els nen o nena objecte d'estudi han explicat), seguit del Museu

d'Arqueologia de Catalunya - Girona (13%), i ja per sota de la mitjana, del Museu d'Art de Girona (11%), el Museu d'Història de la Ciutat (8%) i finalment el Museu d'Història dels Jueus (6%).

Al Museu del Cinema, on en el 16% de les UA els nens i les nenes han explicat quelcom sobre allò que observen, les pautes d'aquest comportament s'han repetit de forma desigual a les tres sales del museu. Per una banda hi ha la sala 1 i la sala 2, amb el 17% a cadascuna de les UA analitzades i la sala 3 amb el 15%. No obstant, hem pogut constatar que només en el 5% de les UA del museu entre el 50% i el 69% dels nens ha explicat quelcom a algun dels acompanyants, i tan sols en el 3% de les UA ho han fet més del 70%. Pel que fa al comportament d'explicar, al moure'ns amb valors més baixos que els comportaments anteriors, destaquem només les 5 UA del museu on més del 50% dels nens observats, ha explicat el que veu. Aquestes són: el "Cartell espectacle de pre-cinema" (núm.12) i la "Pantalla per a la pràctica de l'ombromania" (núm.65) de la sala 1, el "Televisor amb imatges del praxinoscopi de projecció" (núm.64) de la sala 2 i la "Vitrina parietal amb bandes de cine NIC" (núm.51) i en "Mickey Mouse i Mowgli" (núm.59) de la sala 3.

Cal nomenar també, el comportament registrat a la UA de la sala 3 (núm.68), que alguns dies estava oberta al públic i alguns altres tancada. Els dies que va estar oberta, el 100% dels nens que visitaven la sala 3 hi van entrar, dels quals un cop dins el 16% dels nens i les nenes analitzats, explicaven el que han après a algun dels membres de la família.

En el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, en el 13% de les UA els nens i les nenes han explicat quelcom sobre allò que observen, les pautes d'aquest comportament s'han repetit de forma desigual a les tres sales del museu: la sala 1 amb el 12% de les UA analitzades, la sala 2 amb el 18% i la sala 3 amb el 9%. No obstant, només en el 9% de les UA del museu, entre el 50% i el 69% dels nens ha explicat quelcom, i encara menys, en el 2%, més del 70% dels nens ho ha fet. Amb això, destaquem que les 5 UA del museu on més del 50% dels nens observats ha explicat el que veu són: El "Plafó de l'arribada dels romans" (núm.56) de la sala 2, el "Plafó de benvinguda" (núm.2) de la sala 1, el "Plafó de l'artesanat i la vida quotidiana" (núm.55) de la sala 2, la "Vitrina parietal dels tallers ceràmics" (núm.68) de la sala 2 i la "Vitrina parietal del món de les creences i els rituals: religiós, funerari i cristianisme" (núm.83) de la sala 3.

En el Museu d'Art de Girona, on en l'11% de les UA els nens i les nenes han explicat quelcom sobre allò que observen, les pautes d'aquest comportament s'han repetit de forma desigual a les tres sales del museu. Per una banda hi ha la sala 1 amb el 9% de les UA analitzades, la sala 2

amb el 16% i la sala 3 amb el 11%. No obstant, només en el 2% de les UA del museu, entre el 50% i el 69% dels nens ha explicat quelcom, i en cap UA, ho han fet més del 70%. Les 5 UA del museu on més del 50% dels nens/es observats ha explicat el que veu són: El “Grup de dues escultures gòtiques sobre peanyes” (núm.4) i la “Taula experimental” (núm.5) de la sala 1, la “Pintura a l’oli: La sega” (núm.30), el “Grup de dues pintures a l’oli de Jaume Pons Martí” (núm.36) i la “Xilografia” (núm.47) de la sala 3.

Pel que fa al Museu d'Història de la Ciutat, en el 8% de les UA els nens i les nenes han explicat quelcom. Aquesta pauta de comportament s’han repetit de manera similar a les tres sales del museu: sala 1 (8% de les UA), la sala 2 (7%) i sala 3 (9%). No obstant, en només el 4% de les UA del museu, entre el 50% i el 69% dels nens ha explicat quelcom, i encara menys en el 3%, més del 70%. Les 5 UA del museu on més del 50% dels nens observats ha explicat el que veu són: “Primer àmbit de l’estructura de ferro amb textos i imatges lluminoses: “La vida a la ciutat” (núm.21) de la sala 2, la “Làpida commemorativa del final de la guerra civil a Girona l’any 1939” (núm.51), la “Fotografia de l’agència EFE i d’autor desconegut” (núm.50) i l’“Àmbit anomenat: “El nuevo estado franquista” (núm.52) de la sala 3 i la “Maqueta” (núm.70) de la sala 1.

Finalment, hi ha el Museu d'Història dels Jueus. En aquest museu, en el 6% de les UA els nens i les nenes han explicat quelcom sobre allò que observaven, les pautes d’aquest comportament s’han repetit de forma desigual a les tres sales del museu. Per una banda hi ha la sala 1 amb el 10% de les UA analitzades, la sala 2 amb el 2% i la sala 3 amb el 3%.

Al Museu d'Història dels Jueus , hem pogut constatar que en el 2% de les UA del museu, entre el 50% i el 69% dels nens ha explicat quelcom a algun dels acompanyants, i en cap UA, ho han fet més del 70%. Les 5 UA del museu on més del 50% dels nens observats ha explicat el que veu són: La “Vitrina exempta amb làmpada votiva” (núm.9), la “Maqueta: “El Call de Girona”(núm.11), la “Caixeta de metacrilat amb informació: El Call” (núm.15), el “Plafó: “La Catalunya Jueva” (núm.16) de la sala 1 i les “Imatges de la Inquisició i el Autos de Fe “ (núm.40) de la sala 3.

A mode de conclusió, podem afirmar que els nens i les nenes observats, no interaccionen gaire amb els membres acompanyants, essent els mateixos nen o nena objecte d’estudis els que expliquen el que veuen. Això ho demostra el 13% de casos registrats en el global dels cinc museus. No obstant, és interessant assenyalar aquest comportament, en funció de la sala del museu. Per això, sabem que a les sales intermitges del recorregut del museu, és on els nens i

les nenes observats expliquen el que saben en relació a la UA observada. És a dir, el 60% de les sales dels museus on més hem registrat aquest comportament ha estat la sala 2, i en segon lloc i en el mateix nivell, les sales 1 i 3 dels museus (20% cadascuna). A més, cal destacar que no existeix relació entre la forma d'exposar, la temàtica del museu i si el nen o la nena explica el que veu. Això ho posa de manifest la varietat de percentatges que es registren en cada sala de cada museu. No existeix una pauta de comportament massa definida en aquest sentit, tot i que ens fa pensar que hi pot tenir a veure algun element difícil de conèixer pel plantejament d'aquest estudi, és a dir, els coneixements previs del nen. A més, no existeix un patró pel que fa a la tipologia d'UA. És a dir, el nen o nena objecte d'estudi explica a algun membre acompanyant tant davant de plafons amb text, de vitrines amb objectes com davant de maquetes i manipulables.

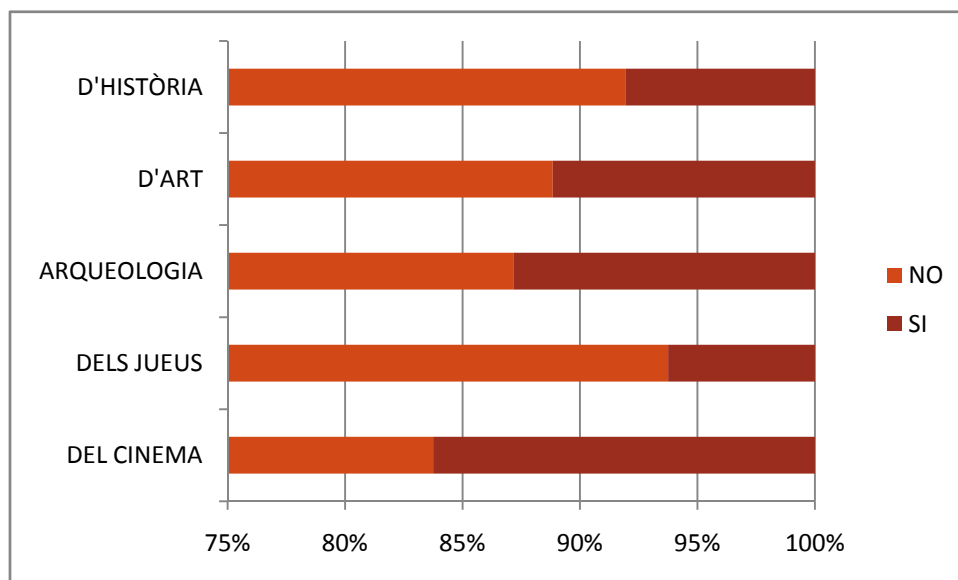


Figura 408. Percentatge d'UA on el nen/a explica a algú, per museu.

#### 6.2.2.2.9. Unitats d'Atenció on l'adult explica al nen o la nena

Tal i com hem vist en els apartats anteriors, la interacció social amb el material, és una conducta clau si volem conèixer les pautes de comportament dels nens i les nenes entre 5 i 12

anys. Per aquest motiu ens cal saber també, a quines UA l'adult acompanyant, sense que el nen o nena objecte d'estudi li demani, li explica el que estan veient<sup>134</sup>.

Mitjançant les observacions no participants a l'interior dels cinc museus, sabem que en el 17% de les UA analitzades l'adult acompanyant explica informació al nen o la nena objecte d'estudi.

En el Museu on els nen o nena objecte d'estudis de l'estudi han repetit més aquesta pauta de comportament, ha estat el Museu d'Art de Girona on un 18% dels seus adults visitants han explicat quelcom al nen. En segon lloc hi ha el Museu d'Història de la Ciutat i el Museu del Cinema amb un 17% cadascun, i en darrer lloc el Museu d'Història dels Jueus i el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona amb un 16% també cadascun. En tot cas, sempre vorejant la mitjana.

Començant pel Museu d'Art de Girona, observem com en aquest museu el 18% de les UA observades, els adults s'han adreçat al nen o nena objecte d'estudi. Si l'anàlisi el realitzem sala per sala del museu, podem constatar com en el 32% de les UA de la sala 1 s'ha repetit aquest comportament, a la sala 2 el 12%, i finalment, a la sala 3, el comportament analitzat s'ha registrat en el 3% de les UA. No obstant, només en el 6% de les UA del museu, entre el 50% i el 69% dels adults s'ha adreçat al nen, i només en el 2% de les UA, més del 70%. Destaquem a continuació les 5 UA on més del 50% dels nens observats han manifestat aquest comportament: el "Calvari de l'hospital de clergues de Girona" (núm.13), el "Cap de Dama" (núm.8), la "Verge sobre peanya" (núm.12), la "Taula experimental" (núm.5) i el "Sepulcre de Jofre Gilabert" (núm.14), totes elles de la sala 1 del museu.

En el Museu d'Història de la Ciutat, en el 17% de les UA observades, els adults han explicat quelcom als nens i nenes objecte d'estudi. Si l'anàlisi el realitzem sala per sala del museu, podem constatar com aquest comportament s'ha repetit en el 12% de les UA de la sala 1, en el 29% de la sala 2 i en el 12% de la sala 3. No obstant, només en el 10% de les UA del museu, entre el 50% i el 69% dels adults s'ha adreçat al nen, i en el 9% de les UA, ho han fet més del 70%. Així doncs, les 5 UA del Museu d'Història de la Ciutat on més vegades hem registrat aquest comportament (més del 50%) són: El "Cartell introductor de la sala " (núm.12), la "Vitrina parietal amb 5 espases, un punyal i una ballesta d'acer, fusta i llautó " (núm.19), "Primer àmbit de l'estructura de ferro amb textos i imatges lluminoses: "La vida a la ciutat"

---

<sup>134</sup> En aquest cas, hem tingut en compte només aquells seguiments on el *nen o nena objecte d'estudi* feia la visita acompanyat d'un adult.

(núm.21) i el "plafó amb text del Tarlà" (núm.67) de la sala 2, i les "Quatre plaques de carrer" (núm.59) de la sala 3.

A l'igual que al Museu d'Història de la Ciutat, al Museu del Cinema en el 17% de les UA observades hem registrat aquesta pauta de comportament. Fent l'anàlisi sala per sala del museu, podem constatar com en el 13% de les UA de la sala 1 s'ha repetit aquest comportament, en el 23% de la sala 2 i en l'11% de la sala 3. No obstant, només en el 5% de les UA del museu, entre el 50% i el 69% dels adults s'ha adreçat al nen/a observat, i en cap UA ho han fet més del 70%. Destaquem quines han estat les 5 UA del Museu del Cinema on més vegades hem registrat aquest comportament (50%): el "Plafó de les ombres sedicioses" (núm.17) de la sala 1, la Vitrina parietal: "les altres marques" (núm.44) de la sala 3, el "Text sobre l'efecte *phi*" (núm.63) i la "Taula de fusta amb manipulables" (núm.21) de la sala 2 i la "Vitrina parietal: "Teatrets d'ombres" (núm.8) de la sala 1.

Finalment al Museu d'Història dels Jueus i al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, els percentatges són molt similars. Per una banda, en el Museu d'Història dels Jueus observem com en el 16% de les UA els adults s'han adreçat als nens i nenes objecte d'estudi, però si l'anàlisi el realitzem sala per sala del museu, constatem aquesta pauta en el 16% de les UA de la sala 1, en el 15% de la sala 2 i en el 18% de la sala 3. No obstant, només en el 13% de les UA del museu, entre el 50% i el 69% dels adults s'ha adreçat al nen, i en el 4%, més del 70%. Així doncs, sabem que les 5 UA del Museu d'Història dels Jueus on més del 50% dels nens observats han manifestat aquest comportament són: el "Plafó "Xabbat" " (núm.3), el "Plafó *El cicle de la vida*" (núm.5), el "Plafó *Les aljames*" (núm.2), el "Plafó "Les lleis de l'alimentació" (núm.6) de la sala 1 i el "Text: "La violència" (núm.35) de la sala 3.

Al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona en el 16% de les UA observades els adults han explicat quelcom al nen o nena objecte d'estudi. Si a més, realitzem l'anàlisi sala per sala del museu, constatem com aquest comportament es detecta en el 25% de les UA de la sala 1, en el 5% de la sala 2 i en el 14% de la sala 3. Una diferència substancial entre sales. No obstant, només en el 4% de les UA entre el 50% i el 69% dels adults ha explicat quelcom, i només en el 2% més del 70%. Les 5 UA on més del 50% dels nens observats han manifestat aquest comportament són: el "Plafó de benvinguda" (núm.2), la Vitrina parietal del paleolític superior" (núm.17), la "Vitrina parietal del paleolític inferior" (núm.7) i la "Vitrina parietal del paleolític mitjà" (núm.13) de la sala 1 i la "Vitrina exempta de l'artesanat" (núm.65) de la sala 2.



A mode de resum, i com hem pogut observar a mesura que anàvem analitzant els resultats, no hi ha gaire interacció entre l'adult acompanyant i el nen objecte d'estudi quan l'adult explica el que sap al nen o nena. A més, no existeixen quasi diferències entre museus pel que fa al comportament de l'adult que explica. En canvi, sí que existeixen diferències pel que fa a la sala. El 40% de les vegades que hem registrat aquest comportament davant una UA, ha estat a les sales 1 i a les sales 2 respectivament. En canvi, tan sols el 20% correspon a les sales 3 dels museus. A més, no existeix un patró pel que fa a la tipologia d'UA. És a dir, l'adult acompanyant explica al nen o nena objecte d'estudi tant davant de plafons amb text, de vitrines amb objectes com de manipulables. No obstant, hem observat que els plafons amb textos són el tipus d'UA on més s'ha repetit aquest comportament.

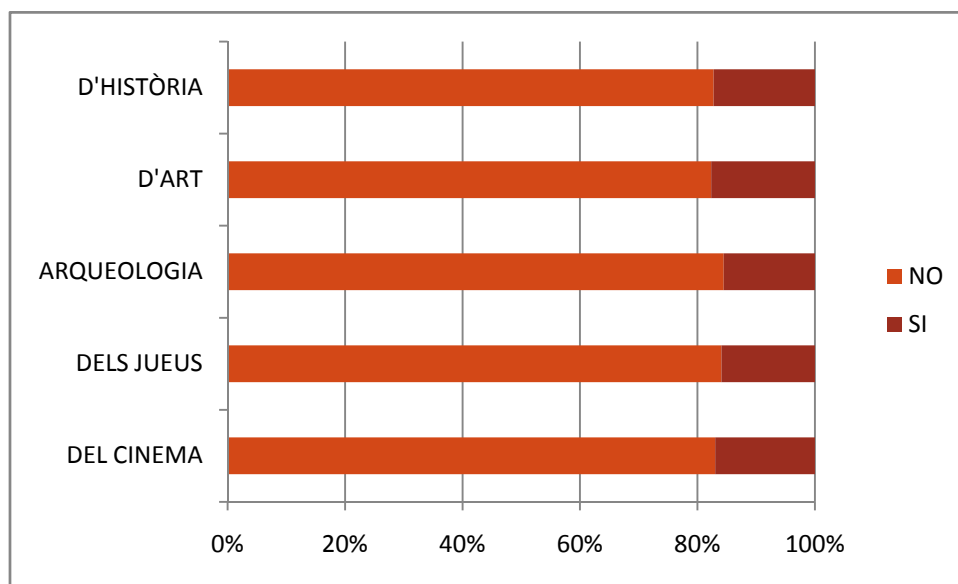


Figura 409. Percentatge d'UA per museu on un adult explica al nen o nena objecte d'estudi, per museu.

#### 6.2.2.2.10. Unitats d'Atenció on un nen acompanyant explica al nen o la nena

Les famílies que visiten els museus solen estar formades per adults i també per diversos nens o nenes. Per aquest motiu és important saber en quines UA els nens i les nenes acompanyants (amb edats compreses entre 1 i 15 anys), expliquen quelcom referent a les UA que juntament observen. Després d'analitzar les dades obtingudes dels seguiments<sup>135</sup> als cinc museus de la

<sup>135</sup> En aquest cas, hem tingut en compte només aquells seguiments on el *nen o nena objecte d'estudi* feia la visita acompanyat d'un nen o nena.

ciutat, sabem que només en el 5% de les UA analitzades un nen o nena del grup familiar, explica quelcom al nen o nena objecte d'estudi.

Observant les dades recollides museu per museu, comprovem que el Museu del Cinema és el que més propicia aquesta pauta de comportament (en el 7% de les UA un nen explica quelcom al nen o nena objecte d'estudi). Amb un 5% de les UA hi ha el Museu d'Història dels Jueus i també el Museu d'Història i amb un 3% el Museu d'Art de Girona. El Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona és l'únic museu en el que cap nen acompanyant ha explicat quelcom al nen o nena objecte d'estudi.

El Museu del Cinema és el que ha registrat més pautes d'aquest comportament, només en el 3% de les seves UA més del 50% dels nens acompanyants han explicat quelcom al nen observat. Les sales on més s'ha dut a terme ha estat la sala 1 amb un 9%, la 2 amb un 8% i finalment la sala 3 amb un 2%. Les UA més destacades pel que fa al comportament detallat són: la "Vitrina parietal amb cintes de zoòtrop i discs de fenaquistoscopi" (núm.28), la "Vitrina parietal: *el praxinoscopi teatre*" (núm.35) de la sala 2, la "Vitrina parietal amb bandes de cine NIC" (núm.51) de la sala 3, el "Manual d'instruccions d'ús per a l'ombromania" (núm.13) de la sala 1, i la "Vitrina parietal: *els altres praxinoscopis*" (núm. 36) de la sala 2.

529

---

El Museu d'Història dels Jueus, amb un 5% d'UA un nen o una nena acompanyant ha explicat quelcom al nen objecte de seguiment. Un xic inferior és el percentatge d'UA en les quals més del 50% de nens acompanyants han explicat quelcom al nen o nena objecte d'estudi (4%) A diferència del Museu del Cinema, la sala 3 és la sala que ha registrat més repeticions d'aquest comportament (6% de les UA), després la sala 1 (5%) i finalment la sala 2 amb un 3%.

Les UA més destacades són: la "Caixeta de metacrilat amb informació: La vida comunitària i el Call" (núm.12), els "Maniquins" (núm.14), la "Vitrina exempta amb tros de mappà, estoig de Torà, Bíblia hebrea, Tal.lit i Mazor" (núm.24) de la sala 2 i l'"Audiovisual: *The Disputation*". UK, 1986" (núm.30) i les "Imatges de Fra Vicenç Ferrer i bateig de jueus" (núm.36) de la sala 3.

El Museu d'Història de la Ciutat ha registrat el mateix percentatge que el Museu d'Història dels Jueus (5%) però només el 3% de les UA han estat explicades per nens acompanyants en més del 50% dels seguiments. Per altra banda, les sales on més s'ha dut a terme aquest comportament ha estat la sala 3 amb un 9%, la 1 amb un 5% i finalment la sala 2, on no s'ha registrat cap pauta d'aquest comportament. Les UA més destacades són: "Plafó parietal amb textos i dibuixos" (núm.5) de la sala 1, "El Tarlà del carrer Argenteria" (núm.33) de la sala 2 i

l'Àmbit anomenat: *La guerra vista pels nens*" (núm.37) i l'Àmbit anomenat: *El front s'aproxima*" (núm. 40) de la sala 3.

Finalment, ens resta el Museu d'Art de Girona que registra un 3% d'UA on s'han dut a terme les pautes ja assenyalades. A diferència de tots els museus citats, el Museu d'Art de Girona és l'únic on la sala 2, la sala intermitja del recorregut, ha registrat més repeticions d'aquest comportament (5%), després la sala 3 (3%) i finalment la sala 1 amb un 2%. Malgrat que no arriben a aquest 50% les UA més destacades són: el "Calvari del Mestre Bartomeu" (núm.7) de la sala 1, el "Retaule de Pere Mates" (núm.18) i la "Pietat de Pere Mates" (núm.23) de la sala 2, la "Pintura a l'oli: paisatge" (núm.29) i l' "Escultura de fang: Girona" (núm.45) de la sala 3.

En aquest anàlisi detallat per museu, hem obviat el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona perquè no hem registrat cap pauta d'aquest comportament. Però el que és interessant de destacar, és que en el global dels cinc museus, encara que hi ha poques interaccions, cal assenyalar que n'hi ha més amb els adults que amb els nens: en el 5% de les UA analitzades un nen o nena del grup familiar, explica quelcom al nen o nena objecte d'estudi i en el 17% és l'adult qui ho explica.

Un altre aspecte interessant de conèixer és el percentatge de repeticions segons sala del museu. És a dir, per primera vegada, la sala 3 del museu (aquella que es troba al final del recorregut) és la que registre el nombre més alt de casos on els nens i les nenes acompanyants expliquen al nen o nena objecte d'estudi (50%). Les altres dues sales, amb un 25% cadascuna registren la diferència. A més, podem observar el que semblaria un patró pel que fa a la tipologia d'UA. És a dir, majoritàriament el nen acompanyant explica al nen o nena objecte d'estudi davant de plafons amb text i de vitrines. A diferència dels altres, destaca la manca de manipulables en aquest comportament.

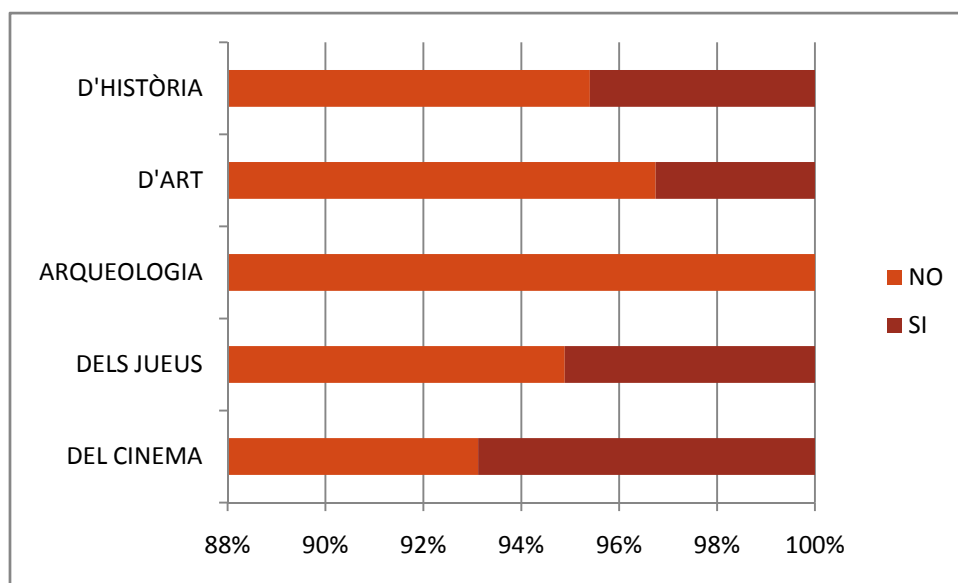


Figura 410. Percentatge d'UA on el nen/a acompanyant, explica al nen o nena objecte d'estudi, per museu.

#### 6.2.2.2.11. Unitats d'Atenció on el nen o la nena pregunta a un acompanyant del sexe femení

531

Tal i com hem vist en els apartats anteriors, la interacció social i les relacions que s'estableixen amb els diferents membres del grup, és una conducta clau si volem conèixer les pautes de comportament dels nens i les nenes entre 5 i 12 anys. Per aquest motiu ens cal saber també, a quines UA el nen o nena objecte d'estudi pregunta sobre el que veuen a un membre femení, ja sigui nen o adult.

Mitjançant les observacions no participants a l'interior dels cinc museus, sabem que en el 6% de les UA analitzades el nen/a visitant ha preguntat els seus dubtes a un acompanyant femení<sup>136</sup>.

En el Museu on els nen o nena objecte d'estudis de l'estudi han repetit menys aquesta pauta de comportament, ha estat el Museu d'Història dels Jueus on un 4% dels seus nens, ha preguntat a un membre femení del grup. En canvi, els museus on més hem vist repetida aquesta conducta és al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona i al Museu d'Art de Girona

<sup>136</sup> En aquest cas, hem tingut en compte només aquells seguiments on el nen o nena objecte d'estudi feia la visita acompanyat tant d'un acompanyant del sexe masculí, com d'un del sexe femení.

amb un 10% cadascú. Altres valors detectats són el 9% del Museu d'Història de la Ciutat i el 5% del Museu del Cinema.

Al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, el comportament ja detallat es registra en el 10% de les UA observades. A mode de detall, confirmem que a la sala 1 es registra el 12%, a la sala 2 el 7% i a la sala 3 el 9%. No hem observat cap UA del museu, on més del 50% dels nens preguntés a un individu del sexe femení. Malgrat que cap UA arriba al 50% les 5 UA on més vegades hem registrat aquest comportament són: "Vitrina parietal del paleolític mitjà" (núm.13) i "Vitrina parietal del paleolític superior" (núm.17) de la sala 1, "Vitrina exempta amb ara" (núm.61), "Vitrina parietal del camp a la taula" (núm.70) de la sala 2 i "Vitrina exempta de la societat romana: vida social i vida domèstica" (núm.76) de la sala 3.

L'altre museu a estudiar i amb valors iguals a l'anterior, és el Museu d'Art de Girona. En aquest museu, en el 10% de les UA observades, el nen o nena objecte d'estudi ha preguntat a una dona o una nena. Si l'anàlisi el realitzem sala per sala del museu, podem constatar com a la sala 1 i 2 del museu s'ha repetit el comportament en el 12% de les UA. En canvi, a la sala 3, la meitat dels casos: el 6%. Tanmateix, només en el 4% de les UA del museu, més del 50% dels nens han presentat aquesta conducta. Al moure'ns amb valors molt baixos, hem pres com a referència aquelles cinc UA on més del 30% dels nens observats han manifestat aquest comportament són: "Retaule de Sant Pere" (núm.21), "Tapís Flamenc. Coronació d'un príncep" (núm.24) i "Retaule de Sant Sebastià" (núm.27) de la sala 2, "Pintura a l'oli: El combregar a muntanya" (núm.33) i "Pintura a l'oli: vigília de Corpus" (núm.49) de la sala 3.

Al Museu d'Història de la Ciutat (9% de les UA), sabem que en el 12% de les UA de la sala 1, i en el 14% de les UA de la sala 2 s'ha repetit aquest comportament, però a la sala 3 el nombre de casos varia considerablement: només el 3%. No obstant, només en el 4% de les UA del museu, més del 50% dels nen o nena objecte d'estudi ha preguntat a un acompanyant del sexe femení. Al moure'ns amb valors molt baixos, hem pres com a referència aquelles quatre UA on més del 30% dels nens observats han manifestat aquest comportament al Museu d'Història: "Dues Vitrines exemptes amb 21 peces varies del segle I ac" (núm.9) de la sala 1, "Vitrina parietal amb 5 espases, un punyal i una ballesta d'acer, fusta i llautó" (núm.19) de la sala 2, "El Tarlà del carrer Argenteria" (núm.33) i "plafó amb text del tarlà" (núm.67) de la sala 3.

Al Museu del Cinema, en el 5% de les UA observades els nens han preguntat a un individu acompanyant del sexe femení. Amb un anàlisi fet sala per sala del museu, observem que aquest comportament es dona en el 5% de les UA de la sala 1 i en el 5% de les UA de la sala 2,

en canvi, a la sala 3 només ho hem detectat en el 3% de les seves UA. En aquest museu, només en el 2% de les UA més del 50% dels nen o nena objecte d'estudi ha preguntat a un acompanyant del sexe femení. Al moure'ns amb valors molt baixos, hem pres com a referència aquelles UA on més del 30% dels nens observats han manifestat aquest comportament: "Cartell espectacle de pre-cinema" (núm.10) i "Vitrina parietal: *Teatrets d'ombres*" (núm.8) de la sala 1, "Taula de fusta amb manipulables" (núm.21) de la sala 2, "Vitrina parietal amb bandes de cine NIC" (núm.49) i "Vitrina parietal: *La simplicitat del Cine NIC*" (núm.57) de la sala 3.

Finalment, al Museu d'Història dels Jueus, aquest comportament es registra en el 4% de les UA. Realitzant l'anàlisi sala per sala del museu, veiem com el comportament es repeteix en el 3% de les UA de la sala 1, en el 4% de la sala 2, i en el 65 de la sala 3. Tanmateix, només en el 2% de les UA del museu, més del 50% dels nens ha preguntat al sexe femení. Al moure'ns amb valors molt baixos, hem pres com a referència aquelles cinc UA on més del 30% dels nens observats han manifestat aquest comportament al Museu d'Història dels Jueus: "Plafó "el bany ritual: el Micvé" (núm.1) de la sala 1, "Vitrina exempta amb Tefel.lins" (núm.20), "Escenografia i reproducció de la porta d'entrada de la sinagoga de Girona del segle XIV" ( núm.21) de la sala 2, "Imatges de la Inquisició i el Autos de Fe" (núm.40) i "Text i núvols"(núm.47) de la sala 3.

A mode de conclusió podem afirmar que la tendència general és que els nens i les nenes no pregunten al sexe femení. Tot i això, i tal i com hem pogut observar a mesura que anàvem analitzant els resultats, existeix una diferència clara entre els cinc museus. Per una banda, hi ha el Museu del Cinema i el Museu d'Història dels Jueus que registren valors molt baixos, i per l'altre, i quasi doblant els percentatges, hi ha els altres tres museus. És a dir, la interacció amb l'acompanyant femení és més alta en el museu d'Història, d'Art o d'Arqueologia. En canvi, pel que fa a les sales, quasi no existeix diferències entre les dues primeres. El 40% de les vegades que hem registrat aquest comportament davant una UA, ha estat a les sales 1 i a les sales 2 respectivament, i tan sols el 20% correspon a les sales 3 dels museus. A més, no existeix un patró pel que fa a la tipologia d'UA. És a dir, un nen o nena objecte d'estudi pregunta a un membre femení tant davant de plafons amb text, de vitrines amb objectes com de manipulables.

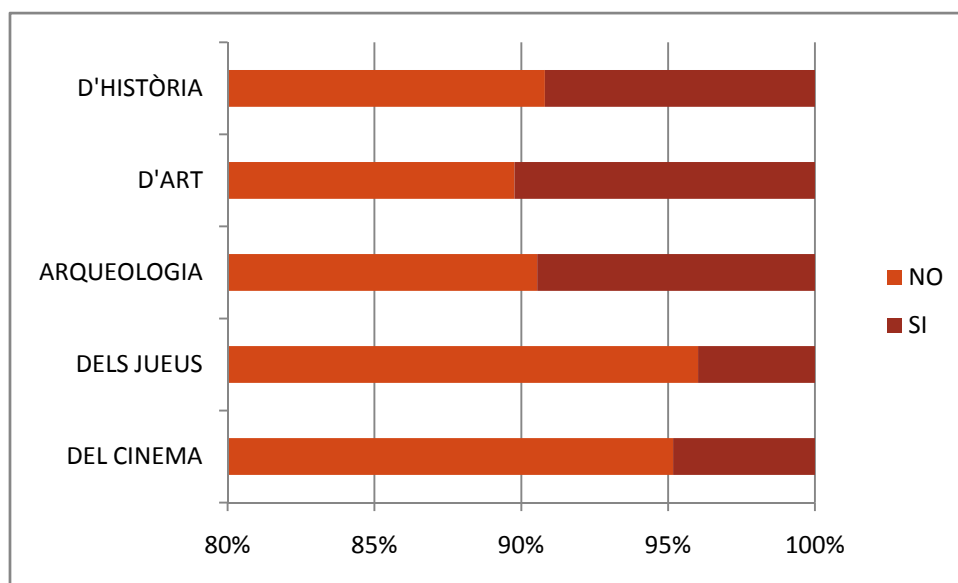


Figura 411. Percentatge d'UA on el nen/a observat, pregunta a una acompanyant del sexe femení, per museu.

#### 6.2.2.2.12. Unitats d'Atenció on el nen o la nena pregunta a un acompanyant del sexe masculí

Si en l'apartat anterior parlàvem de l'acompanyant femení, en aquest ho hem de fer de l'acompanyant masculí. Per aquest motiu procedim a detallar museu per museu, a quines UA el nen o nena objecte d'estudi pregunta sobre el que veu a un membre masculí, ja sigui nen o adult<sup>137</sup>.

Mitjançant les observacions no participants a l'interior dels cinc museus, sabem que en el 5% de les UA analitzades el nen/a visitant ha preguntat els seus dubtes a un acompanyant masculí.

En el Museu on els nen o nena objecte d'estudis de l'estudi han repetit més aquesta pauta de comportament, ha estat el Museu d'Art de Girona on un 10% dels seus nens/es observats ha preguntat a un membre masculí del grup, duplicant d'aquesta manera la mitjana del conjunt de museus. En canvi, el museu on menys hem vist repetida aquesta conducta és al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, on s'ha registrat només un 1%, molt per sota de la mitjana del conjunt dels museus. En la resta de museus, els seus valors són molt similars entre

<sup>137</sup> En aquest cas, hem tingut en compte només aquells seguiments on el nen o nena objecte d'estudi feia la visita acompanyat tant d'un acompanyant del sexe masculí, com d'un del sexe femení.

ells i a la mitjana: 5% al Museu del Cinema, 5% al Museu d'Història dels Jueus i 6% al Museu d'Història de la Ciutat .

En el 10% de les UA observades del Museu d'Art de Girona el nen o nena objecte d'estudi ha preguntat a un membre masculí acompanyant. Si l'anàlisi el realitzem sala per sala del museu, constatem que a la sala 1 del museu s'ha repetit el comportament en el 14% de les UA, a la sala 2, en el 10%, però en canvi, a la sala 3 tan sols en el 3%. No obstant, només en el 6% de les UA del museu més del 50% dels nens han presentat aquesta conducta. Al moure'ns amb valors molt baixos, hem pres com a referència aquelles tres UA on més del 30% dels nens observats han manifestat aquest comportament: "Verge sobre peanya"(núm.15) de la sala 1, "Moble amb carpetes "(núm.22) i "Ecce Homo "(núm.26) de la sala 2.

Pel que fa al Museu d'Història de la Ciutat (6% de les UA), podem constatar com en el 8% de les UA de la sala 1, en el 4% de les UA de la sala 2, i en el 6% de la sala 3 s'ha repetit aquest comportament. Tanmateix, només en el 3% de les UA del museu més del 50% dels nen o nena objecte d'estudi ha preguntat a un acompanyant del sexe masculí. Al moure'ns amb valors molt baixos, hem pres com a referència aquelles tres UA on més del 30% dels nens observats han manifestat aquest comportament: "vitrina parietal amb còpia en llautó del Vas d'Apol·linar "(núm.8) de la sala 1, "Oli sobre tela "Maria Amàlia de Saxònia"i oli sobre tela "Carles III en marcs daurats" (núm.16) de la sala 2 i "Àmbit anomenat: *Entre el lleure i la politització de la vida quotidiana*" (núm.38) de la sala 3.

Amb xifres molt similars a les del Museu d'Història dels Jueus, hi ha el Museu del Cinema. En el 5% de les UA observades els nens han preguntat a un individu acompanyant del sexe masculí. La pauta de comportament suara citada ha estat repetida en el 10% de les UA de la sala 1 i en el 2% de les UA de la sala 2 i de la sala 3. Al Museu del Cinema, cap de les seves UA han estat objecte de pregunta a home o nen acompanyant per més del 50% dels nen o nena objecte d'estudi. Malgrat això, les tres UA on més del 30% dels nens observats han manifestat aquest comportament són: "Vitrina parietal: *Teatrets d'ombres*" (núm.8) i "Vitrina parietal amb ombres sedicioses" (núm.16) de la sala 1, i "Vitrina parietal: *Kodak*" (núm.43) de la sala 3.

Al Museu d'Història dels Jueus, en el 5% de les UA observades, els nens han preguntat a un acompanyant del sexe masculí. Realitzant l'anàlisi sala per sala del museu, sabem que a la sala 1 i a la sala 2 hi ha un 2% respectivament, i un 12% a la sala 3. Tanmateix, només en el 2% de les UA del museu més del 50% dels nens ha preguntat al sexe masculí. Les tres UA del Museu d'Història dels Jueus on més vegades hem registrat aquest comportament són: "Escenografia i



reproducció de la porta d'entrada de la sinagoga de Girona del segle XIV" (núm.21) de la sala 2, "Text: *La violència*" (núm.35) i "Dibuix de l'Èxode" (núm.46) de la sala 3.

Finalment al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona el comportament ja detallat es registra tan sols en l'1% de les UA observades. A mode de detall, confirmem que a la sala 1 i a la sala 3 es registra el 2%, i a la sala 2 el 0%. Com a conseqüència d'aquests valors tant baixos, no hem observat cap UA del museu, on més del 50% dels nens preguntats a un individu del sexe masculí. Al moure'ns amb valors molt baixos, hem pres com a referència aquelles UA on més del 30% dels nens observats han manifestat aquest comportament: "Vitrina parietal del paleolític inferior" (núm.7) de la sala 1 i "Vitrina parietal del món de les creences i els rituals: religions, funerari i cristianisme" (núm.83) de la sala 3.

A mode de conclusió, podem afirmar que els nens i nenes no pregunten específicament al sexe masculí en relació a determinats temes. Però tenint en compte les dades obtingudes referent al sexe femení, observem com els valors són molt similars (5% pel masculí i 6% pel femení), la qual cosa evidencia que aquesta conclusió també la podem aplicar en relació a les demandes al sexe femení. En un altre sentit, existeix una clara diferència entre dos museus: el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona que registra el valor més baix i el Museu d'Art de Girona que registra el valor més alt. Per altra banda, i molt lligat als resultats esmentats, existeix una immensa diferència entre les diverses sales dels museus. El 80% de les vegades que hem registrat aquest comportament, ha estat davant les UA de la sala 1. En canvi, amb valors molt més baixos, trobem que a la sala 3 dels museus es registra el 20% restant, perquè a les sales 2 dels museus, cap nen ha preguntat a algun membre del sexe masculí. A més, no existeix un patró pel que fa a la tipologia d'UA. És a dir, un nen o nena objecte d'estudi pregunta a un membre masculí tant davant de plafons amb text, de vitrines amb objectes com de manipulables.

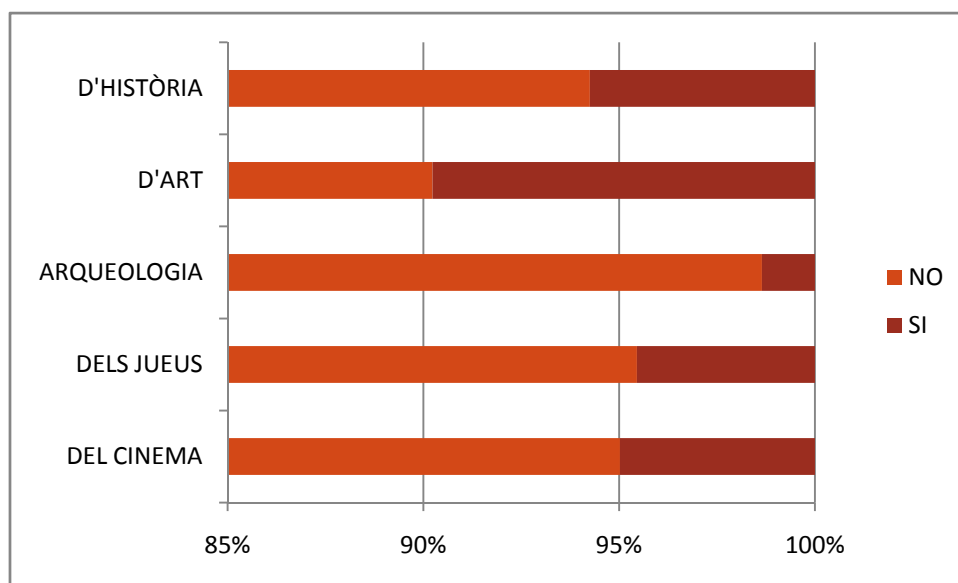


Figura 412. Percentatge d'UA per museu on el nen/a observat, pregunta a un acompanyant del sexe masculí.

#### 6.2.2.2.13. Unitats d'Atenció on el nen o la nena pregunta a un acompanyant, independentment del sexe

D'una manera diferenciada, hem volgut analitzar separatament el comportament de l'individu davant una UA i la seva interacció amb els diferents membres del grup. Per aquest motiu, hem considerat oportú saber en quines UA es compartia informació, i en quines s'aconseguia la informació mitjançant una pregunta directa a una acompanyant. Així doncs, sabent que en l'11% de les UA el nen o la nena pregunta a un acompanyant independentment del sexe i l'edat, procedim a desglossar-ho museu per museu.

El Museu on els nen o nena objecte d'estudis de l'estudi han repetit més aquesta pauta de comportament ha estat el Museu d'Art de Girona, on un 18% dels seus nens visitants han preguntat. En segon lloc hi ha el Museu d'Història de la Ciutat (14%), després el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona (11%), el Museu del Cinema (10%) i en darrer lloc el Museu d'Història dels Jueus (8%).

En el Museu d'Art de Girona, on el 18% de les UA observades els nens i les nenes visitants han preguntat, ho han fet en el 24% de les UA de la sala 1, en el 21% de les UA de la sala 2 i en el 8% de les UA de la sala 3. No obstant, en les UA on hem registrat aquesta conducta, menys del 30% dels nens i les nenes ho han fet. Dins de les UA on hem documentat aquesta conducta les

UA on s'ha produït més són: "Vitrina parietal amb Martirologi"(núm.11), "Sepulcre de Jofre Gilabert" (núm.14) i "Verge sobre peanya "(núm.15) de la sala 1, "Ecce Homo" (núm.26) de la sala 2 i "Pintura a l'oli: vigília de Corpus" (núm.49) de la sala 3.

En aquesta mateixa línia hi ha el Museu d'Història de la Ciutat. En el 14% de les seves UA els nens i les nenes visitants han preguntat. Ho han fet en el 19% de les UA de la sala 1, en el 18% de les UA de la sala 2 i en el 6% de les UA de la sala 3. Tot i així, en les UA on hem registrat aquesta conducta, sempre era menys del 30% dels nens i les nenes els que han preguntat. Les UA més destacades però, són: "vitrina parietal amb còpia en llautó del Vas d'Apol·linar" (núm.8) i "Dues Vitriues exemptes amb 21 peces varies del segle I ac" (núm.9) de la sala 1, "Vitrina parietal amb 5 espases, un punyal i una ballesta d'acer, fusta i llautó" (núm.19) de la sala 2, "Àmbit anomenat: "Entre el lleure i la politització de la vida quotidiana" (núm.38) i "plafó amb text del tarlà" (núm.67) de la sala 3.

Un altre museu és el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona. En aquest cas, en l'11% de les UA observades els nens i les nenes visitants han preguntat. Per sales, han preguntat en el 13% de les UA de la sala 1, en el 7% de les UA de la sala 2 i en l'11% de les UA de la sala 3. En la mateixa línia del Museu d'Història dels Jueus , constatem que en les UA del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona on hem registrat aquesta conducta sempre ha estat menys del 30% dels nens i les nenes els que han preguntat. Finalment, les UA on més s'ha repetit aquest comportament són: "Vitrina parietal del paleolític superior" (núm.17) de la sala 1, "Vitrina parietal del camp a la taula"(núm.70) de la sala 2 i "Vitrina exempta de la societat romana: vida social i vida domèstica" (núm.76) de la sala 3.

Al Museu del Cinema, on en el 10% de les UA observades els nens i les nenes visitants han preguntat, de la sala 1 ho han fet en el 15% de les UA, de la sala 2 en el 8% i finalment, de la sala 3, en el 5%. En aquest mateix museu, només en el 5% de les UA més del 30% dels nens han preguntat. Les UA més significatives pel que fa a aquest comportament han estat: "Vitrina parietal: "Teatrets d'ombres" (núm.8) i "Cartell espectacle de pre-cinema" (núm.10) de la sala 1, i "Vitrina parietal amb bandes de cine NIC "(núm.49) de la sala 3.

Finalment, ens resta parlar del Museu d'Història dels Jueus. En aquest en el 8% de les UA observades els nens i les nenes visitants han preguntat, fent-ho en el 5% de les UA de la sala 1, en el 6% de les UA de la sala 2 i en el 18% de les UA de la sala 3. En les UA on hem registrat aquesta conducta, menys del 30% dels nens i les nenes ho han fet, essent aquestes les UA més

destacades: “Text: “La violència” (núm.35), “Dibuix de l’Èxode” (núm.46) i “Text i núvols” (núm.47), tots de la sala 3.

Recordant així doncs, els resultats obtinguts, observem que a trets generals els nens i les nenes observats que visiten els museus no pregunten als seus acompanyants. Tot i això, en un estudi més detallat per museu i amb els percentatges de nens i nenes que comparteixen informació, amb els percentatges de si pregunten a un acompanyant (ja sigui del sexe masculí o del femení), podem entreveure algunes coincidències interessants: Museu del Cinema (67% comparteix, 10% pregunta), Museu d'Història de la Ciutat (64% comparteix, 14% pregunta), Museu d’Art de Girona (62% comparteix, 18% pregunta), Museu d’Arqueologia de Catalunya - Girona (54% comparteix, 11% pregunta) i Museu d'Història dels Jueus (51% comparteix, 8% pregunta). Així doncs, podem observar com el museu on es registren més intercanvis d’informació, no és el museu on més preguntes es fan, tal i com es demostra amb els resultats obtinguts als cinc museus. A més, si observem les sales amb més detall, apreciem com a la primera sala dels museus, és on es duen a terme de forma continuada aquestes pautes (el 80% de les UA on els nens i les nenes han preguntat, es troben a les sales 1, coincidint amb l’inici de la visita). Curiosament, i en la línia de moltes de les pautes de comportament estudiades, la última sala registra el 20% de les UA, essent la sala 2 dels museus, aquella on cap UA ha propiciat dubtes als nens i nenes observats.

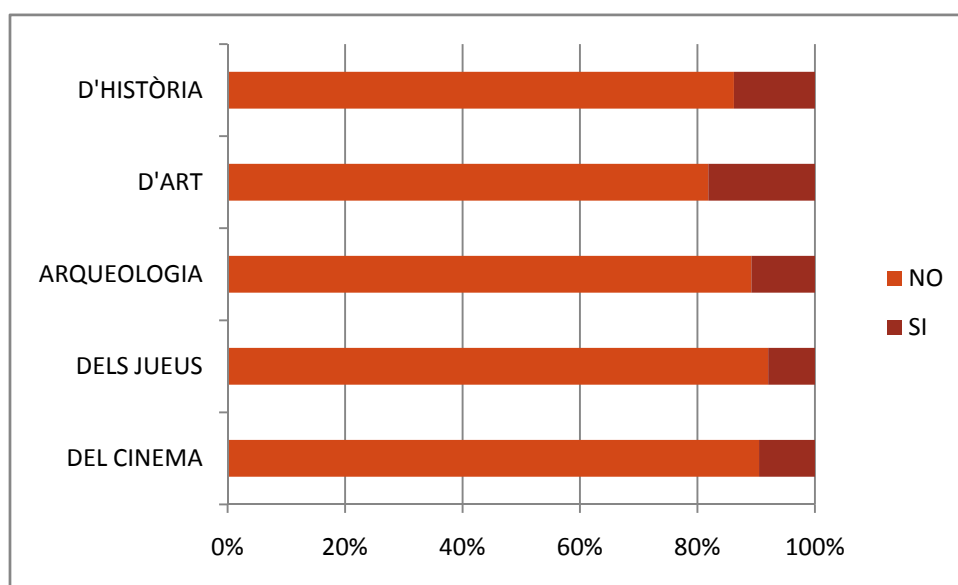


Figura 413. Percentatge d'UA per museu on el nen/a observat, pregunta a un acompanyant independentment de si és del sexe masculí o femení.

#### **6.2.2.2.1.4. Temps que el nen o la nena dedica a les Unitats d'Atenció**

Tot i que el temps que un nen o nena destina a una UA, no és directament proporcional a la capacitat d'aprenentatge, alguns autors com Boisvert i Slez (1995, 504) consideren que a partir dels 5 segons, ja es pot considerar que existeix una certa interacció que pot facilitar-ne el procés. Per aquest motiu, hem cregut convenient analitzar el temps que els nens o nenes destinen a observar les UA dels museus.

Així doncs, les dades recollides al llarg dels seguiments realitzats, ens posen de manifest que la mitjana de temps que dediquen a les UA és de 17 segons (20 segons si incloem la (núm.68) del Museu del Cinema). Tal i com ja hem comentat anteriorment, la UA (núm.68) del Museu del Cinema, no sempre està a l'abast del públic visitant. Els dies que aquesta UA va estar oberta, el 100% dels nens que visitaven la sala 3 hi van entrar, i la mitjana de temps que hi van estar és 141 segons. Òbviament, aquest valor ens fa trontollar moltíssim la mitjana total de les UA dels museus. En el Museu del Cinema mateix, la mitjana de temps que els nens i les nenes destinen a les UA és de 23 segons si hi incloem la núm.68, però baixa als 16 segons si la UA núm.68 no la tenim en consideració. A la sala 1 del museu, la mitjana és de 20 segons, a la sala 2 de 21 segons i a la sala 3 de 6 segons (sense la núm.68; si la incloem, la mitjana és de 29 segons).

540

---

El segon museu on hi estan més estona observant una UA és el Museu d'Art de Girona. La mitjana és de 20 segons, tot i que la mitjana per sala és de 23 segons a la sala 1, 26 segons a la sala 2, i 10 segons a la sala 3.

El Museu d'Història dels Jueus és el tercer museu per ordre de temps màxim destinat a observar una UA. La seva mitjana és de 19 segons: 27 segons a la sala 1, 13 a la sala 2 i 17 segons a la sala 3.

El Museu d'Història de la Ciutat és el que més s'assembla a la mitjana general. Els nens i les nenes tarden 16 segons de mitjana a observar les seves UA. A la sala 1 del museu hi estan 26 segons, a la sala 2, 11 segons i a la sala 3, 12 segons.

En el darrer lloc, hi ha el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona. La mitjana de temps d'aquest museu és de 12 segons. Pel que fa a la mitjana de les sales és: 15 segons a la sala 1, 9 segons a la sala 2 i 12 segons a la sala 3.

Els resultats obtinguts en aquest treball (17 segons per UA), s'allunyen molt de les dades aportades per Falk (1982b, 275), el qual considera que el temps aproximat que s'està un visitant davant una UA és de 30 segons. No obstant, el més interessant de destacar d'aquest comportament és la durada d'observació de les UA en funció de la ubicació de la sala respecte el recorregut. És a dir, a les primeres sales dels cinc museus, la mitjana de temps que es dedica a observar una UA és de 22 segons. A les segones sales, 16 segons, i a les darreres sales (les que es troben al final del recorregut) 13 segons per UA.

Ja per acabar, ens resta comentar un aspecte que es pot apreciar a la gràfica que adjuntem a continuació. El 36% dels nens i les nenes observats, destinen menys de 5 segons a observar una Unitat d'Atenció. Tal i com apunten Boisvert i Slez (1995, 504), en els estudis realitzats a adults, menys de 5 segons no és garantia d'aprenentatge sobre allò que s'observa, i altres autors com (Falk, 1982b) situen en 30 segons el temps mitjà d'observació. Caldrà doncs valorar si en el cas dels nens i les nenes entre 5 i 12 anys aquestes afirmacions també es poden fer.

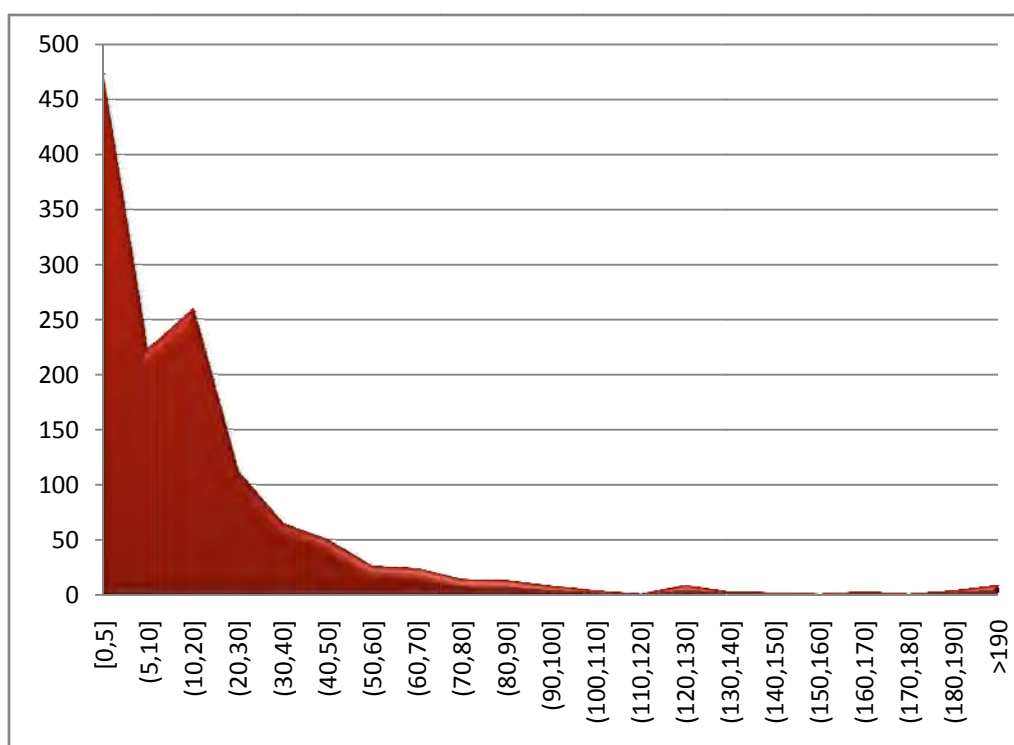


Figura 414. Temps que el nen/a observat dedica a les UA, expressat en franges de 10 segons.

### **6.2.2.2.15. Pautes de comportament quan el nen o la nena fa l'itinerari de les flors al Museu d'Art de Girona**

Dels cinc museus analitzats, el Museu d'Art de Girona és l'únic que ha posat a la disposició dels nens i les nenes, una fitxa-itinerari que permet descobrir a través d'un joc algunes de les peces més destacades del museu.

Com que el comportament del nen o la nena, pot variar en funció de l'ús d'aquesta fitxa, hem cregut oportú analitzar els seguiments fets en els nen o nena objecte d'estudi que duïen la fitxa de les flors durant la visita a les sales seleccionades per a l'estudi.

Així doncs, el resultat de l'anàlisi d'aquests seguiments, ens permet saber quins són els perfils dels usuaris i quines són les seves pautes de comportament.

Per una banda, sabem que el 80% dels usuaris són nenes, d'una mitjana de 7 anys d'edat, i que el 80% porta la iniciativa de la visita. Cap dels usuaris mostra senyals d'avorriment (el 8% dels nens i les nenes observats que visiten el Museu d'Art de Girona sense l'itinerari mostra senyals d'avorriment), ni mira per la finestra (el 21% dels nens i les nenes observats que visiten el Museu d'Art de Girona sense l'itinerari mira per la finestra), ni demana per anar al lavabo (el 3% dels nens i les nenes observats que visiten el Museu d'Art de Girona sense l'itinerari demana per anar al lavabo), ni és avisat o renyat per algun membre acompanyant del grup (el 5% dels nens i les nenes observats que visiten el Museu d'Art de Girona sense l'itinerari són renyats), ni realitza la visita a la sala del revés (el 13% dels nens i les nenes observats que visiten el Museu d'Art de Girona sense l'itinerari fa la visita a la sala al revés).

L'usuari d'aquest itinerari visita el 27% de les UA de les sales (els nens/es observats que visiten el Museu d'Art de Girona es paren en el 23% de les UA), el 75% porta la iniciativa de la visita (el 63% dels nens i les nenes observats que visiten el Museu d'Art de Girona sense l'itinerari decideixen què volen veure) i el 60% s'asseu en algun moment de la visita a descansar durant una mitjana de 42 segons (el 24% dels nens i les nenes observats que visiten el Museu d'Art de Girona sense l'itinerari s'asseu a descansar, i ho fan durant una mitjana de 8 segons).

No obstant, la mitjana de temps que han dedicat a visitar la sala és de 222 segons, amb una mitjana de 22 segons per UA (en aquest punt és molt important la relació entre aquestes dades i les generals recollides pels usuaris que no realitzen la visita amb la fitxa de les flors. Al

Museu d'Art de Girona, la mitjana de temps dedicada a les sales és de 136 segons, i el temps mitjà que es dedica a una UA és de 20 segons, valors molt per sota dels registrats pels usuaris de l'itinerari de les flors).

Pel que fa a la interacció social, l'usuari d'aquesta fitxa comparteix informació amb algun membre del grup en el 17% de les UA (el 62% de les UA del museu es comparteix informació quan no es realitza la fitxa), en el 21% és ell qui explica als seus acompanyants (en el Museu d'Art de Girona, els nens/es que no feien l'itinerari explicaven en l'11% de les UA) i en el 14% un acompanyant adult li explica els continguts referents a la UA que observen (18% de les UA ,un adult dels que acompanyen a un nen que fa l'itinerari, explica al Museu d'Art de Girona). Finalment, hem registrat que de forma igualitària, tant pregunta a un acompanyant del sexe femení com a un del sexe masculí.

Les UA on els nens i les nenes observats que visiten les sales del Museu d'Art de Girona amb la fitxa de les flors, es paren són: el "Retaule dels misteris del Rosari" (núm.17) i el "Retaule de Sant Pere" (núm.21) de la sala 2 (les dues UA més visitades), i el "Retaule de Pere Mates" (núm.18), el "Tapís Flamenc. Coronació d'un príncep" (núm.24), "Retaule de Sant Sebastià" (núm.27), "la sala de descoberta" (núm.25) també de la sala 2 i "Pintura a l'oli: La sega" (núm.30) i "Escultura de fang: Girona" (núm.45) de la sala 3.

Després de relacionar el comportament dels nens i nenes que realitzen l'itinerari de les flors amb els que no, podem arribar a diferents conclusions pel que fa al seu comportament. Per una banda, observem com la durada del temps de visita de les sales és superior a la mitjana (un 63% més), a l'igual que al percentatge d'UA observades (un 17% més que no pas les que es visiten sense fer l'itinerari), tot i que no és massa significatiu l'increment del temps dedicat a l'observació de les UA (10%). El que sí és significatiu, és el percentatge d'UA on s'intercanvia informació entre els diferents membres del grup. En un 73% menys d'UA es comparteix informació, o el que seria el mateix, l'ús de l'itinerari de la fitxa de les flors, fa que l'observació de les UA de les sales, potenciï el treball individual i que el nen o nena busqui els objectes sense l'ajuda dels acompanyants. A més també potencia el treball assegut (es va poder observar que durant el temps que estaven asseguts dibuixaven o feien anotacions), ja que els nens que fan la fitxa, s'asseuen un 60% més, i hi dediquen un 81% més de temps. També l'itinerari de les flors fa que augmenti en un 16% els casos en què el nen o la nena pren la iniciativa de la visita. Per altra banda, no s'ha observat un augment significatiu de les UA més visitades. Tan sols una de les UA més visitades del Museu d'Art de Girona, la (núm.18)



coincideix dins la selecció de peces a observar per la fitxa-itinerari de les flors: a títol general, sabem que el 22% dels nens i les nenes que l'han observat, feien l'itinerari de les flors.

#### **6.2.2.2.16. Pautes de comportament quan el nen o la nena utilitza l'audioguia al Museu d'Art de Girona i al Museu d'Història dels Jueus**

Dels cinc museus que hem estudiat en aquest treball, tan sols el Museu d'Art de Girona i el Museu d'Història dels Jueus posaven a disposició del visitant una audioguia. Com que el comportament del nen o nena, pot variar en funció de si s'utilitza l'audioguia per a fer la visita a les sales, hem cregut oportú dedicar un apartat a l'anàlisi del comportament dels usuaris infantils.

Pel que fa a les característiques més generals, podem considerar que l'usuari de l'audioguia als dos museus seleccionats observa una mitjana del 21% de les UA del museu, dedica a les sales 219 segons i també dedica 39 segons a cada UA. En el 66% de les ocasions, és ell qui pren la iniciativa de la visita i en el 90% de les UA comparteix informació amb els seus acompanyants. Segons els seguiments realitzats, hem pogut determinar que a cap UA demana informació als acompanyants, però en canvi, en el 10% de les UA ell explica el que està aprenent i en el 20% és un adult qui ho fa. Si ho comparem amb les dades generals referents als dos museus on s'utilitza l'audioguia, podem constatar que el nombre d'UA que s'observa a l'interior de les sales, augmenta un 10% si s'observen amb l'audioguia. Aquest augment també es veu reflectit amb el nombre de segons que es destina a visitar una sala (un 59% més), els segons que es destina a observar una UA (49% més) o les vegades que es comparteix informació davant una UA (un 58% més). En canvi, les dades es mantenen molt iguals quan es tracta de portar la iniciativa de la visita (66% amb audioguia i 64% sense audioguia) però són més negatives quan es tracta del percentatge d'UA on és el nen qui explica (un 10% menys) o quan és l'adult qui explica (un 18% menys d'UA). Així doncs, tot i que l'ús de l'audioguia fomenta la visita de les sales i de les UA en detall, també evita la interacció personal, convertint la visita al museu amb un recorregut quasi solitari, on la única relació existent és la que té el nen o la nena amb la veu que surt de l'aparell. Pel que fa a les UA més observades, no s'ha detectat una alteració significativa quan aquestes han estat visitades amb l'audioguia.

### **6.3. La resposta escrita autoadministrada i oferta**

Les opinions dels nens i nenes visitants dels museus són clau per conèixer el *feedback* entre l'usuari i el museu. Aquesta opinió, massa sovint poc valorada per la pretesa supeditació a l'opinió de l'adult que els acompanya, serveix per conèixer de primera mà allò que els atrau, sigui quina sigui la raó (McManus, 1993; Crosthwait i Mask, 1994; Guichard, 1995a; 1995b). Atesa la seva importància, i tal com hem esmentat a l'apartat dedicat a la metodologia, una part del treball s'ha centrat en la recollida d'aquesta opinió en el Museu d'Arqueologia de Catalunya – Girona i el Museu d'Art de Girona, els resultat de la qual s'exposa a continuació.

#### **6.3.1. Anàlisi genèrica dels resultats**

A trets generals, es pot observar que els dibuixos realitzats pels nens i nenes a la finalització de la seva visita al museu, reproduïxen amb molt de detall el que han pogut veure durant la seva estada. Aquest fet és especialment rellevant si es té en compte que els dibuixos no es podien realitzar a les sales del museu mentre s'efectuava la visita sinó que sempre es duïen a terme a la sortida del mateix. En definitiva, aquestes dades són importants perquè posen de manifest la capacitat de retenció d'informació per part dels nens i nenes.



Figura 415. Butlleta d'opinió del Museu d'Art de Girona amb l'objecte real representat



Figura 416. Butlleta d'opinió del Museu d'Art de Girona amb l'objecte real representat



de d'inhbaa  
7 anys



**Dessine ce que tu as aimé le plus du musée**



Figura 417. Butlleta d'opinió del Museu del Cinema amb l'objecte real representat



Figura 418. Butlleta d'opinió del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona amb l'objecte real representat



Figura 419. Butlleta d'opinió del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona amb l'objecte real representat



Figura 420. Butlleta d'opinió del Museu d'Història dels Jueus amb l'objecte real representat



### 6.3.2. Butlletes d'opinió en relació a les Unitats d'Atenció

En el global dels cinc museus estudiats, sabem que els nens i les nenes han dibuixat 139 elements. D'aquests, 8 elements es troben al Museu d'Història de la Ciutat, 39 al Museu del Cinema, 16 al Museu d'Història dels Jueus i 38 al Museu d'Art de Girona i Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona respectivament.

Segons la literatura existent, en aquelles Unitats d'Atenció on el visitant repeteix, on manipula físicament l'objecte i on hi intercanvia informació entre els diferents membres del grup, el visitant reté més detalls dels objectes observats (Furth i Wachs, 1978; Driscoll, 1968; Griffin, 2004, 164). És per això que hem seleccionat les variables de repetir, manipular i intercanviar informació, per conèixer la relació que existeix entre les opinions i les pautes de comportament manifestades.

Pel que fa les unitats manipulables que formen part de les sales objecte d'observació, només el 19% dels dibuixos d'opinió les registren, quan tradicionalment s'ha considerat que aquest tipus d'element s'associa a un teòric interès infantil (Melton, 1936).

Del total d'unitats expositives que han estat observades més d'un vegada per un nen, fet que es podria interpretar com a mostra del seu interès per la seva part, el 47% han estat després dibuixades en la butlleta d'opinió.

Més remarcable és el fet que el 100% de les unitats expositives que han estat representades en els dibuixos d'opinió, han estat objecte com a mínim, d'un intercanvi d'informació per part dels membres d'un mateix grup.

És interessant apuntar també la relació que existeix entre les unitats expositives més visitades i les opinions deixades pels nens i les nenes. En el Museu del Cinema el 50% les unitats expositives més visitades, han estat representades en un dibuix a la finalització de la visita, en el Museu d'Història de la Ciutat el 67%, en el Museu d'Art de Girona el 80% i en el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona el 86%. L'excepció és el museu del Jueus, on només el 33% de les unitats expositives més visitades, han estat plasmades en un dibuix al final de la visita. Cal tenir en compte que en aquest darrer museu el temps de visita general és molt baix i per tant les Unitats d'Atenció són vistes molt de passada pels nens i nenes.

Pel que fa el temps que han dedicat a les Unitats d'Atenció dibuixades, hem constatat que si bé la mitjana de temps que un nen o nena dedica a una Unitat d'Atenció és de 17 segons,

aquelles que han estat representades en les butlletes d'opinió, el temps de mitjana puja fins els 20.

Així doncs, amb les dades obtingudes, podem apuntar que la interacció social i la repetició, són pautes de comportament que ens permeten conèixer el que agrada als nens i nenes. En l'acció de manipular, en canvi, observem com no existeix una relació directe entre el seu ús i la generació d'empatia.

A banda d'aquestes dades generals del conjunt dels cinc museus, és important conèixer les característiques particulars i més significatives de cadascun d'ells. En el Museu del Cinema la mitjana de temps destinat a una unitat expositiva és de 16 segons, però quan es tracta d'una de les que se n'ha deixat un dibuix, la mitjana se situa en 32. En el Museu d'Art de Girona la mitjana de temps destinada a una unitat expositiva és de 20 segons però quan es tracta d'una de les que se n'ha deixat un dibuix, la mitjana augmenta significativament fins els 32. En el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona la mitjana de temps destinat a una unitat expositiva és de 12 segons però quan es tracta d'una de les que se n'ha deixat un dibuix la mitjana augmenta un terç fins els 18. Finalment, en el Museu d'Història dels Jueus, la mitjana de temps destinat a una unitat expositiva és de 19 segons però quan es tracta d'una de les que se n'ha deixat un dibuix, la mitjana puja fins els 29. Només en el cas del Museu d'Història de la Ciutat no es produeix un augment tan significatiu com hem vist en els casos anteriors ja que aquest museu la mitjana de temps destinat a una unitat expositiva passa de 16 segons a 17 quan es tracta d'una de les que se n'ha deixat un dibuix.

Per tant, havent comprovat aquestes dades, podem considerar que el mètode d'opinió mitjançant butlletes per dibuixar, és un instrument molt útil que confirma pautes de comportament que poden haver estat observades o no per què els nens i nenes acaben dibuixat allò que els ha atret més. És a dir, quan una unitat expositiva és suficientment atractiva, el nen o la nena el representa en les butlletes d'opinió (allò que li ha atret més). Això queda contrastat amb el fet que el nen o nena ha estat més estona en aquella Unitat d'Atenció en relació a d'altres que no els semblen tant interessants, ha interactuat amb els adults en relació a aquella unitat o ha repetit la visita d'aquella Unitat d'Atenció. Per tant, a partir de les opinions que han deixat procedim a detallar quines han estat les Unitats d'Atenció més representades de cada un dels cinc museus de la ciutat, com a mostra del que més els ha interessat.

### 6.3.3. Les Unitats d'Atenció representades

Els elements més representats (64%) en els dibuixos d'opinió han estat els que es disposen de forma exempta o destacada envers la resta: com la còpia en guix de la rosassa de l'església de Sant Pere de Galligants al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, l'estrella de David del Museu d'Història dels Jueus , el taumàtrop del Museu del Cinema, el "puzle" del Museu d'Art de Girona, o el Seat-600 del Museu d'Història de la Ciutat .



554



Figura 421. Butlleta d'opinió del Museu d'Història de la Ciutat amb l'objecte real representat.

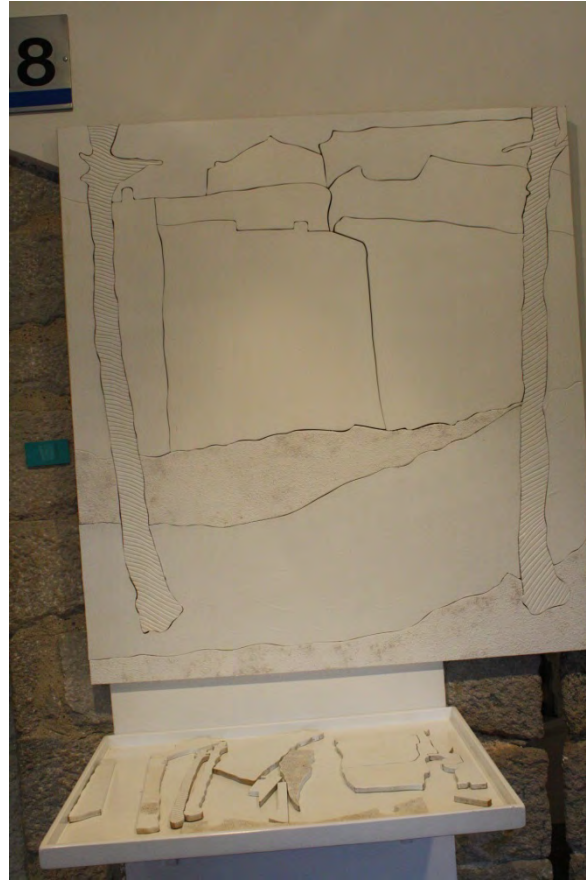
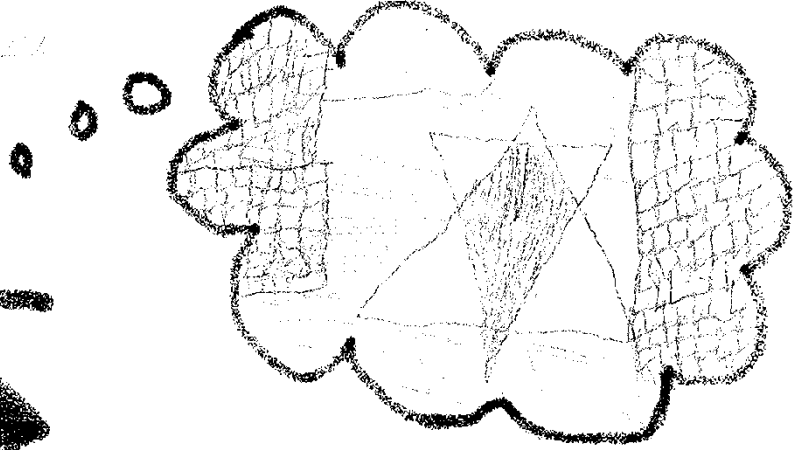


Figura 422. Butlleta d'opinió del Museu d'Art de Girona amb l'objecte real representat.



OPINIO  
FAM. JUEVA



**Draw what you most enjoyed of the museum**



Figura 423. Butlleta d'opinió del Museu d'Història dels Jueus amb l'objecte real representat.



Figura 424. Butlleta d'opinió del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona amb l'objecte real representat.



Figura 425. Butlleta d'opinió del Museu del Cinema amb l'objecte real representat.

Un 14% més dels dibuixos es corresponen amb elements interactius que reforcen els discursos de les sales i que es presenten al visitant en forma de joc de descoberta. En són exemples totes les joguines òptiques del Museu del Cinema o la sala de descoberta del Museu d'Art de Girona.

Un 12% restant són dibuixos de peces o que es troben dins d'una unitat expositiva sense que destaquin especialment o estan molt "amagades" i poden passar desapercebudes, com són els dibuixos fets pels nens durant la Guerra Civil al Museu d'Història de la Ciutat, una tortuga de terracota del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, Sant Miquel lluitant contra el dimoni al Museu d'Art de Girona, el canelobre de 7 braços del Museu d'Història dels Jueus i el tocadiscs del Museu del Cinema.

Només els 10% dels dibuixos han representat elements que formen part de la decoració escènica de l'espai o elements museogràfics que exerceixen de complement de les peces originals exposades, com la música de les sales del Museu del Cinema, el terra de flors del Museu d'Història dels Jueus, la netedat del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, l'itinerari de les flors del Museu d'Art de Girona i el cementiri caputxí del Museu d'Història de la Ciutat.

En resum, observem que la majoria de dibuixos destaquen aspectes relacionats amb els objectes exposats, però també observem que elements que no es consideren elements patrimonials, també han cridat l'atenció dels nens i nenes, com per exemple, maquetes, esceneografies o dibuixos. Amb aquests dibuixos doncs, hem pogut observar com elements no senyalitzats o degudament identificats, o elements complementaris a la col·lecció permanent, han agradat més que els pròpiament integrats dins el discurs museogràfic.

#### **6.3.4. Anàlisi per museu**

A continuació passem a detallar quins han estat els objectes o elements més destacats en els dibuixos dels nens i les nenes en cadascun del cinc museus de la ciutat de Girona.

##### **6.3.4.1. Museu d'Història**

En les butlletes omplertes en aquest museu, destaca la representació d'un element arquitectònic que forma part de l'edifici: observem que el 29% dels dibuixos recollits deixa



constància que allò que els ha agradat<sup>138</sup> més és el cementiri caputxí situat a l'entrada del museu. Després amb un 15% el Seat-600, amb un 14% respectivament, els televisors exposats a la sala de la Guerra Civil i la gasolinera antiga, i amb un 7% cadascú, la maqueta d'una vil·la romana, el Tarlà, els dibuixos fets pels nens durant la Guerra Civil i la rèplica de la lleona de la ciutat de Girona (fig.426).

Si anem a detallar de forma més precisa els dibuixos realitzats i els posem en relació amb les sales on s'han dut a terme els seguiments i observacions directes del comportament dels nens, apreciem com les opinions dels nens ens permeten destacar que un 7% dels dibuixos fets del conjunt del museu fan referència a elements que es troben a la sala 1 del museu (maqueta d'una vil·la romana). Pel que fa a la sala 2, el 21% dels dibuixos representen elements d'aquest espai (televisor i Tarlà) i a la sala 3 ho fa el 29% (gasolinera, dibuixos de la guerra, televisors i Seat-600).

Dins de cada sala estudiada, en el cas de la sala 1, el 100% dels dibuixos realitzats fan referència a un únic element: la maqueta d'una vil·la romana. En el cas de la sala 2 el 50% dels dibuixos han fet referència al Tarlà i el 50% restant al televisor. Finalment a la sala 3 hi ha una situació més diversa on el 33% dels dibuixos fa referència a la gasolinera, un altre 33% al Seat-600, el 17% als televisors i finalment un altre 17% als dibuixos fets pels nens.

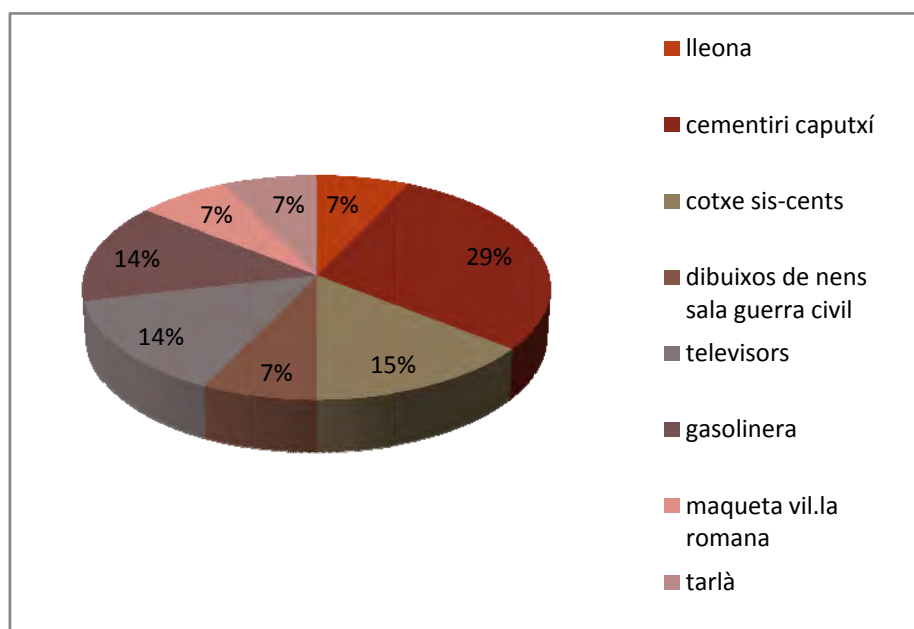


Figura 426. Elements representats en les butlletes d'opinió del Museu d'Història en percentatges.

<sup>138</sup> Utilitzem la paraula agradat perquè a les butlletes d'opinió es demanava explícitament que dibuixessin el que més els hi havia agradat.

Per tant, si ens fixem amb el nombre de dibuixos recollits, tot sembla apuntar que els elements exposats a la sala 3 desperten més l'atenció dels nens que no els que hi ha a les altres sales estudiades. Tot i això, també és interessant pel nostre estudi, destacar que a la sala 1 del museu no hi ha hagut cap element patrimonial que els agradés (cap dibuix reproduceix per exemple el mosaic del circ que és l'element més destacat, des d'un punt de vista museogràfic, de la sala), sinó un recurs museogràfic de transmissió de coneixement (la maqueta de la vil·la romana). També, dins de les sales estudiades, la UA més representada és el Seat-600.

#### **6.3.4.2. Museu d'Art de Girona**

De les butlletes omplertes, a part dels objectes de la col·lecció, que representen el 51% dels dibuixos, destaca de forma ben manifesta la valoració que fan els nens i nenes de les activitats paral·leles a l'exposició permanent, els dos espais de descoberta del museu, els crucifixos que els nens han pogut observar en diferents peces exposades i, finalment, aspectes relacionats amb l'edifici del museu.

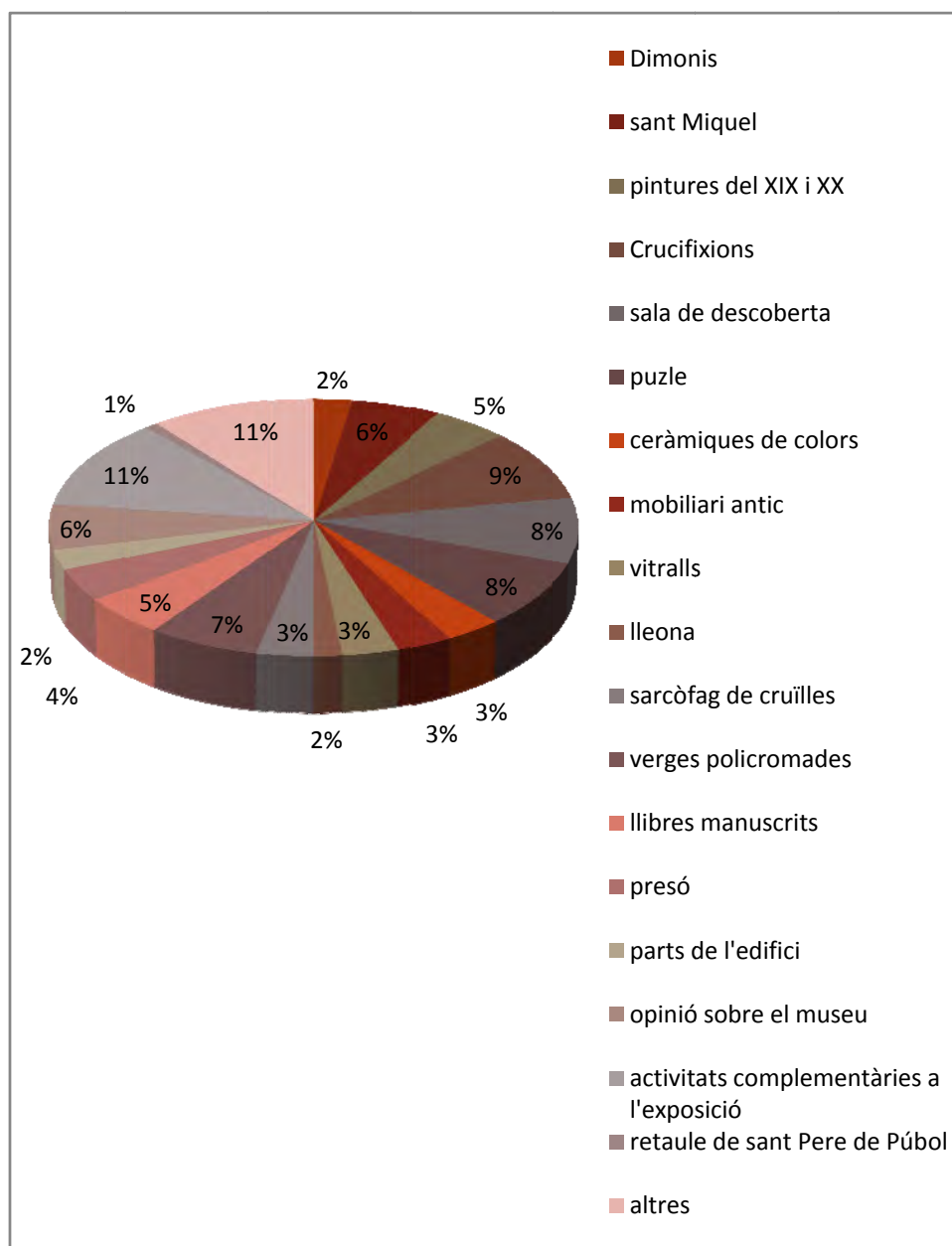


Figura 427. Percentatges dels elements representats en les butlletes d'opinió del Museu d'Art de Girona.

Anant més al detall, observem que al Museu d'Art de Girona, l'11% dels dibuixos recollits deixen constància que allò que els ha agradat més són les activitats paral·leles a l'exposició (butlletes d'opinió, les fitxes-itinerari de les flors, el gran dia de Girona i la dansa dels animals fantàstics) i també amb un 11% multitud d'elements que individualment assoleixen percentatges ínfims i que els hem agrupat sota el nom d'"altres". Amb un 9% trobem les crucifixions, un 8% la sala de descoberta i el puzle (8%) i les verges policromades representant

un 7% dels dibuixos recollits. Amb un 6% cadascú la forma de demanar l'opinió als nens i el personatge de Sant Miquel, amb un 5% cadascú, les pintures del segle XIX i XX i els llibres manuscrits. Amb un 4% la presó, i també amb un 3% cadascú les peces de ceràmica de colors, el mobiliari antic, els vitralls i el sarcòfag de cruïlles. La lleona, els dimonis i les diferents parts de l'edifici es veuen plasmades respectivament en un 2% dels dibuixos, i l'1% en el retaule de Púbol (fig. 427).

Pel que fa els dibuixos realitzats en forma d'opinió, posats en relació amb les sales on s'han dut a terme els seguiments i observacions directes del comportament dels nens i nenes, apreciem com un 16% dels dibuixos totals fa referència a elements que es troben a la sala 1 del museu (frontal d'altar, martirologi, verges, Calvari del mestre Bartomeu, capitells, sepulcre de Jofre Gilabert). Pel que fa la sala 2, això passa en un 22% (retaule de Pere Mates) i a la sala 3 només hi fan referència el 6% dels dibuixos (la pintura de la dona de l'antifaç i paisatges varis).

Dins de cada sala estudiada, en el cas de la sala 1, el 38% dels dibuixos realitzats fan referència a les verges, el 28% al martirologi, el 19% al sepulcre de Jofre Gilabert i el 5% al calvari del mestre Bartomeu, als capitells i al frontal d'altar, respectivament. En el cas de la sala 2, el 100% dels dibuixos han fet referència a algun detall del retaule de Pere Mates, en concret, el 70% a Sant Miquel i el 30% al dimoni. Finalment a la sala 3 hi ha una situació més diversa on el 17% dels dibuixos fan referència al quadre de la dona de l'antifaç, i el 83% restant a diferents quadres de paisatges.

A mode de conclusió, podem afirmar que la sala que ha despertat més interès és la sala 2. També, molts dels dibuixos realitzats pels nens, fan referència a objectes de la col·lecció ja que un percentatge molt alt fa referència a aspectes no específics de l'exposició permanent. És a dir, a molts nens i nenes els hi ha agradat més les activitats paral·leles, els tallers familiars, les exposicions temporals... abans que peces concretes de l'exposició. Això ens posa de manifest que moltes de les famílies visitants, han assistit a una activitat paral·lela i han aprofitat per visitar el museu.

#### **6.3.4.3. Museu d'Història dels Jueus**

En aquest museu els elements o símbols religiosos són els elements més destacats, com l'estrella de David i el canelobre de 7 braços. Pel contrari, un element tant important des d'un punt escenogràfic com és la Bíblia Hebrea només ha estat representat en un 3% dels dibuixos.

Anant a detallar de forma més concisa l'anàlisi de les opinions donades del Museu d'Història dels Jueus , podem observar que el 21% dels dibuixos recollits deixa constància que allò que els hi ha agradat més és l'estrella de David que es troba representada en el paviment del pati exterior. Amb un 17% trobem representat el canelobre de 7 braços i amb un 10%, els televisors i les làpides funeràries (10%). En un 7% per cada un, s'ha opinat sobre les joies de les dones jueves, la decoració floral del terra de la sala de les làpides i la decoració amb escultures de ceràmica del pati interior. Finalment, amb un 3% respectiu, l'arc de Titus a Roma, el Corn, el monument a Colon, la Torà, els vestits jueus, el pati exterior i la lupa d'una de les vitrines del segon pis del museu (fig.428).

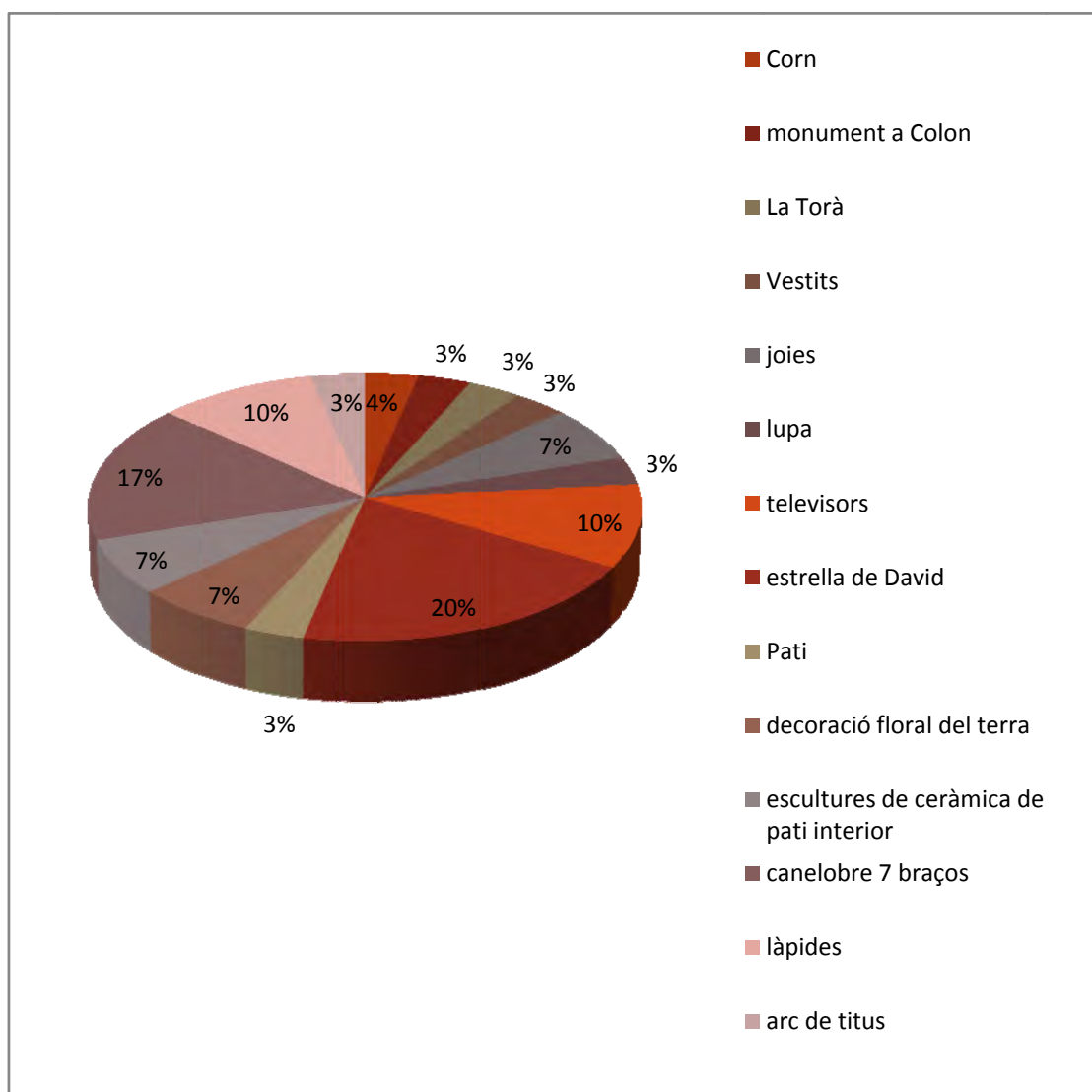


Figura 428. Percentatges dels elements representats en les butlletes d'opinió del Museu d'Història dels Jueus.

Fent referència als dibuixos realitzats en forma d'opinió, posant-los en relació amb les sales on s'han dut a terme els seguiments i observacions directes del comportament dels nens, destaquem que el percentatge del 37% dels dibuixos fan referència a la sala 1 del museu (maniquins i televisor). A la sala 2 en canvi, s'hi dediquen el 17% dels dibuixos (Bíblia Hebrea) i finalment no hi ha hagut cap dibuix que correspongui a algun dels elements de la sala 3.

Dins de cada sala estudiada, en el cas de la sala 1, el 50% dels dibuixos realitzats fan referència als maniquins i el 50% restant al televisor i finalment en el cas de la sala 2 el 100% dels dibuixos han fet referència a la Bíblia Hebrea.

En aquest museu també s'ha posat a disposició del visitant el llibre de visites. Un cop buidats els seus continguts, hem pogut observar que després d'un any de posar-lo a disposició del públic visitant, tan sols 4 famílies<sup>139</sup> han anotat les seves impressions. D'aquestes quatre famílies, tres són catalanes, i una és israelita. En aquest llibre de visites, al contrari que les famílies, una gran quantitat de grups escolars i de públic general (amb nens) que visiten el museu de forma organitzada deixen constància de la seva opinió. Els grups escolars destaquen la vessant didàctica del museu. En canvi, les poques opinions deixades per part de les famílies manifesten valoracions de caire més general. En les anotacions familiars, ha estat el nen o la nena qui ha deixat la seva opinió en nom de la família. (fig. 429 i 430)

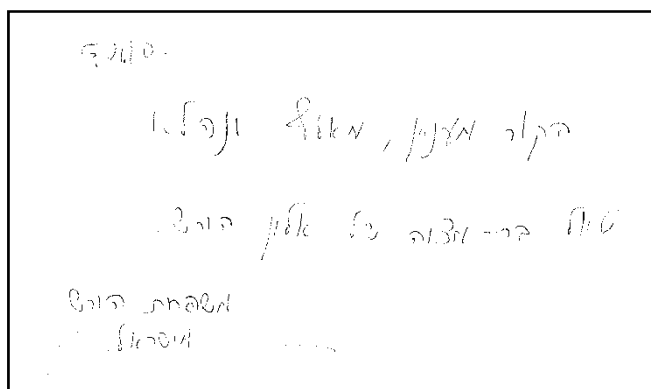


Figura 429. Anotació feta per una família visitant del Museu d'Història dels Jueus el 5 d'abril de 2010. "Visita interessant i meravellosa de l'excursió de la Bar-Mitzvà d'Alon Horeix. Família Horeix d'Israel".

<sup>139</sup> Hem de tenir en compte que només hem considerat anotació familiar, aquella que es posava de manifest explícitament amb nens entre 5 i 12 anys, i que després, cotejada amb les dades recollides per part del personal d'atenció al públic del museu, ha coincidit.

3/4/2010  
Ha estado muy interesante ver la pena  
venir a aqui.  
Meritxell, Gustavo, Raquel, Ori i Alna i Tobi. ☆

Figura 430. Anotació feta per una família visitant del Museu d'Història dels Jueus el 3 d'abril de 2010.

A mode de conclusió, és interessant apuntar que la sala 1 és la que ha recollit més dibuixos. En canvi, aquest és l'únic museu on a la darrera sala no hem recollit cap dibuix. Per altra banda, un cop relacionats els dibuixos amb el buidatge del llibre de visites, podem saber que de les famílies visitants que deixen constància de la seva visita, és el nen o la nena qui ho fa. Un aspecte interessant a tenir en compte, ja que mostra com els nens i les nenes també volen deixar la seva opinió del museu, i sovint, ho fan en nom de tota la família.

566

#### 6.3.4.4. Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona

Els dibuixos dels nens reflecteixen un interès equilibrat entre la col·lecció que s'exposa al museu i el propi edifici, incloent la botiga o les flors que hi ha en el claustre. Del total de dibuixos que fan referència a l'edifici (57%), el 24% dels dibuixos fa referència a les rosasses, ja sigui la còpia en guix que es troba dins del transepte de l'església de Sant Pere o l'original de l'església situada en el seu emplaçament original, el 24% a altres parts de l'edifici com el claustre o l'absis i el 9% al funcionament general del museu, com és el seu personal d'atenció al públic.

Pel que fa la col·lecció (39% dels dibuixos), el 17% fa especial referència al període de la prehistòria, el 4% al món iber, el 9% al món romà i el 9% dels dibuixos destaca vasos ceràmics, que són molt difícils de saber si són romans, ibers o prehistòrics.

El 4% restant són dibuixos considerats "altres", difícils de catalogar ja que plasmen opinions molt generals i diverses del museu (fig 431).

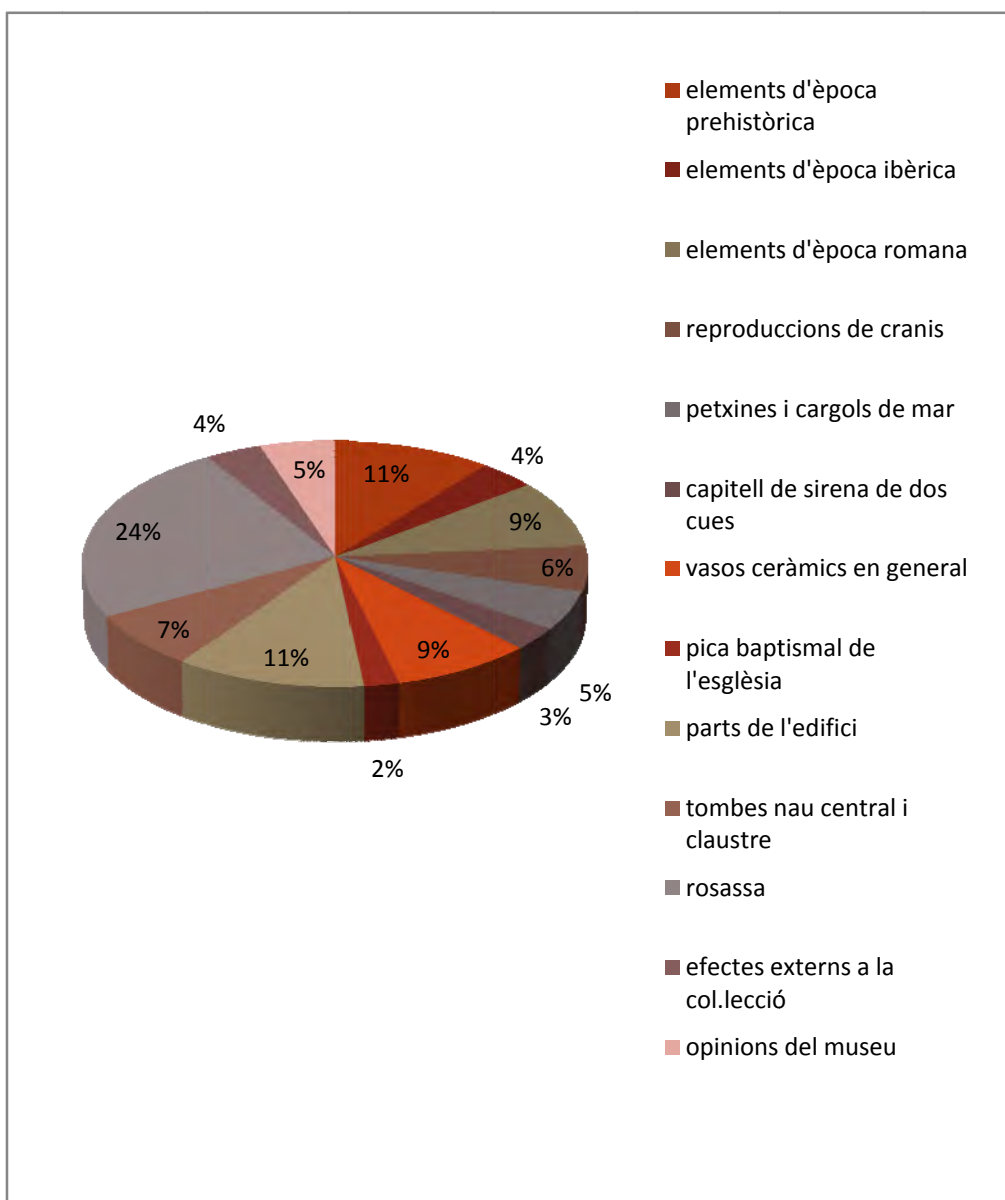


Figura 431. Percentatges dels elements representats en les butlletes d'opinió del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona.

Si anem a detallar de forma més precisa els dibuixos realitzats, en relació amb les sales on s'han dut a terme les observacions del comportament dels nens, apreciem que el 19% dels dibuixos fa referència a la sala 1 del museu (ossos, el com es feien les eines prehistòriques, cranis i eines lítiques). Per altra banda, a la sala 2 és destacada pel 7% dels dibuixos (monedes, tortuga de terracotta, ara, vasos ceràmics i la sala en general) i a la darrera sala 3 el 15% (monedes romanes, el silè, joies i vasos ceràmics). Aquesta és una situació contrària a la norma



general, on hem pogut veure que la sala més representada és la 2. En aquest cas, cal tenir en compte que, per explicar aquesta excepcionalitat, la segona sala no s'integra de manera natural al recorregut sinó que és una mena d'apèndix, que molt sovint passa desapercebuda als ulls del visitant.

Dins de cada sala estudiada, en el cas de la sala 1, el 62% dels dibuixos realitzats fan referència a eines lítiques (de les quals, el 26% han fet referència específica al propulsor), el 30% als cranis, el 6% al procés d'elaboració de les eines prehistòriques i el 2% als ossos. En el cas de la sala 2 el 34% dels dibuixos han fet referència als vasos ceràmics, el 33% a l'ara, el 17% a les monedes, i el 8% a la tortuga de terracotta i a la sala en general, respectivament. Finalment a la sala 3 el 57% dels dibuixos fan referència als vasos ceràmics, el 30% a les joies, el 9% a les monedes romanes i el 4% restant al silè.

En aquest museu també s'ha posat a la disposició del visitant un llibre de visites. Després d'un any de posar a disposició del públic visitant aquest llibre, només 13 famílies<sup>140</sup> havien anotat les seves impressions. D'aquestes 13 famílies, el 31% són catalanes, el 31% de la resta de l'Estat Espanyol i el 38% restant són estrangeres (alemanys, francesos i anglesos).

Tot i que normalment són els pares qui acostumen a deixar les seves impressions, hem pogut observar que en més de la meitat de les anotacions fetes per famílies, els nens i les nenes han volgut escriure-hi el seu nom. En el 69% dels casos el nen o nena ha firmat la seva opinió. Pel que fa al buidatge del llibre de visitants, hem observat que els pares, en nom de la família, han valorat l'experiència de la visita al museu i determinats aspectes de la museografia. És a dir, del 31% d'anotacions fetes pels pares, el 75% ha deixat constància de la seva opinió general de la visita i el 25% restant ha valorat algun aspecte de la museografia. Del 69% d'anotacions deixades per nens, el 23% han fet referència a objectes exposats, el 15% a elements diversos de l'exposició, especialment les il·lustracions que acompanyen aquests objectes o i el 62% restant a opinions generals.

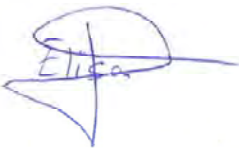
Finalment, és important d'assenyalar que el 39% de les anotacions, ja siguin fetes per nens o per adults, han destacat aspectes relacionats amb l'aprenentatge, i el 15% de les anotacions han mencionat que aquest és un "museu familiar". En general doncs, les opinions destaquen la vessant pedagògica del discurs del museu (fig. 432, 433, 434).

---

<sup>140</sup> Hem de tenir en compte que només hem considerat anotació familiar, aquella que es posava de manifest explícitament amb nens entre 5 i 12 anys, i que després, cotejada amb les dades recollides per part del personal d'atenció al públic del museu, ha coincidit.

21-3-2010  
Visita interessant, també m'ha agradat per veure les coses que he estudiat a l'escola.  
O. Llobent

Figura 432. Anotació feta per una família visitant del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona el 21 de març de 2010. El grup familiar estava format per 2 adults i un nen de 12 anys.

Hola mi familia i yo hemos sido a girona  
i hemos visitado este museo. Es muy xulo.  


569

Figura 433. Anotació feta per una família visitant del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona el 19 de juny de 2010. El grup familiar estava format per 2 adults i 2 nens (un de 4 i un de 8 anys) i eren de Mallorca.


7-7-10  
Harta 12 años.  
Vigo (Galicia)  
Me gustó mucho el museo, me pareció que tenían piezas de gran valor y me interesó el proceso de elaboración de instrumentos.  


Figura 434. Anotació feta per una família visitant del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona el 7 de juliol de 2010. El grup familiar estava format per 3 adults i un nen de 12 anys.

Així doncs, a mode de conclusió podem considerar que la sala 1 del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona és la que ha despertat més interès de les estudiades. Una altra dada a

considerar és que els agrada per igual tant el contingut com el contingut. És a dir, els nens i les nenes han valorat positivament tant la seva col·lecció d'arqueologia, com l'edifici medieval i la seva arquitectura. A més, aquest és l'únic museu on els nens i les nenes han valorat aspectes no físics, ja que han destacat com a positiu el tracte rebut pel personal del museu (fig. 439). Pel que fa a les anotacions fetes en el llibre de visites, a l'igual que passa al museu dels Jueus, els nens i nenes també volen ser escoltats. Són ells els que deixen constància de la visita amb la família, escriuen en nom de tots o a títol personal i firmen les seves opinions. També és interessant assenyalar per aquest estudi, que aquest museu és on hem recollit més dibuixos d'opinió i on els nens i les nenes, a l'igual que ha passat al Museu del Cinema, han valorat en una mateixa butlleta d'opinió, més d'un aspecte del museu (fig. 436).



Figura 435. Butlleta d'opinió del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona amb la persona d'atenció al públic representada.



Figura 436. Butlleta d'opinió del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona.

#### 6.3.4.5. Museu del Cinema

Del total de les butlletes omplertes en aquest museu, destaquen aquelles que fan referència a sales o espais temàtics. És a dir, a més d'assenyalar els objectes individuals, se n'ha ressaltat la seva associació de caràcter grupal, ja sigui tant espacial com temàtica. Així doncs, els elements més representats en les butlletes d'opinió han estat les joguines òptiques (dibuixos on representaven una joguina, o un grup d'elles, o la manipulació de les mateixes), les ombres xineses (quasi tots els dibuixos han consistit en mans fent ombres o en l'aneguet que apareix en la reproducció d'un espectacle d'ombres) i la llanterna màgica (plaques de llanterna o el mecanisme de funcionament).

Anant a detallar de forma més concisa l'anàlisi del Museu del Cinema, podem observar que el 36% dels dibuixos recollits remarquen les joguines òptiques situades a la sala 2 del nostre estudi. Amb menys percentatge, però situat en segon lloc, el dibuixos recollits plasmaven que al 13% dels nens els agradava l'espai dedicat als espectacles d'ombres. El 12% dels nens han opinat que prefereixen l'espai de la llanterna màgica, el 9% les càmeres de vídeo, el 5% l'espai

de la col·lecció Maite Mínguez amb vestits dels famosos i objectes de mitomania i el 4% l'espai Méliès. No obstant, i amb un percentatge molt baix, també han dibuixat el Mundo Nuovo (3%) i Mickey Mouse (3%), la música de les pel·lícules (2%), les fantasmagories (2%) i opinions varies sobre el museu i els seus serveis (2%), i finalment i amb menor percentatge, la cursa de Muybridge (1%). A més, també hem registrat un 8% restant, que l'hem anomenat "altres", en el qual englobem totes aquelles opinions sobre el museu massa generals o objectes molt dispersos que ens han estat difícils de desglossar (fig.437).

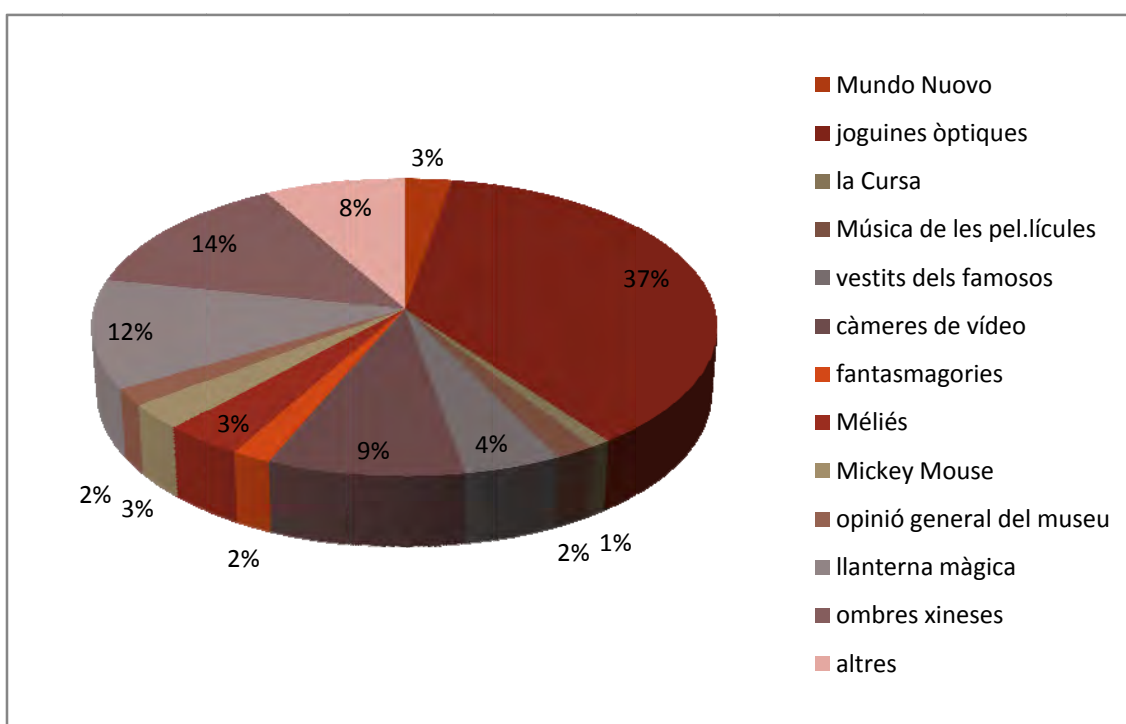


Figura 437. Percentatges dels elements representats en les butlletes d'opinió del Museu del Cinema.

Si anem a detallar de forma més precisa els dibuixos realitzats, posant-los en relació amb les sales on s'han dut a terme les observacions del comportament dels nens, apreciem que el 13% dels dibuixos fan referència a la sala 1 (teatret d'ombres manipulable, audiovisual de l'aneguet, pantalla per a la manipulació i la sala en general). Pel que fa a la sala 2, el 37% dels dibuixos representen alguns dels elements que hi estan vinculats (la baldufa de Nollet, el taumàtrop, el fenaquistoscopi, la roda de Newton, el caleidoscopi i la sala en general) i a la sala 3, el 12% (en Mickey Mouse i les càmeres de vídeo)..

Dins de cada sala estudiada, en el cas de la sala 1, el 36% dels dibuixos realitzats fan referència a l'audiovisual de l'aneguet, el 29% a la pantalla manipulable, el 21% al teatret d'ombres manipulable i el 14% a la sala en general. En el cas de la sala 2 el 63% dels dibuixos han fet referència al taumàtrop, el 19% a la roda de Newton, el 12% a la sala en general, i el 2% restant, a la baldufa de Nollet, el caleidoscopi i el fenaquistoscopi, respectivament. Finalment a la sala 3 el 77% dels dibuixos fan referència a les càmeres de vídeo i el 23% restant a en Mickey Mouse.

A mode de conclusió, hem pogut observar que la sala que atrau més els nens és la sala 2. A banda d'aquesta constatació, també volem puntualitzar una sèrie d'altres aspectes. Per una banda, hem constatat que molts dels dibuixos recollits en les butlletes d'opinió fan referència a més d'un element patrimonial (fig.442). Per una altra, la majoria dels dibuixos dels nens retraten sales del museu on hi ha elements manipulables, pantalles audiovisuals i espais per a l'experimentació. No obstant, i en darrer terme, sobta que el 77% dels dibuixos que fan referència a la sala 3, siguin de les càmeres de filmar antigues que es troben exposades a l'interior de grans vitrines i que no s'exposen de forma aïllada o destacada. La sala 3 del Museu del Cinema és la que es dedica al Cinema NICNIC i a l'art de jugar. Aparentment, el que sembla que hauria d'atreure més l'atenció dels nens i nenes és les bandes de cinema NIC, les pantalles amb la reproducció d'una projecció, i les joguines antigues relacionades amb la imatge. En canvi, segons els dibuixos d'opinió recollits en aquest museu, el que ha agradat d'aquesta sala és l'exposició de les càmeres de filmar antigues que es troben al passadís de l'entrada de la mateixa (fig.438).



Figura 438. Butlleta d'opinió del Museu del Cinema.

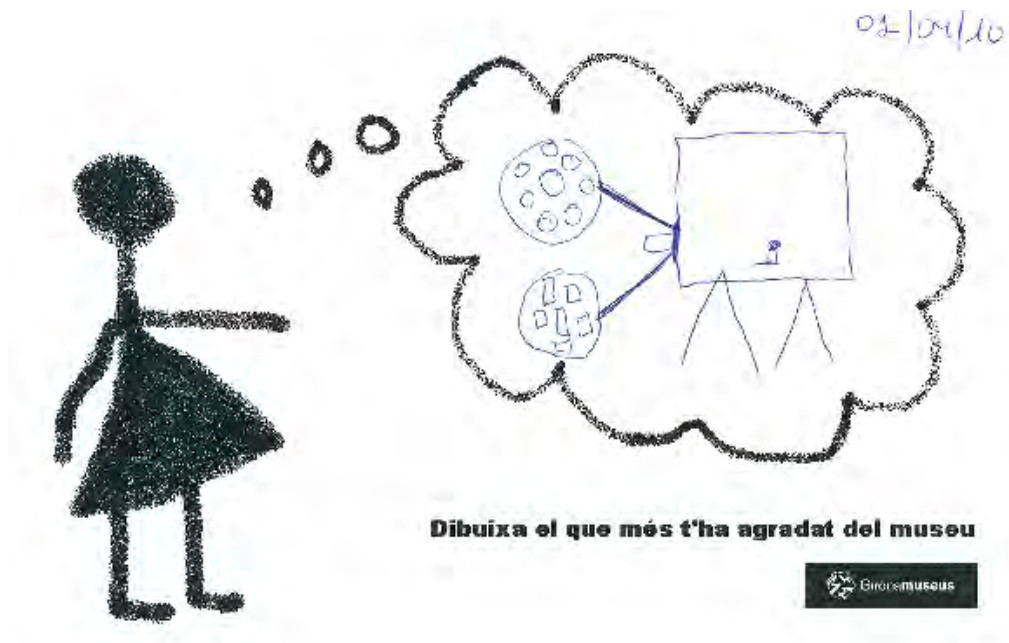


Figura 439. Butlleta d'opinió del Museu del Cinema amb l'objecte real representat

### 6.3.5. El feedback entre museu i visitants

Per posar en relació el *feedback* entre museus i visitants, s'ha preguntat als/les directors/es dels cinc museus, quins consideren que són els 5 objectes que es consideren més atractius per al públic general, des d'un punt de vista històric, artístic o simbòlic. Les respostes han estat:

- Museu del Cinema: el cinematògraf Lumière, el Praxinoscopi de projecció, la Caixa òptica i/o Mundo Nuovo, les cronofotografies de Muybridge i les Fantasmagories.
- Museu d'Història de la Ciutat: el Mosaic de Can Pau Birol, el quadre de Martí Alsina "el gran dia de Girona", l'Àngel de la Catedral, la càmera fotogràfica Unal i el Seat-600.
- Museu d'Art de Girona: la biga baldequí de Cruïlles, la taula amb l'escena d'Adam i Eva de Pere Mates, el retaule de Santa Maria de Segueró, el retaule de Sant Pere de Púbol de Bernat Martorell i el martirologi del segle XV.
- Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona: el sarcòfag de les estacions, l'alabarda de Girona, l'ara ibèrica de Pontós, el crater de Pontós i la rosassa.
- Museu d'Història dels Jueus: la còpia del segell de nahmànides, la reproducció de l'atles de Cresques de 1375, la Quetubà de 1377, el panell amb noms de filòsofs i científics jueus medievals i les làpides funeràries.

575

---

Després de confrontar aquestes respostes amb les opinions deixades pels nens i nenes constatem que els objectes destacats pels directors només coincideixen en un 13% amb l'opinió dels nens i les nenes que han deixat una butlleta d'opinió. Al Museu del Cinema coincideixen un 6% (cinematògraf Lumière, la Caixa òptica i/o Mundo Nuovo, les cronofotografies de Muybridge i les Fantasmagories); al Museu d'Art de Girona un 7% (el retaule de Santa Maria de Segueró, el retaule de Sant Pere de Púbol de Bernat Martorell i el martirologi del segle XV); al Museu d'Història dels Jueus un 10% (làpides funeràries); al Museu d'Història de la Ciutat un 14% (el Seat-600) i al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona un 27% (l'ara ibèrica de Pontós, el crater de Pontós i la rosassa). És a dir, en regla general els nens i les nenes entre 5 i 12 anys no paren atenció en aquelles unitats expositives que pel museu són importants. En el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, el percentatge de coincidència és força més elevat que a la resta però tot i així no sobrepassa el 30%.



Per tant, allò que es considera, segons el museu, atractiu per al públic general, no té perquè ser-ho per l'infantil. En resum, poden afirmar que sovint el que agrada als nens i a les nenes no s'ha de correspondre a peces que des d'un punt de vista històric, artístic o simbòlic puguin ser considerades atractives per al públic en general. Per exemple, la seva forma de presentació o la ubicació d'aquesta en l'espai de la sala, són condicionants clau que determinen el grau de preferència, més que no pas allò que el museu considera com a peça important.

### **6.3.6. Síntesi del capítol.**

Tal i com hem pogut observar, amb els resultats dels dibuixos sobre les opinions dels nens i les nenes, es constata que el mètode de la butlleta d'opinió, és eficaç per conèixer de primera mà què és el que els agrada més. L'ús d'aquest mètode per conèixer què els atrau és molt econòmic i fàcil de dur a terme i molt coincident amb l'observació directa no participant de pautes de comportament de l'infant, tal i com hem vist a través de la seva vinculació amb la interacció social i les repeticions. Per tant, podem validar el mètode d'opinió mitjançant butlletes per dibuixar, ja que confirma pautes de comportament que poden haver estat observades.

576

---

En un altre sentit, la forma més eficaç d'omplir aquestes butlletes d'opinió és sens dubte l'autoadministració. Amb els resultats obtinguts hem pogut determinar que l'autoadministració és més eficaç que no pas les butlletes ofertes, i pel que fa a les butlletes autoadministrades i dipositades en una urna, la ubicació d'aquesta és clau per a l'èxit. En el cas del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, on les butlletes estaven situades a la sortida del museu, en un lloc il·luminat i prou espaiós perquè el nen i la nena s'hi sentís còmode, ha permès que molts dels nens visitants omplissin, fins i tot, més d'una butlleta. La varietat de colors emprada alhora de dibuixar ha facilitat la representació detallada d'allò que els hi ha agradat més.

Un altre aspecte interessant a destacar és que en els elements patrimonials que han estat representats en aquestes butlletes, els nens i les nenes els han dedicat un 15% més de temps en observar-los en comparació a la mitjana del conjunt dels elements. A més, a la majoria d'aquests, els nens i les nenes hi han intercanviat informació, l'han observat repetides vegades, l'han manipulats o l'han tocat.

Dels elements representats a les butlletes d'opinió, la gran majoria han estat elements que es mostren al visitant de forma aïllada, en segon lloc han estat presentats mitjançant mòduls manipulables, altres es troben integrats dins una sèrie d'elements que el contextualitzen, i finalment, la resta han estat detalls o aspectes relacionats amb la museografia de les sales.

Gràcies als dibuixos de les butlletes d'opinió, podem apuntar que als nens i a les nenes els agrada per igual, tant els elements patrimonials de les col·leccions com que els recursos museogràfics que els contextualitzen (sobretot allò que explica la seva utilitat de forma més amena). En aquest cas, els dibuixos del Museu d'Història de la Ciutat en són un bon exemple.

També s'ha pogut constatar que moltes de les famílies visiten els museus perquè han assistit prèviament a alguna de les activitats paral·leles que aquest organitza. Els dibuixos del Museu d'Art de Girona així ho corroboren, ja que els nens i les nenes han destacat com a preferits, diferents aspectes de les exposicions temporals, activitats familiars o activitats temporals.

D'interès pel nostre estudi, també cal assenyalar que els nens i les nenes valoren els temes o espais temàtics, més que els elements patrimonials o les peces en qüestió. Al Museu del Cinema hem detectat molts d'aquests casos, on els dibuixos han representat àmbits on s'expliquen els continguts mitjançant diferents recursos: objectes destacats, vitrines amb elements patrimonials, audiovisuals, espais per a l'experimentació, manipulables o jocs de descoberta. També hem vist que la forma com es presenten els objectes, més que l'objecte en sí, són clau perquè el nen o la nena s'hi fixi.

També hem constatat mitjançant els dibuixos del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona que als nens i a les nenes els agrada el tracte personal i l'atenció que reben abans, durant i després de la visita al museu. Que se'ls tingui en compte i se'ls escolti, agrada molt, i així en trobem algun exemple quan escriuen en els llibres de visites, on en primera persona i sovint, en nom de la família, anoten les seves impressions.

També, per mitjà dels dibuixos hem detectat que el continent és tant o més important que el contingut. És a dir, l'edifici que ubica la col·lecció (el seu exterior, els seus patis i jardins) són molt importants pels nens i les nenes. En els dibuixos recollits en el Museu d'Història dels Jueus i al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona en trobem bons exemples, on en aquest darrer museu, el 57% dels dibuixos en fan referència directa.

Finalment, cal assenyalar un darrer aspecte relacionat amb el coneixement previ de l'infant, que el condiona a valorar més o menys positivament un determinat aspecte del museu. En la

majoria dels casos, els nens i les nenes han destacat aquells objectes que es troben en el temari del currículum escolar<sup>141</sup>, o els que els són propers per causes religioses o d'interès per l'edat. Per tant, objectes propers temàticament a les edats de 5 a 12 anys propicien que els nens i les nenes els considerin del seu grat. En canvi, quan els objectes destaquen per altres qualitats, les quals tenen poc en comú amb els interessos d'un nen, passen desapercibuts per aquests. Així ho han demostrat la manca de dibuixos que fan referència a aquells elements patrimonials que els directors dels museus consideren més atractius pel públic general, tant pel seu valor històric, com artístic o simbòlic. En aquest cas, menys d'un 30% de dibuixos d'opinió n'han fet referència.

---

<sup>141</sup> D'acord amb el currículum escolar del Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya durant el curs 2009/2010

**7. ELS VISITANTS INFANTILS DELS MUSEUS GIRONINS:  
INTERPRETACIÓ DE LES DADES**

## 7.1. Característiques de les famílies usuàries dels museus gironins

Una de les característiques de les famílies<sup>142</sup> que visiten els museus gironins és que estan formades bàsicament per dos adults i dos nens/es. Tal i com hem pogut observar amb les dades recollides als cinc museus de la ciutat, això passa en el 55% de les famílies registrades, esdevenint així els tipus de famílies<sup>143</sup> dins del conjunt de famílies que visiten els museus de la ciutat en el marc d'una activitat de lleure familiar. Estudis com el dut a terme per Burch i Servitja (2011, 123) al *Castellum* de Sant Julià de Ramis, o el recentment publicat pel *Service de soutien aux institutions muséales* del Québec (Audit et guide pratique de communication marketing pour les institutions muséales: La fréquentation des familles avec jeunes enfants, 2012, 9) també posen de manifest aquesta característica.

Els nens entre 5 a 12 anys suposen el 84% del total de nens que visiten els museus. Els grups d'edat amb menys representació en les visites familiars dels museus gironins són els grups amb nens menors de dos anys i majors de 15. Aquest fet ve explicat per les relacions interfamiliars. Quan el nen és petit ho fa tot acompanyat per adults, ja que el vincle amb els familiars directes (pares, avis, cosins, etc.) és molt fort<sup>144</sup>. En canvi, la relació nen/a i família, a mesura que els primers es van fent grans, sobretot a partir dels 11-12 anys, ja no és tant forta, passant aquesta a un segon terme. Així, assistir a activitats d'oci o de lleure amb la família ja no és un fet tant comú, atès que el nen o nena prefereix fer-ho amb els amics<sup>145</sup>. Com a tret diferencial cal destacar el cas del museu d'Arqueologia, que registra el percentatge més alt de visites familiars amb nois i noies en la franja d'edat superior als 11 anys. En el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, tot i que la seva temàtica tal com hem pogut veure en les butlletes d'opinió interessa per igual a petits que a grans, en el 10% de les visites registrades ha estat el nen o nena qui ha promogut dins el grup familiar la visita al museu. Sabent que el poder de decisió i la capacitat d'influir en la presa de decisions de les famílies és un rol que

---

<sup>142</sup> Partint de la base que considerem família al grup format per com a mínim un adult i un nen, i que les famílies estudiades en aquest treball, són aquelles que tenen com a mínim un nen amb edats compreses entre els 5 i els 12 anys. Tal i com apunta Roigé (2006), cal tenir en compte la varietat de famílies que existeixen a la nostra societat. Per això partim de la base que els nens/es i les famílies que analitzo, són aquelles que tenen la possibilitat de fer la "visita en família" dins el conjunt general de "nens/es de 5 a 12 anys".

<sup>143</sup> [http://www20.gencat.cat/docs/empresaocupacio/20%20-%20Turisme/Observatori%20turisme/Recerca%20i%20estudis/Documents/Arxius/2011\\_PerfildemandaCatestiu.pdf](http://www20.gencat.cat/docs/empresaocupacio/20%20-%20Turisme/Observatori%20turisme/Recerca%20i%20estudis/Documents/Arxius/2011_PerfildemandaCatestiu.pdf) (data de consulta: 29-5-2012)

<sup>144</sup> <http://www20.gencat.cat/portal/site/familiaescola> (data de consulta: 9-4-2012)

<sup>145</sup> <http://www20.gencat.cat/portal/site/familiaescola> (data de consulta: 9-4-2012)

acostuma a anar més associat als grans que als petits, podem constatar que el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona interessa més als nens més grans que als més petits, la qual cosa podria ajudar a explicar perquè és el museu que registra un major nombre d'entrades de nens i nenes més grans.

A la banda contrària, es troba el Museu del Cinema, on els seus visitants tenen majoritàriament edats per sota dels 6 anys. El museu del Cinema és un museu que fomenta a través del seu tipus de muntatge expositiu la interacció de l'individu amb el museu, compta amb una museografia que propicia les relacions amb aquest segment de públic i difon la imatge d'un museu pensat per a nens, amb manipulables i interactius, que reflexiona sobre l'evolució dels espectacles amb imatges en moviment<sup>146</sup>.

El volum més alt de visites el registren les famílies que provenen del territori català (43%). Molt a prop se situen les que provenen d'arreu de fora del territori espanyol (42%). L'afluència de visitants estrangers és importants però es troba lluny dels percentatges registrats en llocs om Barcelona, on en els estudis de públic realitzats al Museu d'Història de la Ciutat de Barcelona i al Museu Marítim de Barcelona els percentatges de visitants residents fora d'Espanya són més alts: 77-83% al museu marítim (Laporte, 2003, 327) i 66% al Museu d'Història de la Ciutat de Barcelona (Asensio i Pol, 2003, 318).

Un aspecte interessant a destacar, és que les famílies residents a les comarques gironines, i per tant el públic local dels museus, són les que menys visiten aquests museus, registrant tan sols el 14% de les visites totals. Si comparem aquestes dades amb les registrades en altres estudis efectuats en jaciments arqueològics situats al nord-est de la Península Ibèrica, veurem com el percentatge de visites del públic local als museus gironins també és inferior a la resta (Alcalde *et al.*, 2011, 133).

Aquesta tendència general es pot matisar segons si focalitzem l'anàlisi en cadascun dels museus gironins. Així, al Museu del Cinema és on hi ha menys entrades de famílies estrangeres. Per contra, el Museu d'Art de Girona és el que en registra més. El Museu d'Història de la Ciutat, en canvi, és el museu que registra més entrades de famílies residents a la mateixa ciutat. Aquests fets es poden explicar des del punt de vista dels itineraris i recorreguts que realitzen els turistes a la ciutat de Girona i de la temàtica del Museu. Tal i com apunten Galí i Donaire (2005, 29), els turistes de la ciutat de Girona realitzen bàsicament l'itinerari que descobreix indrets de la ciutat antiga com la Catedral de Girona i el carrer de la

---

<sup>146</sup> <http://www.museudelcinema.cat/index2.htm> (data de consulta: 29-5-2012)

força. El museu del Cinema no es troba dins el recorregut o itinerari bàsic dels turistes de la ciutat de Girona, la qual cosa no facilita la visita per part d'aquest segment de potencials visites. En canvi, el Museu d'Art de Girona, al trobar-se al costat de la Catedral, i en estar molt ben senyalitzat, sí que hi és present. El cas del Museu d'Història de la Ciutat, tot i situar-se al carrer de la força i dins els itineraris dels turistes de la ciutat, en no estar ben senyalitzat, pot passar desapercebut pel visitant. Per contra, el fet que sigui de temàtica gironina pot ajudar a explicar per què és el museu amb un volum de visitants locals més alt. Finalment, destacar el cas del Museu d'Història dels Jueus, on la totalitat de les visites de famílies amb nens que rep són de fora de la ciutat de Girona. Aquest museu és un referent per a turistes, però també per a les famílies que viuen fora de la ciutat de Girona, ja sigui de les seves comarques o de la resta de Catalunya. No obstant, a partir dels resultats analitzats, hem pogut observar com el museu dels Jueus crea poques sinèrgies amb les famílies de la mateixa ciutat, molt al contrari de les que crea amb el públic de fora la ciutat. Aquesta especificitat del museu dels jueus, pot explicar-se si es té en compte la projecció que en fa la ciutat de cara els visitants estrangers (Galí, 2005). El Call jueu i el museu són quasi parada obligada per les persones que visiten la ciutat.

Pel que fa a l'idioma que parlen les famílies, el 44% d'aquestes utilitza com a llengua vehicular el català, i en percentatges molt més llunyans, es troben altres llengües com el castellà, el francès, l'anglès, l'italià, l'alemany, etc. És interessant d'assenyalar, però, que de les llengües no oficials del territori, la més parlada és el francès (el 47% dels estrangers la utilitzen), seguida de l'anglès (21%). Aquest fet el podem posar en relació amb els resultats obtinguts en el jaciment d'Empúries (Aquilué i Monturiol, 2003, 334; Aquilué, Tremoleda i Monturiol, 2011, 113) o en el Teatre Museu Dalí de Figueres (Fundació Gala-Salvador Dalí, 2009, 76; 2011, 158), on el català i el francès són les dues llengües parlades amb més representació pels visitants. Això es pot explicar perquè la proximitat de la ciutat de Girona amb França facilita l'intercanvi de públic entre ambdós territoris<sup>147</sup>.

Les famílies que visiten els museus gironins ho fan bàsicament durant els períodes de vacances dels seus fills. El darrer estudi publicat d'Alcalde referent al consum cultural dels espanyols, també posa de manifest aquesta tendència (Alcalde, 2012, 263). Per una banda, ho fan durant les vacances escolars d'estiu, és a dir, als mesos de juliol i agost, i per l'altra, durant les vacances de primavera, que solen coincidir entre els mesos d'abril i de maig. Aquesta és una

---

<sup>147</sup> [http://www20.gencat.cat/docs/empresaocupacio/20%20-%20Turisme/Observatori%20turisme/Recerca%20i%20estudis/Documents/Arxius/2011\\_PerfildemandaCatestiu.pdf](http://www20.gencat.cat/docs/empresaocupacio/20%20-%20Turisme/Observatori%20turisme/Recerca%20i%20estudis/Documents/Arxius/2011_PerfildemandaCatestiu.pdf) (data de consulta: 29-5-2012)

tendència que s'ha constatat en altres indrets propers com Empúries, on el mes d'agost també és el mes que registra més visitants (Monturiol i Aquilué, 2003, 335). De fet, en un estudi realitzat recentment a la mateixa ciutat de Girona es va poder constatar que el mes d'agost és el període de l'any en el qual els museus de la ciutat reben més tiquets conjunts del Gironamuseus<sup>148</sup> (Alcalde, 2008, 88). Aquest és un patró que es pot estendre també a d'altres llocs. Per exemple, centres culturals com les esglésies romàniques de la Vall de Boí, els mesos d'agost, maig i abril són els que reben més visitants (Alcalde, Castellà i Rojas, 2010, 187). De tots els museus analitzats, cal destacar el cas del Museu del Cinema, ja que l'increment de visites en aquest període de l'any és molt superior a la resta de museus. Aquest fet es podria vincular a l'increment de publicitat que el museu fa de cares a l'estiu, efectuant una campanya de difusió molt més intensa que durant la resta de mesos de l'any, i també perquè durant els mesos d'estiu, aquest museu obre les portes ininterrompudament els 7 dies de la setmana.

Així, en el conjunt dels cinc museus, el 35% de les visites familiars s'han registrat durant el mes d'agost, el 20% el mes de juliol i el 12% al mes d'abril. Pel que fa a les vacances escolars de Nadal, hem constatat que no són una època escollida per visitar els museus. De fet, durant els mesos de desembre, gener i febrer els museus gironins registren l'entrada més baixa de visites de famílies. Aquests xifres i variables de la visita, ens confirmen pautes ja detectades en altres estudis realitzats en equipaments culturals i indrets turístics (Tarrús, i Brugada, 1989, 163; Aquilué i Monturiol, 2003, 330).

Les famílies residents a Catalunya (incloses les gironines) visiten sobretot els museus durant els mesos d'agost i abril. Aquestes fan la visita al museu en dies festius, sobretot els diumenges, i quan ho fan en laborables, acostumen a ser els dies que els nens i les nenes tenen vacances escolars. L'hora preferida d'entrada al museu varia en funció de si són gironins o de la resta de Catalunya. Els catalans entren al museu entre 11:00 i 13:00 h, i els gironins ho fan entre 11:00 i 14:00h.

Quan les famílies que resideixen fora de Catalunya visiten els museus de dilluns a dissabte, ho fan de 14:00 a 16:00h. En canvi, quan la visita la fan en diumenge o festiu, aquesta és a les 12:00h. D'aquestes, les famílies que viuen al territori espanyol (sense comptar els catalans) visiten els museus durant els mesos d'agost, juliol i abril i, sobretot, en dies laborables. Tot i

---

<sup>148</sup> El carnet Gironamuseus és un carnet conjunt que ofereixen els cinc museus de la ciutat de Girona. Aquest ofereix al visitant la possibilitat d'obtenir el 50% de descompte del preu dels museus de la ciutat, després d'haver adquirit una entrada sense descompte a qualsevol dels cinc museus que formen part del Gironamuseus: Museu d'Art, del Cinema, dels Jueus, d'Història i d'Arqueologia. A partir de la primavera de l'any 2012, la Casa Masó (casa natal de l'arquitecte gironí Rafael Masó ubicada al carrer Ballesteries de Girona) també ha entrat a formar part del Gironamuseus.



això, sabem que el dia de la setmana que prefereixen les famílies espanyoles per visitar els museus gironins és el dissabte, essent la forquilla horaria d'accés als museus entre les 13:00h i les 17:00.

Les famílies que resideixen fora del territori espanyol visiten els museus durant els mesos de juliol, agost, abril i maig. De forma diferenciada a la resta de famílies, les estrangeres també visiten els museus gironins durant els mesos d'octubre, novembre i juny, coincidint amb les seves festes escolars locals. El dia de la setmana que les famílies estrangeres seleccionen per a la visita als museus són: els dimarts, els dijous i els divendres, tots ells laborables. A més, aquestes famílies entren a fer la visita al museu entre les 11:00 i les 17:00h, d'aquestes les 12:00 i les 15:00h són les hores amb més entrades.

Amb tot això, volem exposar un fet que creiem important i alhora condicionant de l'hàbit de la visita familiar als museus gironins. Tal i com posen de manifest diferents estudis realitzats sobre els hàbits d'entreteniment dels catalans<sup>149</sup>, se sap que les famílies tendeixen a viatjar durant el període d'estiu (que és quan nens i pares tenen més dies de vacances). En canvi, durant les vacances anuals de menys durada, en haver-hi molts pares que han de treballar, les vacances les passen a la mateixa ciutat complementant-les amb excursions d'un dia o d'un matí o tarda (Observatori de Turisme de Catalunya, 2010, 25). Així, durant les vacances de Nadal, en parlar de famílies amb nens, aquestes tendeixen a quedar-se a la ciutat, i assistir a actes que formen part de la tradició local per una part important de la població<sup>150</sup>. Pel que fa a les vacances de Setmana Santa, aquestes es passen a la mateixa ciutat de residència o zones properes<sup>151</sup>. Això justificaria l'increment de visites familiars locals durant les vacances de Setmana Santa en museus com el d'Història, però també la seva distribució més regular al llarg de l'any en comparació amb els residents forans, ja que al trobar-se a la mateixa ciutat, les famílies locals poden realitzar la visita qualsevol dia de l'any. En canvi, el comportament dels estrangers ve molt condicionat per la seva activitat turística. Si visiten la ciutat durant uns dies d'estiu, la visita als museus també s'haurà de programar durant l'estada a la ciutat, concentrada bàsicament durant els mesos de juliol i agost (Farró, 1993, 52).

En un altre sentit, i essent conscients que el lloc d'origen de les famílies condiciona uns determinats hàbits de visita, hem de saber que quan parlem de l'hora d'entrada al museu, cal

---

<sup>149</sup> [http://www.fundacc.org/docroot/fundacc/pdf/dieta\\_mediatica\\_i\\_cultural\\_joves\\_2010.pdf](http://www.fundacc.org/docroot/fundacc/pdf/dieta_mediatica_i_cultural_joves_2010.pdf) (data de consulta: 14-5-2012)

<sup>150</sup> [http://www.unae.cat/ct/inici/consum/22.php?id\\_pagina=22&id\\_tribuna=42](http://www.unae.cat/ct/inici/consum/22.php?id_pagina=22&id_tribuna=42)(data de consulta: 29-5-2012)

<sup>151</sup> [http://www.unae.cat/ct/inici/consum/22.php?id\\_pagina=22&id\\_tribuna=42](http://www.unae.cat/ct/inici/consum/22.php?id_pagina=22&id_tribuna=42) (data de consulta: 29-5-2012)

tenir en compte altres factors. Per exemple, la idiosincràsia del grup. Amb aquest estudi hem constatat que si a la família hi ha més nens o nenes amb edats entre 0 i 8 anys la visita es realitza abans de les 12:00h. En canvi, si a la família hi ha menys nens/es, o aquests tenen edats entre els 9 i els 15 anys, la visita es realitza a partir de les 12:00h. Aquesta preferència horària pot anar molt lligada amb motius relacionats amb els hàbits familiars. Com més nens petits hi ha a la família, potser per conciliar amb els àpats, més d'hora es realitzen les activitats de lleure; en canvi, com més grans són, més tard.

Analitzant també la durada de la visita, sabem que predominen per sobre la resta, dues tipologies de famílies. Per una banda, hi ha les famílies que destinen menys de 15 minuts en visitar el museu (el 21%), i unes altres que destinen entre 45 i 60 minuts (19%). Aquests resultats es poden posar en relació amb les dades obtingudes en l'estudi d'Alcalde i Rueda (2004, 51) dut a terme al museu d'Art. Així, en aquest estudi de públic es posa de manifest que el públic general destina una mitjana de 41 minuts a visitar les seves sales d'exposició permanent. Un altre estudi interessant per a aquest treball és el de Galí (2004, 17) en què exposa el temps que els turistes destinen en realitzar un determinat itinerari a la ciutat de Girona. Aquest estudi posa de manifest que la durada de la visita a la ciutat de Girona condiciona que els turistes no destinin més de 44 minuts en visitar un equipament cultural, monument, museu o espai patrimonial, i que a la ciutat de Girona no hi estiguin més d'un matí o d'una tarda. Asensio i Pol (2003, 318), en un estudi realitzat al Museu d'Història de la Ciutat de Barcelona, considera que el temps total de permanència és de 50 minuts. Finalment, al Teatre-Museu Dalí de Figueres el 43% dels seus visitants hi destina aproximadament una hora (Fundació Gala-Salvador Dalí, 2011, 160). Així doncs, la durada de la visita als museus de Girona s'emmarca en la durada habitual d'estada en altres museus i se circumscriu amb el temps que disposen els turistes per visitar un museu o bé patrimonial de la ciutat de Girona.

Finalment, pel que fa a la motivació principal de les famílies alhora d'explicar la seva visita a un museu, aquesta ve molt condicionada pel lloc de procedència de les mateixes. Així, les famílies residents fora de Catalunya declaren que la seva principal motivació de la visita és el turisme, tal i com també exposa Alcalde (1995, 33) en el seu estudi sobre els museus d'arqueologia catalans. En canvi, les residents al territori català, ho fan principalment per oci, un comportament també observat en un estudi de públic realitzat recentment a la Ciutadella de Roses (Puig, 2011, 120). Així doncs, la diferència entre turisme i oci només s'estableix segons la procedència del que ho manifesta, encara que les activitats acabien essent les mateixes.

Tal i com apunta l'estudi sobre hàbits de consum realitzat sobre els joves catalans<sup>152</sup>, i el realitzat per Tarragó i Montañé (1999, 100) sabem que la visita familiar als museus, forma part de la planificació de les activitats de lleure de la família, competint amb altres atractius com pot ser el shopping, la pràctica esportiva o els cinemes. Per aquest motiu, molts d'ells destinen el dissabte a un tipus d'activitat que no es podria dur a terme els festius pel matí perquè tanquen les portes (com els centres comercials). En canvi, destinen el diumenge al matí a visitar els museus, que sempre estan oberts i és quan aquests programen més activitats familiars. Altres aspectes que promouen la visita als museus és l'interès que desperta el museu a tots els membres de la família (detectat en el 20% dels casos), o la gratuïtat de l'entrada en dies assenyalats, com el cas d'un diumenge al mes. A mode de detall, i relacionant l'educació no formal entre museu i escola, assenyalem que tan sols en l'1% de les famílies, el nen havia visitat prèviament el museu amb l'escola. Així doncs, la motivació turística i/o l'oci és bàsicament la causa general de les visites familiars als museus gironins. De fet, un recent estudi de la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya sobre la caracterització de la demanda turística a Catalunya, posa de manifest que el 47% dels turistes que arriben a Catalunya són famílies amb nens. Un percentatge tant elevat que ha convertit Catalunya en destinació turística familiar<sup>153</sup>.

## **7.2. El context físic de la visita**

### **7.2.1. Context ambiental**

La temperatura mitjana de les sales dels cinc museus analitzats és de 26° i 47% d'humitat relativa a l'estiu, i de 18° i 46% d'humitat relativa a l'hivern. Si comparem aquests valors amb els que Mercado (1998, 81) considera com a òptims: 20° a l'estiu i de 18° a l'hivern, i la humitat relativa entre 35 i 65% a l'hivern i de 55-65% a l'estiu, podem constatar que existeixen certes diferències entre les existents i les que Mercado considera com a òptimes. El mateix autor apunta que entre 3 i 5° graus per sota o per sobre d'aquests valors disminueix el rendiment del nen i facilita l'aparició de la fatiga. El fet que els valors registrats als museus gironins no

---

<sup>152</sup> [http://www.fundacc.org/docroot/fundacc/pdf/dieta\\_mediatica\\_i\\_cultural\\_joves\\_2010.pdf](http://www.fundacc.org/docroot/fundacc/pdf/dieta_mediatica_i_cultural_joves_2010.pdf) (data de consulta: 14-05-2012)

<sup>153</sup> [http://www20.gencat.cat/docs/empresaiocupacio/20%20-%20Turisme/Observatori%20turisme/Recerca%20i%20estudis/Documents/Arxius/2011\\_PerfildemandaCatestiu.pdf](http://www20.gencat.cat/docs/empresaiocupacio/20%20-%20Turisme/Observatori%20turisme/Recerca%20i%20estudis/Documents/Arxius/2011_PerfildemandaCatestiu.pdf) (data de consulta: 29-5-2012)

s'ajustin als estàndards recomanats podria ser un dels factors, no l'únic, que propiciés que els nens i les nenes que visiten els museus gironins facin la visita a les sales de forma més ràpida, sense observar les UA amb minuciositat. La disminució del rendiment de la visita a les sales (a l'estiu hi ha una diferència de fins a 6°) pot justificar els valors obtinguts pel que fa a diferents pautes de comportament. Si ens fixem quina és l'eficàcia expositiva dels museus de la ciutat de Girona, observem com els nens i nenes observats es paren en el 32% de les UA i ho fan a la velocitat de 35 m<sup>2</sup> per minut. Si ens regim segons el barem establert per Serrell, citat per Pérez Santos (2000, 83) en el qual un índex de velocitat per sota dels 28 m<sup>2</sup> per minut, conjuntament amb un percentatge de visitants minuciosos major del 50%, indica un èxit important de l'exposició, podem adonar-nos que els museus de la ciutat de Girona es troben molt lluny d'aquestes premisses. També sabem que els nens i nenes s'han parat una mitjana de 17 segons davant una UA, amb contraposició als valors expressats per autors com Beer, citat per Pérez Santos (2000, 181), que consideren els 30 segons com un valor baix. A més, l'índex de reciclatge de les UA (Prats, 1989a; Pérez Santos, 2000) és tan sols del 22%, i els museus de la ciutat de Girona, compten només amb un 5% dels visitants observats que puguin ser considerats com a minuciosos (el visitant minuciós és el que es para en més del 50% de les UA de la sala) (Pérez Santos, 2000). Tot i això, cal assenyalar que estudis com els duts a terme per Prats (1989a, 90) o per Asensio, Pol i Gomis (2001, 51) posen de manifest valors molt similars als registrats en aquest treball.

### **7.2.2.1. Context acústic**

Alguns autors com Siegel (1973, 209) consideren que la música als museus és un factor d'agradabilitat i altres com Torralba (1996, 55) consideren que el silenci pels nens i nenes pot semblar estrany i cal emmascarar-lo. És per aquest motiu que hem estudiat el comportament del nen o nena a les sales del museu en funció de si hi ha música o no. Pel que fa als dibuixos d'opinió, omplerts pels nens i nenes sobre el que els hi ha agradat més, hem constatat que a les sales del museu on hi havia música de fons, els nens i les nenes manifestaven que els agradava algun element dels que s'hi troben al seu interior. A més, a les sales dels museus on hi ha música (la sala 1 del museu del cinema), les relacions socials i l'intercanvi de coneixements i experiències es duen més a terme que a les sales on no n'hi ha, coincidint amb els postulats de Maxwell i Evans (2000, 96). Tot i que la diferència no és massa gran, en concret, hem observat com a la sala 1 del museu del Cinema i a la sala 1 del museu dels Jueus

(sales on hi ha música de fons) els nens i nenes han compartit un 16% més d'informació que a les sales 1 dels altres 3 museus.

#### **7.2.2.2. Context lumínic**

La llum és un altre aspecte interessant a detallar, si volem descriure els comportaments dels nens i nenes a l'interior d'un museu. Així, sabent que en una sala d'exposicions hi hauria d'haver una il·luminació entre 150 i 500 lux (Mercado, 1998, 221), que els elements lluminosos haurien d'estar entre 25 i 30 lux, que les maquetes i els manipulables haurien d'estar a uns 100 lux (Latoya Fernández-Luna, 2009, 153), apreciem que de les UA més visitades, la maqueta d'una vil·la romana del museu d'Història es troba a 96 lux i els manipulables de la sala 2 del museu del cinema es troben a 293 lux. També, sabem que les pintures a l'oli haurien d'estar a uns 200 lux (Puente García i Rodríguez, 2009, 167) i en canvi, les pintures a l'oli de la sala 3 del Museu d'Art de Girona estan a 330 lux. Finalment, també hem observat que les dues imatges il·luminades de la sala 3 del museu dels jueus es troben a 500 lux, constatant així que la correcta il·luminació de les UA, propicia que els nens i les nenes s'hi estiguin més estona observant-les. Exemples els trobem amb les UA més repetides, les que hi han dedicat més temps i les que han estat més visitades. La majoria d'elles compten amb una correcta il·luminació: vitrina amb quetubà del museu dels Jueus, maqueta de la vil·la romana del museu d'Història, UA núm. 68 del Museu del Cinema (els dies que va estar oberta al públic)... No obstant, també és interessant assenyalar que moltes de les UA on quasi els nens i nenes no hi han parat, la il·luminació també era correcta. Per exemple, l'estructura de ferro amb textos i imatges de la sala 2 del Museu d'Història de la Ciutat, vitrines parietals amb titelles per espectacles d'ombres de la sala 1 del Museu del Cinema, vitrines exemptes de la sala 1 del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, o escultures de fang de la sala 3 del Museu d'Art de Girona. Així, sabem que una correcta il·luminació de la UA contribueix a que el nen o nena la observi més estona. No obstant, cal tenir en compte altres factors que conjuntament també poden condicionar el comportament: la presentació, la ubicació, la temàtica o l'afinitat.

#### **7.2.2.3. Context cromàtic**

Pel que fa a la relació entre colors i llum, hem pogut observar com en general al museu del Cinema, un museu amb un alt índex de visites familiars, existeix una combinació entre

il·luminació artificial de baixa intensitat (40 lux de mitjana a les sales) amb una decoració basada amb colors càlids com el taronja. López (1998, 84) considera que la combinació d'aquests dos factors propicia la sensació d'agradabilitat. En aquest museu, és on hem detectat més casos on els nens i les nenes repeteixen la visita a les UA de la sala. En canvi, a la sala 3 del museu dels Jueus, es combina llum artificial de forta intensitat (90 lux a la sala) amb colors càlids a les parets (com el vermell). I el resultat és que aquesta sala del museu és una de les sales on menys temps han destinat a visitar-la (73 segons de mitjana). Tot i això, cal assenyalar que el Museu d'Història dels Jueus és l'únic museu que utilitza la llum indirecta de forma contínua per destacar imatges (la il·luminació de la imatge no prové d'un focus extern situat al sostre, sinó que prové de la part interna de l'estructura parietal que subjecte la imatge). Del total dels dibuixos d'opinió recollits, aquest museu i el d'Història han estat els únics on els nens i nenes visitants han deixat constància tant dels objectes, maquetes, etc. com de les fotografies i dibuixos a color retroil·luminats.

En aquest mateix sentit, sabem que als nens i a les nenes els atrauen les UA on hi predominen els colors blau cel, groc i carabassa, en canvi, no els hi agraden massa aquelles UA de colors marró, negre, gris fosc.... ja que els hi transmeten emocions negatives. Aquests resultats són similars als arribats pel director del Gesellschaft für Rationelle Psychologie de Munich (Ertel, 1973, 7) i pels investigadors Srivastava i Peel (1968) i Boyatzis i Vargheses (1994, 77) on estableixen pautes de conducta substancialment diferents pel que fa a la resposta de moviment, transmissió d'emocions i capacitat d'atenció de les persones en funció del color.

De les UA més visitades hi trobem la fotografia del micvé de Besalú de la sala 1 del Museu d'Història dels Jueus (amb predomini del color blau), la imatge de la inquisició de la sala 3 del Museu d'Història dels Jueus (destaca el tendall de color groc) o el Tarlà del Museu d'Història de la Ciutat amb predomini dels colors blau i groc. Autors com Lawler i Lawler (1965, 31) i Cimbalo, Beck i Sendziak (1978) consideren el color groc com el transmissor d'alegria i que proporciona felicitat a l'individu. A mode de detall, i en relació a l'aportació feta per aquests autors, destaquem que en els museus on es va posar a l'abast del visitant retoladors de colors perquè els nens i nenes dibuixessin el que més els hi ha agradat, l'ús del retolador de color groc ha estat superior a la resta.

En un altre sentit, de les UA menys visitades hi destaca l'estructura de ferro amb textos i imatges de la sala 2 del Museu d'Història de la Ciutat (amb predomini del color negre) i els mapes de la sala 3 del museu dels Jueus, tots ells de color gris.

A més, les UA on hem detectat més interaccions amb els diferents membres del grup, han estat les UA on hi destacaven els colors blau, groc, verd i taronja (Ertel, 1973, 7). En són exemples la reproducció de taumàtrop de la sala 2 del museu del Cinema, on hi surt representat un ocell de color groc, i la maqueta del Call de Girona del Museu d'Història dels Jueus amb predomini del color verd i blau.

De les UA on els nens i nenes han destacat que els ha agradat, hem pogut observar com les UA que tenen elements daurats han estat vàries vegades representades (ceràmica daurada, retaules i pintures a l'oli del Museu d'Art de Girona, joies daurades del Museu d'Història dels Jueus i del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona), coincidint amb els postulats de Heller (2004, 156).

Pel que fa a la relació entre el color del text i els colors dels fons, hem pogut constatar que tot i que els nens i les nenes llegeixen molt pocs plafons amb text, els que sí que han llegit, han estat aquells que han emprat els colors càlids per apropar el missatge al visitant (Rico, 2003, 161). Un bon exemple és el text del bany ritual de la sala 1 del museu dels Jueus, amb lletra negra sobre fons de color crema. En canvi, els textos amb lletres de color blanc sobre fons de colors foscos, en semblar menys importants (Heller, 2004, 55), els nens i les nenes no l'han llegit (com el plafó amb text de l'obrador al baluard de la sala 2 del Museu d'Història o el text de l'efecte Phi de la sala 2 del Museu del Cinema). A nivell emocional, hem constatat que les sales on hi predominen els colors càlids (com la sala 1 del Museu d'Història de la Ciutat o la sala 3 del Museu del Cinema) és on els nens i nenes han visitat més UA (independentment del temps que han dedicat a observar-les), i també han estat més excitats a l'hora de fer la visita, tal com senyala San Juan (1998, 246) a nivell més general. En canvi, a les sales on hi predominen els colors freds (com la sala 1 del Museu del Cinema o la sala 3 del Museu d'Història), els nens n'han visitat menys, però hi han dedicat més estona, tot fent la visita a les sales més tranquil·lament, coincidint amb els postulats de Wexner (1954).

#### **7.2.2.4. Context escrit**

Els textos de les parets i de les cartel·les dels objectes, no han de proporcionar al nen o nena una sobrecàrrega informativa per evitar la disminució de l'atenció (Rodríguez, 1991, 124). Per tal de reduir l'esforç de llegir, les cartel·les haurien de figurar de forma aïllada, haurien d'estar ben contrastades amb el fons i haurien de comptar amb una bona il·luminació (Bitgood, 2000, 31).

Tot i que al llarg de les observacions fetes als nens i nenes visitants, aquests han parat davant una gran quantitat d'UA, hem pogut observar com es limitaven a observar objectes, i quasi mai a llegir la informació escrita de les cartel·les. En els dibuixos d'opinió hem pogut constatar aquest fet, ja que hem trobat majoritàriament representacions d'objectes i quasi no hem detectat dibuixos relacionats amb els conceptes narrats. També hem de tenir en compte que tot i que els més petits, (5, 6 i 7 anys), llegeixen amb lentitud, encara que sàpiguen llegir difícilment poden comprendre les paraules tècniques i les frases que els museus empen. Per exemple, al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona hem trobat un munt de dibuixos de calaveres, però en cap cas hem trobat la representació del crani humà en el seu context, és a dir, en relació a l'"Homo" del paleolític, tal i com apareix representat en el seu plafó explicatiu. A més, en moltes de les UA, el temps que han destinat a observar-les ha estat inferior al necessari per a poder llegir les cartel·les i contemplar la peça. Tot i que la mitjana de temps d'observació de les UA és de 17 segons, en moltes de les UA els nens i les nenes no hi han dedicat més de 5 segons: plafó introductori de la sala 1 del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, els capitells romànics de la sala 1 del Museu d'Art de Girona, les caixetes amb informació extra de la sala 1 del Museu d'Història dels Jueus , i les bandes de Cine NIC de la sala 3 del Museu del Cinema, i el plafó del Tarlà de la sala 2 del Museu d'Història de la Ciutat .

En el cas que la disposició de les cartel·les reduís l'esforç de llegir, aquestes tampoc han estat diana pels nens visitants. Tal i com ens posa de manifest l'anàlisi de les UA on hi ha hagut més intercanvi d'informació, sabem que els adults han d'explicar als nens i nenes el que hi ha escrit en els plafons amb text i a les cartel·les de les peces. Un exemple d'aquest cas és la il·luminació de les mateixes. Observant que els textos de les vitrines de les diferents sales del Museu del Cinema estan il·luminats entre 5 i 7 lux, podríem teoritzar de la manca de lectura dels textos per la falta d'il·luminació. Però observant amb més detall aquells textos que han estat ben il·luminats, i a més, aquells que destaquen per sobre d'altres objectes de la sala, constatem que la il·luminació no és un condicionant per a la seva lectura. Dos exemples que compleixen aquestes característiques són la cartel·la de les passarenes de bronze de la sala 1 del Museu d'Història de la Ciutat , amb una il·luminació de 360 lux, i el text introductori de la sala 3 del Museu del Cinema, amb una il·luminació de 852 lux i on en ambdós casos, quasi cap nen ha parat a observar-los.

Per a què els nens i les nenes visitants dels museus llegeixin els plafons amb textos, els continguts haurien de ser adequats a les seves edats, el vocabulari hauria de ser proper al que els nens i les nenes coneixen, aquests haurien d'estar col·locats a una alçada adequada per a la



seva edat. Així, els plafons haurien d'estar situats com a màxim a 1,22 m d'alçada, recomanant que aquests estiguin al voltant d'1 m, que és el que es considera la banda visual correcta (Neal, 1976, 193). Tot i que és molt difícil establir unes pautes comunes en la disposició dels plafons dels museus de la ciutat de Girona, la tendència general és que els plafons estan situats a una alçada de 1,3 – 1,7 m, tenen molta lletra i recorren a l'ús de colors per diferenciar i contrastar la lletra del fons. Tot i això, és interessant assenyalar el cas particular dels plafons del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona: aquests es troben tots a una alçada de 1,4 m del terra, i combinen el text amb dibuix i fotografia. Tot i no trobar-se a l'alçada recomanada per a una lectura fàcil per nens i nenes, la disposició didàctica del mateix en propicia la lectura. Tot i això, cal considerar que el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona és el museu que ha registrat l'entrada de visites familiars amb membres del grup més grans. És a dir, la forquilla d'edat dels nens i les nenes es mou entre els 11 i els 12 anys, edats que porten implícites unes alçades més superiors a la resta de nens.

En canvi, textos que no han estat observats com el de l'efecte Phi del Museu del Cinema o del Pla Perpinyà del Museu d'Història de la Ciutat, es troben a una alçada de 1,18 m i a tocar del terra respectivament, alçades més similars a les proposades per Neal (1976), però que no han promogut la seva lectura. La causa podria anar molt relacionada amb l'interès del nen/a per un determinat tema del museu o que la presència de determinats objectes de la sala atrau més l'interès del nen. No obstant, autors com Borun i Miler (1980 en Pérez Santos, 2000, 185), consideren que els visitants, no específicament infants, no llegeixen més del 18% dels textos. Aquesta podria ser una de les principals causes perquè molts plafons de textos i cartel·les no han estat llegits.

Relacionant les dades obtingudes sobre la llengua que parlen els visitants familiars dels museus amb la lectura dels textos, podem observar que la segona llengua més parlada és el francès, després del català. En els museus on els textos estan traduïts a diferents idiomes, molts no contemplen el francès (com per exemple el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, el Museu d'Història de la Ciutat, el Museu d'Art de Girona i el Museu d'Història dels Jueus ). Aquesta podria ser una causa de no lectura de textos, tot i que no es pot generalitzar, ja que per exemple al museu del Jueus, destaca el 16% de les seves visites que parlen en hebreu, però a les sales no hi ha cap text traduït a aquesta llengua. Tot i això, hem pogut constatar que els nens/es hebreus tampoc llegeixen textos.

Així doncs, podem saber que els nens i nenes visitants als museus gironins, no llegeixen les cartel·les de les peces, ni els plafons, encara que estiguin traduïts a diferents idiomes. Aquests

no són del seu interès, com ho constaten els plafons amb text de la sala 3 del Museu d'Història dels Jueus, disposats monòtonament a la sala i on cap nen i nena ha parat a llegir-los. No obstant, cal assenyalar una excepció, els plafons del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, que tot i no registrar valors molt alts respecte a la resta de museus, els seus plafons han estat observats per més nens i nenes. Aquests segueixen algunes de les premises que diferents investigadors ja han posat de manifest: els plafons on els visitants s'hi paren més expliquen només allò important (Miles, 1988, 81), el llenguatge emprat és planer i entenedor (Screven, 1992), la majoria consten d'un sol paràgraf de 4 o 5 línies màxim (Asensio i Pol, 2002, 126), i combinen text amb imatges didàctiques (Gilmore i Sabine, 1992, 207).

### **7.2.2.5. Context espacial**

Pel que fa als manipulables adreçats als nens i nenes de 5 a 12 anys haurien d'estar a una alçada de 1,02 m i a 0,46 m del terra (Ruth, 2000, 51). En el cas dels interactius del Museu del Cinema, i en els interactius dels cinc museus on hi ha hagut més repeticions, observem com aquests es troben a una alçada d' 1 m del terra (el teatret d'ombres de la sala 1), de 0,80 m (la taula amb manipulables de la sala 2 del Museu del Cinema) i de 1,10 m (les joguines òptiques de la mateixa sala i museu). Per tant, l'interactiu de la sala 1 del Museu del Cinema que quasi no ha registrat observació ni manipulació, el dels teatrets d'ombres (Núm. 8), es troba arran de terra, una alçada molt per sota de la recomanada per l'autora. Els dos museus on els nens i nenes han tingut més problemes per veure un determinat objecte, ha estat al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona i al Museu d'Art de Girona. Al d'Arqueologia, hem detectat dificultats d'observació en determinats objectes disposats en prestatges de vidre situats entre 1,20 i 1,30 m del terra, i en el Museu d'Art de Girona, tot i respectar l'alçada on s'ubica l'objecte, el problema rau en la forma com es presenta. La UA núm. 26 Ecce Homo, tot i trobar-se a una alçada de 90 cm del terra, està disposada de forma totalment horitzontal. Tot i que un fet condicionant pot ser l'interès que desperta al nen, la disposició impossibilita la total observació i manipulació de l'element per part de nens i nenes d'edats inferiors als 7 i 8 anys.

Per parlar de la dimensió dels materials i de la distribució dels objectes en l'espai, tot sovint hem de considerar la sala com un ens que engloba moltes UA. Així, el Museu del Cinema, el museu que registra més observacions d'UA a les seves sales, dissenya la sala 1 de forma que no fomenta la fatiga tot trencant la monotonia i essent el propi espai qui narra els conceptes (Falk i Dierking, 1992, 60). Ho aconsegueix gràcies a la combinació de llum animada i llum

estàtica, creant espais de claror i espais de foscor sobretot a l'inici de la mateixa (Winkel *et al.*, 1975, 146). Combina la simetria i l'asimetria per presentar els objectes a les vitrines, així com les formes rectes i estretes, presents en els objectes de formes regulars (Rico, 2007, 248). A la sala 2 del Museu d'Història de la Ciutat, per exemple, algunes de les peces es disposen en posició elevada (Rico, 2007, 248), i fins i tot, amb una il·luminació especial: l'àngel de la Catedral (100 lux) o el Tarlà, coincidint aquestes amb les UA més visitades de la sala 2, i també, amb les peces que han registrat més repeticions. Així doncs, la distribució dels objectes a la sala, condiona determinades pautes de comportament.

Els recorreguts fluides i sense massa canvis de direcció, són els que permeten al nen visitant no perdre's ni destinar massa temps en trobar l'inici o el final de la visita (Bitgood, 2006). En el cas dels museus de la ciutat de Girona, els nens i les nenes no demanen per anar al lavabo durant la visita a les sales, per tant, no han de modificar-ne el recorregut per buscar on és. No obstant, l'11% dels nens observats han començat la visita a les sales en la direcció oposada a la recomanada pel museu. La majoria de les situacions s'han donat en espais on la senyalització de les sales i l'explicació del recorregut de la visita no ha estat prou clar. Aquest fet s'ha detectat sobretot al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona on 1 de cada 4, ho fa. A més, el 100% dels casos ha estat perquè han iniciat la visita girant a la dreta, tal i com Melton (1935) exposava la tendència general a girar cap a la dreta, o perquè entenent el recorregut com a lliure, han realitzat el menor nombre de passes fent el que els investigadors anomenen "economia de moviment" (Bitgood, 2006, 472). Aquest últim comportament l'hem observat sobretot a les visites de la sala 3 del Museu d'Història de la Ciutat, on a més, hem constatat la tendència generalitzada de caminar en línia recta. En aquesta sala del museu, la disposició de les UA no segueix un ordre de visita ni un circuit tancat. Com tampoc ho fa el recorregut cronològic per les sales, que s'adapten a l'arquitectura de l'espai, al tractar-se d'un antic convent reconvertit a museu. Aquest pot ser el motiu pel qual moltes de les UA de les sales, no hagin estat vistes pels nens i nenes (al Museu d'Història de la Ciutat s'han vist el 52% de les UA i al d'Arqueologia el 64%, valors inferiors al 77% de mitjana als cinc museus de la ciutat).

Així doncs, els recorreguts que no permeten la opció múltiple, i que des d'un bon principi t'obliguen a seguir una direcció fixa, com el Museu del Cinema, són els que presenten menys problemes i on els nens i nenes visiten més UA (el 100% de les UA han estat vistes pels nens). En aquest cas, el museu s'ubica en l'antic edifici de les aigües i avui custodia la col·lecció de pre-cinema. No obstant, el recorregut temàtic d'aquest museu ha estat dissenyat de forma tancada, sense permetre al visitant que esculli la direcció de visita. En aquest museu, quan

s'adquireix l'entrada, s'explica al visitant el recorregut a seguir. Un ascensor el transporta al tercer pis, i a mesura que visita la sala de forma circular i seguint els rètols que així ho senyalitzen descendeix un pis fins arribar a la planta de carrer.

També, en relació a les sales dels museus, sabem que com més UA hi ha a les sales, més probabilitats hi ha que el nen es fixi en elles (al Museu d'Història de la Ciutat, el museu amb més UA, cap nen ha visitat les sales sense haver vist cap UA). A més sabem que a l'inici de la visita és quan s'observen més UA, i on hi ha més visitants minuciosos. Això coincideix amb els postulats de Falk i Dierking (1992, 60) que consideren la primera fase de la visita com la de la orientació i la d'observar atentament. Els autors suara citats parlen de la tercera fase de la visita, moment en què apareix el cansament. Falk i Dierking consideren aquesta la quarta fase de la visita, moment en què apareix la "fatiga de museu" (Gilman, 1916) i els membres del grup parlen de temes diferents als del museu. Segons les dades obtingudes en el nostre estudi, tot i que les UA de les primeres sales dels museus són les que tenen més poder d'atracció al visitant, i són les sales on els nens i nenes dediquen més temps de visita (en especial al Museu d'Història dels Jueus i al Museu del Cinema) i fan la visita més lentament (com el Museu d'Història dels Jueus), és a les darreres sales on aquests reparteixen millor el seu temps de visita. Això significa que a mesura que avança la visita, el nen va seleccionant el que vol veure en funció del temps que li resta o del cansament que té.

L'excepció però, la trobem als Museus d'Arqueologia i d'Història. El Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona és el museu on les 3 sales registren percentatges molt similars pel que fa al nombre d'UA vistes per sala. El motiu pot anar associat a la museografia de les sales. Aquesta és molt igual a totes elles, la qual cosa dificulta l'inici d'una i el final de l'altra. En el Museu d'Història de la Ciutat en canvi, la sala 3 té elements de grans dimensions que criden l'atenció del nen, i fan que aquest visiti un percentatge més elevat d'UA, trencant així amb els postulats de Gilman i la *fatiga de museu*.

A les sales 1, situades totes elles a l'inici del recorregut museogràfic del museu, els nens i nenes que hem observat han prestat atenció al 83% de les UA (dedicant una mitjana de 22 segons per cada UA), a les sales 2 dels museus, situades a la meitat del recorregut, el 87% (amb una mitjana de 16 segons per cada UA), i finalment, a les sales 3 situades al final del recorregut, el 68% de les UA (amb una mitjana de 13 segons). També és a les primeres sales on es fa la visita amb més minuciositat, on es registra l'índex de reciclatge més alt, i on hi ha una major eficàcia expositiva (els nens i nenes les visiten a una velocitat de 44m<sup>2</sup> per minut, un valor molt per sota dels 28 m<sup>2</sup> per minut de Serrell (1997)). Tot i això, constatem que l'índex de

velocitat de les sales dels cinc museus és de  $0,6\text{m}^2/\text{s}$ , un índex molt semblant al proposat per Serrell (1993, 142) de  $0,5\text{ m}^2/\text{s}$ . Així podem considerar que els visitants han tingut temps suficient per assegurar una adequada adquisició dels continguts de les UA de les sales.

Per tant, hem pogut constatar que a l'inici de la visita, els nens i nenes tenen més energia i visiten el museu amb més minuciositat, convertint l'exposició amb efectiva. En canvi, a mesura que avancen les sales, el cansament apareix i la visita es fa més ràpidament, observant les UA amb menys detall, compartint menys informació, preguntant menys als membres acompanyants, tocant menys i repetint menys l'observació de les UA. Com hem pogut veure doncs, i tal i com expressen diferents estudis relacionats amb la *fatiga de museu* (Gilman, 1916) o la minuciositat i el recorregut de la visita al museu, les primeres sales es visiten amb detall, i a partir de la meitat del recorregut, aquesta es fa de forma menys minuciosa.

Les famílies que visiten els museus gironins en el marc d'una visita no organitzada, no utilitza plànols ja que s'orienten prèviament gràcies a les indicacions fetes pel personal que els hi ven l'entrada. Autors com (Falk, 1988, 64) i (Rico, 2007, 238), també han posat de manifest aquest comportament.

La visita a les sales dels museus de la ciutat de Girona no té una durada superior als 20 minuts, tal i com també apunta Serrell (1997), i molt poques famílies hi destinen més de dues hores, com afirmen Miles i Tout (1992) (només hem contemplat algun cas al Museu del Cinema). Aquests resultats són similars als arribats per Gottfried, Laetsch i Rosenfeld (1980) al *Science Museum* de Berkeley, California (EUA).

Segons Falk (1982b, 274), el temps que es dedica a observar una UA és de 30 segons, existint una diferència pel que fa a la tipologia d'aquesta: 2,7 segons a llegir un plafó amb text (en el cas dels resultats recollits en els cinc museus de la ciutat de Girona, sabem que els nens i nenes destinen 9 segons a llegir un plafó amb text), 44,7 segons a observar un objecte de 3 dimensions (en els museus gironins, 12 segons a observar un objecte de 3Dimensions), i entre 14 i 24 segons a manipular (15 segons a manipular en els museus gironins) (Pérez Santos, 2000, 181). Tenint en compte que aquests valors són mitjanes dels cinc museus analitzats, és interessant d'assenyalar casos particulars. Per exemple, al Museu del Cinema, on hi ha molts manipulables, els nens i les nenes només destinen 5 segons en observar objectes de 3 dimensions (la mitjana es troba amb 12 segons). Això significa que tot i fer augmentar el temps de visita a les sales, la presència de manipulables eclipsa la possible observació d'objectes a l'interior de vitrines. I és que el Museu del Cinema, tot i ser el museu on els nens i les nenes

toquen més, on manipulen més, i on s'hi estan més estona, també és el museu on hi ha menys visitants minuciosos.

En el global dels 5 museus, també podem reflexionar sobre el temps de manipulació dels manipulables. En els museus on els manipulables són artefactes per aprendre remenant, la mitjana de temps que hi dediquen és de 35 segons, en canvi, aquells manipulables que consisteixen en textos per ampliar continguts, la mitjana de temps es troba al voltant dels 2 segons (la mitjana de temps que destinen els nens i nenes a manipular és de 15 segons).

Finalment, pel que fa als plafons amb text, cal assenyalar que al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, és on es dedica més temps a llegir (20 segons), valor molt alt si el comparem per exemple amb el Museu d'Art de Girona, on es destina la mitjana més baixa: 2 segons.

Així doncs, i partint de la base que l'exposició permanent dels museus compta amb el 62% d'objectes 3D, 28% de textos en plafons i 10% de manipulables, sabem que els nens i les nenes que visiten els museus gironins, destinen tan sols el 4% del seu temps a la lectura de plafons, un percentatge molt inferior al que destinen a la manipulació i a l'observació d'elements 3D.

Si es vol que el nen i la nena se sentin a gust a l'interior de les sales del museu, cal que aquestes tinguin un disseny divertit (Linholm, 1995, 27), que el recorregut sigui curt, que s'empri el llenguatge del joc i que es proporcioni material complementari que sigui coherent amb el discurs (Rico, 2007, 117). L'aspecte del joc ha estat constatat per les butlletes d'opinió, on els nens han dibuixat el que els hi ha agradat més: el joc del puzzle i la fitxa-itinerari de les flors del Museu d'Art de Girona, així com el teatret d'ombres i totes les rèpliques manipulables de joguines òptiques del Museu del Cinema, on la descoberta mitjançant la manipulació els permet aprendre jugant.

També cal que l'espai proporcionï al nen o nena un bon descans físic, visual i psicològic (Rico, 2007, 241) per poder llegir i recrear visualment el coneixement adquirit (Rico, 2008, 178). La manca per exemple, de finestres i obertures a l'exterior, pot causar als nens/es sensació d'insatisfacció, fer reduir el rendiment (Pritchard, 1964) (Gilmartín, 1998, 225) i fer augmentar el cansament psicològic.

Amb els resultats obtinguts als cinc museus de la ciutat, hem constatat que tan sols en el 5% dels seguiments hem detectat senyals d'avorriment i que malgrat la presència de finestres pocs nens i nenes mirin a través seu. Sabem que només el 16% dels nens hi ha mirat, sobretot

a l'inici de la visita al museu. A més, hem pogut constatar la capacitat d'aprenentatge de les sales que tenen finestres i les que no (Boisvert i Slez, 1995, 504). S'ha pogut registrar que les sales dels museus on hi ha finestres, els nens han dedicat una mitjana de 19 segons en observar una UA, en canvi, a les sales dels museus on no n'hi ha, tan sols 14. A trets generals els nens miren poc a través de la finestra.

A més, allà on hi ha espais per seure, els nens i nenes s'han assegut. El temps que hi han destinat és de 52 segons de mitjana, tot i que la tendència general ha estat d'asseure's durant l'interval de 12 a 15 segons. Tot i això, no hi ha hagut massa relació entre el temps que han estat asseguts, amb el moment de la visita al museu (inici o final), per tant, no hem pogut establir cap paral·lelisme amb els postulats de Gilman (1916) i la *fatiga de museu*.

El 44% dels nens que visiten les primeres sales dels museus, s'han assegut. A més, de les sales amb audiovisuals i cadires per seure, els nens i les nenes s'han assegut en el 44% dels casos, i a les sales que no hi havia audiovisuals però sí cadires, només ho han fet el 23%. Així doncs, els nens s'asseuen quan ho combinen amb una altra activitat com: fer la fitxa-joc-itinerari, mirar un audiovisual o parlar amb algun membre del grup. En comptades ocasions ho fan només per descansar. Per tant, als nens i a les nenes els agraden les recreacions visuals i s'asseuen per veure-les: ho posen de manifest els dibuixos fets pels nens dels audiovisuals del Museu d'Història de la Ciutat, dels Jueus i del Cinema. No obstant, hem pogut constatar que les recreacions històriques agraden a totes les edats i els audiovisuals de format documental agraden més als grans.

### **7.2.2. Elements complementaris a la visita**

Complementant l'apartat anterior, el comportament dels nens i nenes a les sales dels museus, varia en funció de si es realitza sol o amb l'ajuda d'un element extern que orienta o dirigeix .

Pel que fa a l'ús de l'itinerari de les flors, o el que seria el mateix, d'una "fitxa-joc", adaptada als nens, i que permet descobrir detalls d'algunes de les peces exposades, aquesta afecta directament al comportament del nen/a. Això ho constatem perquè el temps que dediquen a observar les sales és més d'un 63% del que ho farien si la visitessin sense, perquè s'observa un 17% més d'UA i perquè el nen o nena pren la iniciativa de la visita en un 16% més de les ocasions. Tot i això, l'ús d'aquest complement a la visita fa minvar les interaccions personals amb els diferents membres del grup: en un 73% menys d'UA s'intercanvia informació.

I és que l'ús d'una fitxa-joc potencia el treball individual (ho posa de manifest la disminució d'interaccions socials) i fa que el temps de visita a les sales sigui molt superior al que necessitaria un adult per observar-la. Tal i com apunten Alcalde i Rueda (2004,54), mentre que un adult al Museu d'Art de Girona destina 120 segons de mitjana a visitar una sala, hem constatat que el nen/a que fa la "fitxa-joc" en destina una mitjana de 222 segons (quasi 4 minuts). A més, aquest/a ho fan de forma més pausada i calmada, ja que s'asseu en un 60% més de les ocasions i hi destina un 81% més de temps. Així, l'ús d'aquesta fitxa itinerari permet que l'adult i el nen puguin observar la sala, cadascú al seu ritme, i adaptant la col·lecció als interessos del nen: el joc (Richter, 1993; Allen, 2002; Falk, 2009).

Lligat amb aquest concepte, volem assenyalar una característica que afecta al comportament, i a l'ús d'elements externs al museu. Aquest és l'ús de càmeres fotogràfiques pròpies per a la visita al museu. El 100% dels nens que han realitzat la visita a les sales amb una càmera fotogràfica, l'han feta servir, i han dedicat més temps a l'observació de les UA. En definitiva, a l'igual que l'ús de la fitxa, els nens que utilitzen la càmera fotogràfica, destinen un 17% més de temps que els que no la porten, però també sabem que dediquen un 10% menys de temps a la sala. A més, hem detectat que els usuaris de les càmeres de fotos han estat majoritàriament nenes (66%), i que el que es fotografia acostumen a ser bàsicament els manipulables, però també de forma compulsiva i sense prendre atenció, es fotografia quasi tot el que hi ha a la sala. Així, hem pogut observar que el motiu de les fotografies ve molt lligat a aspectes subjectius del nen o nena i les seves preferències o gustos. Així ho constaten les sales més fotografiades, on no hem detectat relacions substancials entre elles (sala 3 del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, la sala 2 del Museu del Cinema, la sala 2 del Museu d'Història de la Ciutat i sala 1 del Museu d'Història dels Jueus i del d'Art), i la diversitat d'UA fotografiades (des de plafons amb fotografies i text, fins a reproduccions, maquetes, objectes de 3D i manipulables).

Finalment, hem vist que el 100% dels nens i nenes que duïen càmera fotogràfica, definien el motiu de la visita com a turisme. Cap dels nens i nenes que la seva motivació ha estat diferent a la de fer turisme, ha dut càmera i per tant, ha pogut fotografiar.

Per altra banda i en relació a l'audioguia que es proporciona al Museu d'Història dels Jueus, constatem que l'ús d'aquest aparell fa incrementar en un 10% el nombre d'UA observades, en un 49% el temps que hi dediquen a observar-les i també fa incrementar en un 59% el temps que es dedica a les sales. Pel contrari, i amb resultats molt semblants a l'ús de la "fitxa-joc", les interaccions amb els diferents membres del grup decreix quan s'utilitza l'audioguia (18%



menys d'ocasions on el pare explica al nen el que veu). Amb les dades a les mans, podem apreciar com la diferència és força gran en quant a la interacció social. És a dir, l'ús de l'audioguia i els jocs-fitxes-itineraris no fomenten la interacció social, no obstant, els jocs-fitxes-itineraris duts a terme pels nens i nenes a l'interior de les sales, ho propicia més que no pas l'audioguia.

### **7.2.3. Interacció material dels elements expositius**

La relació que estableix el nen o nena objecte d'estudi amb els materials de l'exposició ens permeten definir unes pautes de comportament que sovint afecten a la presa de decisions de l'itinerari a seguir. Així, hem pogut comprovar com a les sales on s'exposen objectes més destacats respecte de la resta, la tendència generalitzada és que els nens i nenes realitzin el recorregut a la sala en funció de l'observació d'aquest objecte (Bitgood, 2002). Un bon exemple és el cas del Seat-600 de la sala 3 del Museu d'Història de la Ciutat, on diferents UA que es troben en aquest mateix espai, passen desapercebudes pel nen o nena objecte d'estudi. Sovint, en trobar-se aquests elements destacats entre l'entrada i la sortida de les sales, el nen o nena només observa aquests elements, realitzant una visita molt ràpida a la resta de la sala, coincidint amb l'exposat per Parsons i Loomis (1973). No obstant, que aquest element es trobi al mig del recorregut i que quasi tots els nens/es es parin a observar-lo, no vol dir que els agradi. El cas particular del mosaic romà de la sala 1 del Museu d'Història de la Ciutat n'és un bon exemple. És una de les UA més visitades però cap nen n'ha deixat constància en una butlleta d'opinió. També a la sala 2 del Museu del Cinema, la presència dels manipulables altera totalment el circuit de visita a la sala. Les peces originals que es troben en vitrines passen totalment desapercebudes, convertint en úniques i protagonistes les rèpliques que es troben al mig del recorregut de la sala. En el cas de les sales 1 del Museu d'Història de la Ciutat i del Museu d'Història dels Jueus, les maquetes exerceixen de pol d'atracció i la seva presència per exemple, fa que el recorregut de visita dels nens i nenes es desvii quasi en la totalitat dels casos. En el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, com que la sala 2 es troba fora del recorregut de visita, molt pocs hi entren. Així, tal i com apunta Belcher (1994), la maqueta atrau molt als nens i a les nenes.

Tot i això, la selecció d'una UA determinada, també pot anar molt lligada amb les experiències personals i amb el *background* del nen o nena (Piaget, 2001). Tal i com apunten els estudis de Melton (1936, 8) i essent conscients que en el nostre estudi ha estat quasi impossible conèixer

les relacions existents entre el passat, personalitat i coneixements dels nens en relació als objectes, sabem que per aprendre i establir una bona interacció amb els materials, cal primer reflexionar, després manipular, i finalment, assimilar (Furth i Wachs, 1978, 81) i, tal i com apunta Falk (2009, 51), per educar també cal entretenir. Així, aquells manipulables que desafien l'intel·lecte i eviten l'avorriment, són aquells que més agraden als nens i nenes. Dos bons exemples són els manipulables que més han agradat als nens: les joguines òptiques i el teatret d'ombres (Núm. 15) de la sala 1 del Museu del Cinema, i el puzle i la taula experimental del Museu d'Art de Girona. I els que menys: els teatrets d'ombres (Núm. 8) també de la sala 1 del Museu del Cinema, i les caixetes del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, dels Jueus i d'Història. Els primers, desafien l'intel·lecte explicant de forma didàctica aspectes relacionats amb la teoria i els darrers són textos que complementen les explicacions de les sales o interactius però que no generen reflexió.

En darrer lloc, cal assenyalar el comportament del nen en relació a l'interès o no interès de l'objecte. Tot i que Serrell (1997) apunta que per parlar d'aprenentatge, cal que el nen observi com a mínim 5 segons una UA, hem detectat molts casos on els nens i nenes han tocat moltes vegades una determinada UA sense superar els 5 segons. No obstant, aquesta dada ens pot mostrar un cert interès per una determinada UA. Així, sabem que en el museu dels Jueus, tot i ser un museu que quasi no té manipulables, el 31% dels nens i nenes ha tocat quelcom (la mitjana als 5 museus és del 22%). Els elements que han tocat han estat bàsicament els que es troben al mig del recorregut de la visita i els que són de grans dimensions. A la resta de museus, els elements que han estat tocats són manipulables, maquetes i reproduccions, en definitiva, aquells elements que es presenten amb el llenguatge dels nens i que, tal i com apunta Bitgood (2002), agraden als nens. Els resultats recollits en l'estudi de Wittlin (1949, 246) així ho manifesten. No obstant, cal assenyalar una característica interessant pel tema que ens ocupa. En els 5 museus de la ciutat, el 42% dels manipulables han estat caixetes amb textos explicatius de la sala i de les peces i el 58% artefactes que s'accionen amb una maneta o permeten aprendre jugant. Amb els seguiments realitzats a les sales hem detectat que la manipulació augmenta quan la UA és observada més d'una vegada, i quan davant una UA es comparteix informació amb algun membre del grup. Bons exemples de manipulables on hem detectat aquest comportament han estat els de la sala 2 del museu del Cinema, les joguines òptiques.

### 7.3. Context social

Quan la visita a les sales es fa acompanyat d'un adult, s'observa aproximadament el mateix nombre d'UA de les sales que si la visita la fa el nen sol. En canvi, quan la visita es fa acompanyat d'un adult, el nen destina un 72% més de temps a les sales, ja que apareix la interacció social, un aspecte importantíssim que condiciona molts comportaments.

I és que la raó per la qual moltes famílies decideixen visitar un museu, acostuma a ser per raons socials, d'entreteniment i d'aprenentatge (McManus, 1994). A la visita al museu es pretén compartir experiències amb els diferents membres del grup (Hood, 1993), però també fomentar la relació entre pares i fills (Cox, Lamb, Orbach, 2000; Lewis i Lindsay, 2000) on surten a la llum anècdotes d'infantesa que són explicades als fills (aquest comportament l'hem detectat sobretot a la sala 3 del Museu del Cinema). Un fet que constata aquestes afirmacions és el 62% d'UA analitzades on hem observat que el visitant comparteix informació entre els diferents membres del grup. De fet, aquesta relació fomenta i millora el procés de raonament científic (Dunbar i Klahr, 1989, 142), i fomenta la participació activa (Falk, 2009, 48), fent que la família visitant es trobi més involucrada amb l'exposició (Falk i Dierking, 1992, 26; Herrera i Mayolas, 2004, 111).

602

---

Després d'analitzar les dades en base als museus, hem pogut observar que no existeix una pauta de comportament específica segons museu. En canvi, segons la tipologia de sala, sí. Així, a les sales interactives, es detecten més comentaris entre els diferents membres del grup, i a les sales que són d'exposició més clàssica<sup>154</sup> els membres dels grups comparteixen menys comentaris i es dediquen més a alertar sobre determinades pautes de comportament, coincidint amb Blud (1990, 62). Hilke i Balling (1985), també arriba a resultats similars en el seu estudi dut a terme al Museum of Natural History de la Smithsonian Institution de Washington, D.C.

També hem observat com en sales on hi ha vitrines amb múltiples objectes exposats, la majoria dels quals criden l'atenció per ser de temàtiques relacionades amb la quotidianitat, fomenten l'intercanvi de coneixement (menjar, escriure, viure en cases, espases, tombes, cranis, llibres, la imatge de Jesucrist, etc. com al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona i al Museu d'Art de Girona). També els manipulables, les maquetes, les fotografies, els objectes

---

<sup>154</sup> Aquelles sales on no hi han interactius, i els objectes es presenten a l'interior de vitrines, i sense quasi explicacions o elements didàctics.

de grans dimensions.... fomenten aquesta conducta, sense constatar preferència segons sexe o edat.

En el cas de la sala 3 del Museu d'Història dels Jueus , hem pogut saber que els nens i les nenes hi estan menys estona en visitar-la però és la sala on hem detectat més intercanvis de coneixement entre els diferents membres del grup familiar. Aquest cas podria servir d'exemple pel que fa a l'interès dels pares sobre una determinada temàtica i on davant una exposició de format més clàssic, són els pares qui expliquen als seus fills. A més, a les sales "clàssiques" objectes del nostre estudi hem pogut constatar que s'hi ha dut a terme el 60% dels avisos sobre conducta. És a dir, la majoria de comentaris sobre com s'han de comportar a l'interior de la sala s'han dut a terme a les sales "clàssiques". De totes les franges d'edat estudiades, els 6 anys és la franja on el nen o nenes ha hagut de ser més avisats. També hem pogut observar que els nens i les nenes que visiten els museus de Girona en el marc d'una visita familiar, tendeixen a relacionar-se i a compartir més experiències amb els membres del grup a les sales interactives. El 76% ho ha fet. També hem constatat que al Museu d'Història de la Ciutat, al del Cinema i al d'Art els pares han hagut d'avisar més al nen que al Museu d'Història dels Jueus i al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona. Tot i que la causa d'aquesta conducta pot anar molt lligada amb la dinàmica familiar i els rols establerts entre pares i fills de caràcter més subjectiu, amb la forma que es presenten els objectes, la capacitat d'atracció de determinades UA de les sales i l'estat de cansament del nen o nena objecte d'estudi, podem constatar que aquesta pauta de conducta no té relació amb la presa d'iniciativa de la visita ni amb mostres d'avorriment del nen o nena. Tot i això, tan sols s'ha dut a terme en el 4% dels seguiments.

En contraposició a les dades aportades, és interessant d'assenyalar que el museu on es registren més intercanvis d'informació (Museu del Cinema), no és el museu on més preguntes es fan (Museu d'Art de Girona). Així, constatem que la presència de sales interactives fomenta els intercanvis d'informació de caire explicatius i vivencials, en canvi, la presència de sales "clàssiques", fomenta preguntes que permeten aclariments.

En un altre sentit, és interessant de conèixer què vol el nen quan visita una sala. Richter (1993, 12) apunta que els nens i nenes volen tocar, volen poder decidir l'estona que volen destinar a veure una determinada UA, volen poder parlar amb altres membres del grup, i sobretot, no tenir problemes per veure les UA. A més, Diamond, Gottfried, Laetsch i Rosenfeld (Diamond *et al.*, 1980) apunten que el que volen trobar a les sales, són elements que permetin la interacció. Els resultats obtinguts en el present estudi posen de manifest aquestes voluntats, ja que hem constatat que el 22% dels nens toca alguna UA, independentment de si es pot o no, prenen la

iniciativa de la visita en el 62% dels casos, intercanvien experiències en el 62% dels casos i només han tingut problemes per veure una determinada UA en el 2% de les UA dels cinc museus. A més, manipulen el 16% de les UA, que representen el 10% de les UA manipulables dels 5 museus.

Als nens i a les nenes els agrada tocar i ho fan generalment en els manipulables, a les maquetes, i en el vidre de les vitrines que acullen objectes atractius per l'edat (cranis, collarets, llibres...). El que ha cridat l'atenció és l'alt percentatge de nens/es que han tocat la UA núm.68 del Museu del Cinema (64%). Aquesta UA és un espai de la sala 3 que compta amb una sèrie de taules amb joguines òptiques per poder manipular, però que no sempre està oberta al públic. Els dies que va estar oberta, el 100% dels nens que visitaven la sala 3 hi van entrar, dedicant una mitjana de 141 segons. El 36% només es va limitar a mirar i el 64% es va atrevir a tocar. Així doncs, després de comprovar l'efectivitat d'aquest espai pel que fa al poder d'atracció, constatem també la seva efectivitat pel que fa a la interacció material amb el nen: 64% de nens que toquen, percentatge molt superior al 31% de mitjana registrat al global del Museu del Cinema.

També s'ha detectat que la mitjana de temps que dediquen els nens i nenes a observar les UA és de 17 segons. Tot i que el temps que un nen o nena destina a una UA, no és directament proporcional a la capacitat d'aprenentatge, alguns autors com Boisvert i Slez (1995, 504) consideren que a partir dels 5 segons, ja es pot considerar que existeix una certa interacció que pot facilitar-ne el procés. No obstant, la UA núm. 68 del Museu del Cinema fa trontollar aquesta mitjana. I és que si la incloem, de 17 segons es passa a 20 segons, i en el cas específic del Museu del Cinema, de 16 segons de mitjana, es passa a 23.

Quan la visita a les sales es fa amb un nen acompanyant, la interacció amb els membres del grup augmenta (a excepció del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona on no em detectat cap cas), més que no pas si la visita es fa només amb els pares (Allen, 2002, 299). En el nostre estudi, l'augment del 12% d'interaccions socials entre els membres del grup adult, respecte les dels nens, no ens permet constatar aquesta afirmació. Tot i això, és interessant assenyalar, que tan sols en el 13% dels casos, el nen o nena objecte d'estudi explica el que sap a un membre del grup acompanyant, essent el Museu d'Història dels Jueus i el d'Història, els dos museus on menys vegades hem observat aquest comportament. Tot i això, és interessant destacar que aquest comportament es dona sobretot a les sales intermèdies del museu, és a dir, moment en què el nen ja ha pogut assimilar suficients continguts però quan encara no pateix la fatiga del museu. Així, serà a les darreres sales dels museus, on serà l'adult o la resta de nens

acompanyants, qui explicaran al nen. I és que en el 17% de les UA analitzades, l'acompanyant explica al nen o nena objecte d'estudi sense que aquest li ho hagi demanat, i en el 5% dels casos ho fa el nen acompanyant. Aquest comportament l'hem detectat sobretot en els manipulables del Museu del Cinema i del Museu d'Art de Girona (el pare explica el funcionament perquè el nen sàpiga com ha de manipular), en els plafons del Museu d'Història dels Jueus i en les vitrines i textos del Museu d'Història de la Ciutat (explica la informació referent a elements dins de vitrines, que es troba en plafons de sala). Així doncs, els percentatges suara citats ens indiquen que no són massa les ocasions en què el nen pot explicar allò que ha entès/après, i o que el pare explica amb altres paraules el que la museografia narra. Aquests resultats són similars als arribats per Judy Diamond al Lawrence Hall of Science de Berkeley i el Exploratorium de San Francisco dut a terme l'any 1978 (Falk i Dierking, 1992, 41) i als de (McManus, 1989).

Essent conscients que la visita familiar al museu no acostuma a fer-la un nen o nena sol (Alcalde, 1995, 33; Herrera i Mayolas, 2004,100), sinó que sol fer-se amb la companyia d'un adult, cal assenyalar la relació entre la presa de decisió i el recorregut de la visita. Segons Crowley *et al.* (2001, 717), en el 57% dels casos, són els pares qui prenen la iniciativa de la visita i decideixen què és el que el nen ha de mirar. Aquesta decisió, sovint bé motivada per la familiaritat que existeix amb el tema exposat (Diamond *et al.* 1980, 16). A més, a les sales més clàssiques la visita sol durar menys estona, a diferència de les sales interactives, on les famílies hi destinen més temps (Falk i Dierking, 1992, 44). En aquestes sales és l'adult qui explica què han de veure i com ho han de fer, fomentant així l'aprenentatge i cultivant el vincle familiar (Crowley i Siegler, 1999, 312). En el nostre estudi hem observat com el 38% de les visites a les sales es feien motivades per la presa de decisions de l'adult (pauta observada en nombroses ocasions al Museu d'Història de la Ciutat, molt contrària al Museu del Cinema, on els protagonistes de la presa de decisions són els nens). Tot i això, les dades han canviat quan ens fixem amb la tipologia de sala. Així, sabem que a les sales interactives, el 62% de les preses de decisions venien motivades per un adult, enfront del 38% restant, que era fruit de la decisió del nen. Aquests resultats són similars als arribats per Deborah Benton l'any 1992, a l'American Museum of Natural History, al Brooklyn Children's Museum, al Metropolitan Museum of Art i al Bronx Zoo de la ciutat de Nova York (Falk i Dierking, 1992, 44).

Finalment, cal assenyalar un condicionant que també pot influir a la pauta de comportament del nen o nena objecte d'estudi. Aquest és la relació que existeix entre l'edat i el sexe, amb la interacció tant social com material. Per una banda, s'ha detectat que els nens més petits de 7

anys, valoren i fomenten les relacions socials, però és a mesura que es van fent grans, i sobretot, a partir dels 8 anys, que el que valoren és la col·laboració entre nens acompanyants més que no pas amb els adults (Pol i Morales, 1991, 287). No obstant, hem pogut observar com els intercanvis de coneixement i les interaccions socials s'han donat per igual entre nens i nenes de 5 a 8 anys, que de 9 a 12 (49% i 51% respectivament). Tot i això, si que hem pogut observar com els nens i nenes majors de 8 anys han realitzat més interaccions socials amb nens i nenes acompanyants que amb els adults acompanyants. Per una altra, tot i que molts autors detallen diferències substancials pel que fa al sexe dels nen o nena objecte d'estudis amb decisions relacionades amb la sala a visitar (Sterry i Beamont, 2006, 233), o amb la preferència de manipulació d'interactius (Blud, 1990, 262) (Brown, 1995, 69), en el nostre estudi no hem observat diferències substancials que puguin condicionar la conducta en funció del sexe del nen o nena objecte d'estudi. La única apreciació que podem fer és respecte la preferència de tipologia d'UA. Així sabem que als nens amb edats compreses entre els 9 i 12 anys se senten més atrets per les maquetes i per les museografies que conceben espais pensats per a la interpretació de les peces: dos bons exemples són les UA amb imatges procedimentals d'elaboració d'eines lítiques del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona i la sala de descoberta del Museu d'Art de Girona. Els nens amb edats compreses entre els 5 i els 8 anys prefereixen els manipulables i els objectes de grans dimensions que acaparen l'atenció del visitant, com pot ser el Tarlà del Museu d'Història de la Ciutat o l'ara ibèrica del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona. Pel que fa al sexe, sabem que als nens els agrada més l'observació dels recursos museogràfics, com poden ser maquetes, audiovisuals, rèpliques, etc. i en canvi a les nenes, els objectes originals.

Tot i això, no hem trobat massa diferències pel que fa a la relació i l'intercanvi d'informació entre l'adult d'un sexe o altre amb el nen o nena objecte d'estudi. Els nens i nenes que han visitat els museus de la ciutat de Girona, tant demanen informació als pares com a les mares. No obstant, voldríem assenyalar un fet destacat: al Museu d'Història de la Ciutat, al d'Art i al d'Arqueologia, els nens i nenes han preguntat més a les dones que als homes. Això ens posa de manifest que les preguntes a un sexe o a un altre, van més condicionades per la temàtica del museu i els coneixements previs del progenitor que no pas per la tipologia d'UA (manipulable, fotografia, text, etc.).

#### 7.4. Les preferències dels nens

Els nens i nenes amb edats compreses entre els 5 i els 12 anys que visiten els museus gironins dins el context d'una visita familiar no organitzada, han deixat clar els seus gustos i preferències. Aquests, no tenen perquè assemblar-se als dels adults o el que els adults pensen que ha d'agradar als nens i nenes. Així doncs, allò que els crida més l'atenció no són aquelles peces o objectes patrimonials que acumulen un gran valor artístic, simbòlic o històric. Aspectes relacionats amb la pròpia infantesa (Miras, 1993), el punt de vista íntim, les experiències viscudes (Griffin, 2004), la mirada a les sales de poc més d'un metre i mig d'alçada (Ruth, 2000), i sobretot, la capacitat de viure al i pel present (Falk i Dierking, 1992), fan que el seu criteri i selecció derivi cap a aspectes que es poden allunyar de les preferències dels adults.

En primer lloc, als nens i a les nenes els agrada ser protagonistes, que se'ls tingui en consideració i que se'ls faciliti un ambient familiar. Agraeixen que se'ls demani la seva opinió, que en primera persona puguin valorar, que se'ls expliqui exclusivament i amb el seu llenguatge el que veuran... en definitiva, que el museu pensi amb ells com a públic al qual dirigir-se (Falk i Dierking, 1992). Així ho constaten els dibuixos realitzats sobre el personal d'atenció al públic del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona o el fet d'escriure en primera persona al llibre de visites. En els dibuixos d'opinió hem recollit diversos dibuixos sobre la qualitat de l'atenció al públic del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona; fins i tot, en un d'ells han dibuixat i escrit el nom i cognoms de la persona responsable d'aquesta tasca. Aquests resultats són similars als arribats per Bicknell i Mazda (1993, 45) en l'estudi de públic realitzat als assistent a les representacions teatrals del London Science Museum (UK).

Als nens i les nenes també els agrada que hi hagi una certa harmonia entre el continent i el contingut, és a dir, que les peces exposades es trobin en un espai agradable, ben ventilat, amb bona il·luminació, amb espais transitables, amb àrees de descans, amb patis i jardins i amb zones o espais pensats per a ells. Tal i com descriuen Pritchard (1964) i San Juan (1998, 246) i apunta Rico (2003, 155), cal evitar el "jet-lag expositiu". Aquestes observacions es veuen recollides en els dibuixos realitzats en el Museu d'Art de Girona, el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona i el Museu d'Història dels Jueus. A més, el fet que en el 27% dels seguiments fets a les sales del Museu d'Art de Girona, els nens i nenes hagin mirat per la finestra i hagin destacat la vista de la Catedral, ens explica sobretot, aquesta pauta de comportament. Als nens els agrada que hi hagin finestres i, sobretot, que tinguin vistes de la ciutat, sofàs per seure, jardins i espais oberts pel visitant o patis on poder compartir moments



amb el grup familiar (hem recollit dibuixos dels patis del Museu d'Història dels Jueus , de les vistes de la Catedral i de l'exterior del Museu d'Art de Girona).

Als nens i nenes els agrada allò que s'explica amb el seu propi llenguatge. Així, les UA més representades de cada museus han estat aquelles que d'una forma o altra, han estat disposades de forma que agrada als nens. En primer lloc hi trobem la rèplica en guix de la Rosassa de Sant Pere de Galligants: un element de grans dimensions que permet entendre la funció i disseny de la rosassa original i ser observada a una alçada còmoda per a tots els públics. També l'estrella de David del pati del Museu d'Història dels Jueus: un espai exterior on poder desconnectar i compartir un moment de descans en família. El taumàtrop del Museu del Cinema i el puzle del Museu d'Art de Girona: dos manipulables que permeten comprendre mentre es juga. I finalment, el Seat-600 del Museu d'Història de la Ciutat, un objecte real de grans dimensions que es troba al mig de la sala i del recorregut de visita. I és que quasi la meitat de les UA que han estat observades més d'un cop, després han estat dibuixades en forma d'opinió a la sortida del museu. Exemples en són les joguines òptiques del Museu del Cinema, que a més, han estat les UA més manipulades, on hi ha hagut més intercanvis d'informació i on els nens i les nenes han repetit més. També, hem pogut constatar que a les sales on hi ha aquest tipus d'UA, els nens i les nenes han dedicat més temps a la visita de les sales. Per exemple, a la sala 2 del Museu del Cinema els nens hi ha dedicat 436 segons, i a la sala 3, només 71 segons. En el Museu d'Història dels Jueus, a la sala 1 hi ha dedicat 139 segons, i en canvi a la sala 2, tan sols 76 segons.

També, els nens i les nenes valoren la forma com es presenten els objectes, més que els objectes en si. Gràcies a les seves opinions, hem detectat que els nens i les nenes no distingeixen entre el que és una peça original i el que és una rèplica, en canvi, si que distingeixen entre les peces que es presenten de forma didàctica i les que no: si l'objecte està destacat respecte la resta (com l'ara ibèrica de la sala 2 del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona), si el seu funcionament s'explica mitjançant manipulables o interactius (com les joguines òptiques del Museu del Cinema), si la seva evolució es coneix mitjançant un joc de descoberta (sala de descoberta del Museu d'Art de Girona), si la disposició del text i de l'objecte fomenta el diàleg (com l'interior de les vitrines exemptes de la sala 1 del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona), si les seves característiques es ressalten mitjançant jocs de llums i ombres (com el teatret de la sala 1 del Museu del Cinema), o la proximitat temàtica que existeix entre el nen i l'objecte observat (al Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, els elements quotidians han estat de les UA més tocades i on s'ha dut a terme més intercanvis

de coneixement). Tots aquests aspectes faciliten que els nens i les nenes, es fixin més o menys en l'objecte o element patrimonial, i així ho han manifestat els elevats índexs de reciclatge de les UA, els elevats índexs d'entropia i el poder d'atracció de les UA més destacades de les analitzades en aquest treball. Aquests resultats poden ser posats en relació amb els postulats de Driscoll (1968), Furth i Wachs (1978), Belcher (1994) i Bitgood (2002).

Molt lligades amb les dades aportades, també hem registrat que els nens i les nenes visiten només el 26% de les UA que hi ha en una sala. D'aquestes UA, les més visitades i de les que també hem obtingut els respectius dibuixos d'opinió, han estat bàsicament aquelles que es trobaven en sales dissenyades amb principis didàctics i recursos que faciliten la comprensió. Exemples en són la quantitat de dibuixos sobre un mateix tema, recollits en el Museu del Cinema: espectacles d'ombres, joguines òptiques, llanternes màgiques.... En canvi, les UA menys visitades són les que es troben a les sales dissenyades de forma "clàssica" i que presenten les peces sense recursos museogràfics didàctics. Un exemple són les UA que es troben bàsicament al Museu d'Història de la Ciutat: el museu on hem recollit menys dibuixos, però també el museu que té més nombre d'UA per mirar.

Un altre aspecte que els agrada, és la contextualització de les peces. Els temes que engloben un objecte o els espais temàtics que posen de rellevància un determinat esdeveniment ajuden a dirigir l'atenció cap a l'objecte en concret. Curiosament, en molts casos no és l'objecte patrimonial escollit com a preferit sinó el seu context global i la història que l'emmarca. Així, i molt lligat amb aquest darrer concepte, als nens i les nenes els agraden els recursos museogràfics que serveixen de nexa entre àmbits o sales. El cas de les joguines òptiques del Museu del Cinema, i fins i tot, tal i com apunta Rico (2007), aquells recursos que expliquen de forma gràfica allò que el text acompanyant defineix (com la baldufa de Nollet i l'efecte Phi de la sala 2 del Museu del Cinema), en són bons exemples.

Finalment, ens resta puntualitzar que els objectes de grans dimensions i els objectes que es presenten aïllats respecte la resta, són també escollits com a preferits pels nens i les nenes. Així ho posen de manifest els dibuixos sobre la maqueta d'una vil·la romana a la sala 1 del Museu d'Història de la Ciutat o els maniquins de la sala 1 del Museu d'Història dels Jueus, on curiosament agraden més a nens i nenes entre 9 i 12 anys que no pas als més petits, (el 89% dels nens i nenes que s'han parat a observar la maqueta de la vil·la romana del Museu d'Història de la Ciutat i la del Call del Museu d'Història dels Jueus, tenien entre 9 i 12 anys).

Sorprenentment les opinions recollides ens han posat de manifest un aspecte que no té tant a veure amb els objectes de les sales sinó amb les motivacions de la visita. Així doncs, gràcies a les butlletes d'opinió sabem que moltes de les visites familiars als museus vénen condicionades per les activitats paral·leles a l'exposició permanent, com és la "dansa dels animals fantàstics" del Museu d'Art de Girona. És a dir, tallers familiars, exposicions temporals, activitats puntuals o jocs de descoberta com la fitxa-itinerari de les flors, fan que molts nens i nenes, després de participar i gaudir d'aquestes activitats, es decideixin a visitar el museu. Així, quan aquests deixen la seva opinió, no valoren tant els objectes materials sinó la seva experiència amb el patrimoni, més de caire vivencial. I és que autors com Hood (1993), McManus (1994), Cox, Lamb i Orbach (2000), Lewis i Lindsay (2000) i Herrea i Mayolas (2004, 111) ja ho apunten i els resultats de l'estudi com el dut a terme l'any 2006 per l'investigador Australià J. Packer de la School of Tourism and Leisure Management, University of Queensland, també ho constata (Packer, 2006, 334).

Ja per acabar, només volem destacar un aspecte que té a veure amb la precisió del detall dels dibuixos realitzats a les butlletes d'opinió. Els museus on els dibuixos han estat elaborats amb més detall, quasi esdevenint còpies de la realitat, han estat el Museu d'Art de Girona, el dels Jueus i el d'Arqueologia; en canvi el que menys, ha estat el Museu d'Història de la Ciutat. Curiosament, el Museu d'Art de Girona és on hem registrat més visitants minuciosos, el Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, el museu on l'índex de reciclatge d'UA ha estat el més elevat, i el dels Jueus, on la visita s'ha fet de forma més lenta. Pel contrari, el Museu d'Història de la Ciutat ha estat un dels museus on hem registrat un menor índex d'entropia i el menor índex de reciclatge de les seves UA. Pel que fa al museu restant, el Museu del Cinema, on hi ha hagut dibuixos fets amb precisió i d'altres de genèrics, és el museu on els nens i nenes han distribuït millor el seu temps de visita, i que les seves UA han estat vistes principalment per nens i nenes entre 5 i 8 anys: una edat que no propicia l'elaboració de dibuixos rics en detalls. Quan parlem de dibuixos fets amb precisió, ens referim sobretot als detalls dels personatges que apareixen a les taules dels retaules del Museu d'Art de Girona, o a la precisió de representació de cada un dels elements dels vestits dels maniquins del museu dels Jueus. En canvi, en el Museu del Cinema, tot i trobar butlletes en què es detalla cada una de les parts dels manipulables, hem recollit molts dibuixos on tan sols hi apareix l'ocell dins la gàbia o un aneguet, sense representar la resta de la joguina o del teatret. Resultats similars als obtinguts en aquest treball, els trobem en el procés d'avaluació posterior a la visita al Birmingham Museum and Art Gallery (UK) dut a terme per McManus (1993, 371).

Finalment, també volem constatar que la minuciositat de la visita no només es dona segons la tipologia de museu sinó pel moment que es fa la visita. És a dir, hem pogut observar com els dibuixos dels nens i nenes augmenten en nombre i són molt més rics de detalls quan es troben a les primeres sales dels museus. Així, hem trobat una gran quantitat de dibuixos que fan referència a les eines lítiques del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona, als espectacles d'ombres del Museu del Cinema i a les verges romàniques del Museu d'Art de Girona, i pocs dibuixos o quasi cap fent referència al CineNic del Museu del Cinema, les peces de ceràmica romanes del Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona o l'expulsió dels jueus del museu dels Jueus.

## **8. CONCLUSIONS**

Amb aquest estudi hem constatat que els nens i nenes entre 5 i 12 anys que visiten els museus gironins en el marc d'una visita lliure i no organitzada, generalment ho fan en el marc d'un grup familiar compost per dos adults i dos nens/es. Dels nens, l'edat més representada és la que s'estén des del 5 fins als 12, no existint massa diferència entre unes i altres.

El volum més alt de visites les registren les famílies que provenen de del territori espanyol, representant el 58% de les visites totals, de les quals les del territori català suposen el 43%. Les famílies residents a les comarques gironines, per tant el públic local dels museus, són les famílies que menys els visiten. Pel que fa les famílies estrangeres suposen el 42% del total.

Pel que fa a l'idioma que parlen les famílies, el 44% d'aquestes utilitza com a llengua vehicular el català, i en percentatges molt més llunyans, es troben altres llengües com el castellà, el francès, l'anglès, l'italià, l'alemany, essent el francès la llengua no oficial del territori més parlada.

Les famílies que visiten els museus gironins ho fan bàsicament durant els períodes de vacances dels seus fills, generalment, durant les vacances d'estiu (agost i juliol) i de primavera (abril i maig). En canvi, el període de l'any amb menys visites familiars és durant les vacances d'hivern o de Nadal (desembre i gener), moment que les famílies no acostumen a viatjar i omplen les agendes amb reunions familiars.

Les famílies residents a Catalunya (incloses les gironines), visiten sobretot els museus en dies festius, bàsicament en diumenge. Quan ho fan en laborables, acostumen a ser els dies que els nens i les nenes tenen vacances escolars. L'hora preferida d'entrada al museu de les famílies catalanes és entre 11:00 i 14:00 h. En canvi, les famílies que resideixen fora de Catalunya, quan visiten els museus de dilluns a dissabte, entren entre les 14:00 i les 16:00h i quan ho fan en diumenge o festiu, entren a les 12:00h.

Les famílies que viuen al territori espanyol (sense comptar els catalans) visiten els museus durant els mesos d'agost, juliol i abril, i sobretot, en dies laborables. Tot i això, sabem que el dia de la setmana que prefereixen els espanyols per visitar els museus gironins és el dissabte, essent la forquilla horària principal entre les 13:00h i les 17:00.

Finalment, les famílies que resideixen fora del territori espanyol visiten principalment els museus durant els mesos de Juliol, agost, abril i maig. El dia de la setmana que les famílies estrangeres seleccionen per a la visita als museus són: els dimarts, els dijous i els divendres laborables, i ho fan entre les 11:00 i les 17:00h, tot i ser les 12:00 i les 15:00h les hores amb més entrades.

Tot i les especificitats horàries per procedència de la família, hem detectat que si a la família hi ha més nens o nenes amb edats entre 0 i 8 anys, la visita es realitza abans de les 12:00h. En canvi, si a la família hi ha menys nens/es o aquests tenen edats entre els 9 i els 15 anys, la visita es realitza a partir de les 12:00h.

Pel que fa a la durada de la visita al museu, predominen per sobre la resta, dues tipologies de famílies. Per una banda, hi ha les famílies que destinen menys de 15 minuts en visitar el museu i, per una altra, unes altres que destinen entre 45 i 60 minuts.

Finalment, pel que fa a la motivació principal de les famílies, les residents fora de Catalunya declaren que la seva principal motivació de la visita és el turisme, en canvi, les residents al territori català ho fan principalment per oci. Així, com més lluny és la residència del visitant, la visita és considerada com a turisme, en canvi, com més a prop és del museu, la visita es considera dins el concepte d'oci. En aquest mateix sentit, hem constatat que la motivació de la visita al museu, sovint ve condicionada per les activitats paral·leles que s'organitzen, més que per la col·lecció en si. Així, experiències vivencials amb el patrimoni com poden ser tallers familiars, exposicions temporals, activitats puntuals o jocs de descoberta com les fitxes-itineraris per fer a les sales, fan que molts nens i nenes, després de participar i gaudir d'aquestes activitats, es decideixin a visitar el museu.

Pel que fa a les preferències i gustos dels nens i les nenes amb edats compreses entre els 5 i els 12 anys que visiten els museus gironins dins el context d'una visita familiar no organitzada, sabem que el que els crida més l'atenció, no són aquelles peces o objectes patrimonials que acumulen un gran valor artístic, simbòlic o històric.

Per una banda, als nens i a les nenes els agrada que pensin amb ells, que els adults es dirigeixin a ells amb un llenguatge proper, que se'ls tingui en consideració a l'hora de decidir què mirar, que se'ls hi demani la seva opinió i sobretot, que en determinats moments es puguin sentir protagonistes de la visita.

Per una altra, els nens i les nenes els agrada que l'espai on es troben les peces sigui agradable, és a dir, que tingui finestres per poder mirar a l'exterior i descansar visualment, que tingui una bona il·luminació, que hi hagi àrees de descans, patis i jardins on poder desconnectar i compartir moments de descans amb la família, i sobretot, espais pensats per a ells on puguin aprendre tot jugant. Amb els resultats obtinguts als cinc museus de la ciutat, hem constatat que tan sols en el 5% dels seguiments hem detectat senyals d'avorriment i que a les sales dels museus on hi ha finestres, els nens han dedicat més temps de mitjana en observar una Unitat d'Atenció, que a les sales dels museus on no n'hi ha.

També, hem detectat que als nens i a les nenes els agrada més la forma com es presenten els objectes que no els objectes en sí i que difícilment distingeixen entre un objecte original d'una rèplica.

Pel que fa a preferències d'objectes o Unitats d'Atenció, els elements de grans dimensions agraden més que els petits, que als nens i a les nenes els agrada que els objectes es trobin a una alçada còmode per ser observats en detall i aïllats respecte de la resta, que hi hagi manipulables que permetin comprendre mentre es juga, que els objectes es trobin disposats al mig del recorregut de la visita i que enlloc de text, la museografia expliqui de forma didàctica el perquè de l'objecte exposat. En aquest sentit, els nens i les nenes prefereixen el joc per comprendre i conèixer el perquè dels objectes exposats, i sobretot, que la disposició del text i de l'objecte fomenti el diàleg amb els diferents membres de la família. També la il·luminació de l'objecte mitjançant el joc de llums i ombres o la proximitat temàtica que existeix entre el nen i l'objecte observat, motiva la durada de la seva observació. Així doncs, el context on es troben les peces esdevé clau en aquest sentit, ja que a més d'englobar temàticament un objecte o posar de rellevància un determinat esdeveniment, ajuden a dirigir l'atenció cap a l'objecte en concret. Per tant, constatem que sovint, als nens i a les nenes no els agrada tant l'objecte patrimonial sinó que prefereixen el seu context global, la història que l'emmarca i els recursos museogràfics que serveixen de nexa entre àmbits o sales.

En un altre sentit, els nens i nenes amb edats compreses entre els 5 i els 12 anys que visiten els museus gironins dins el context d'una visita familiar no organitzada, només visiten el 26% de les Unitats d'Atenció que hi ha en una sala. Tot i això, cal assenyalar que a les sales dissenyades amb principis didàctics i recursos que faciliten la comprensió, és on hem registrat els percentatges més elevats. En canvi, les UA menys visitades, són les que es troben a les sales dissenyades de forma "clàssica" i que presenten una gran quantitat de peces sense recursos museogràfics didàctics. Com a contrapunt, sabem que la presència de manipulables a les sales dels museus que anomenem "didàctiques", tot i fer augmentar el temps de visita, eclipsa la possible observació d'objectes a l'interior de vitrines. Tot i això, els nens/es dediquen al voltant d'un 94% més de temps a manipular artefactes que permeten aprendre remenant, que desafien l'intel·lecte i eviten l'avorriment que no els que consisteixen en textos per ampliar continguts o que no generen reflexió (amb els seguiments realitzats a les sales hem detectat que la manipulació augmenta quan la UA és observada més d'una vegada, i quan davant una UA es comparteix informació amb algun membre del grup). I és que el nen vol tocar alguna Unitat d'Atenció independentment de si es pot o no, vol prendre la iniciativa de la visita, vol intercanviar experiències i vol sobretot manipular. Les Unitats d'Atenció que han estat més



tocades han estat els manipulables, les maquetes, i els vidres de les vitrines que acullen objectes atractius per l'edat (cranis, collarets, llibres, etc.).

La temperatura de les sales dels museus gironins no s'ajusta als estàndards recomanats (a l'estiu, hi ha una diferència de fins a 6°), fet que pot explicar en part la disminució del rendiment de la visita a les sales i que la visita es faci de forma més ràpida sense observar les Unitats d'Atenció amb minuciositat. I és que els nens i les nenes que visiten els museus gironins, es paren en el 32% de les Unitats d'Atenció a una velocitat de 35 m<sup>2</sup> per minut, l'índex de reciclatge és del 22%, i la mitjana que un nen/a destina a observar una Unitat d'Atenció és de 17 segons, essent considerats tan sols el 5% com a minuciosos.

Pel contrari, a les sales on hi ha música, es comparteix informació un 16% més que a les sales on no n'hi ha, i per tant, fomenta les relacions socials i l'intercanvi de coneixements i experiències amb els diferents membres del grup.

Els nens i les nenes prefereixen sales amb colors càlids i il·luminació artificial de baixa intensitat, abans que sales pintades amb colors càlids però amb llum artificial d'alta intensitat. No obstant, quan es tracta d'imatges, la il·luminació artificial d'alta intensitat que prové de la caixa de llums, causa un efecte positiu i els nens/es dediquen més estona a la seva observació.

Pel que fa als colors, hem detectat que els nens i les nenes interaccionen més amb els diferents membres del grup i els atrauen més les Unitats d'Atenció on hi predominen els colors blau cel, verd, groc i carabassa (essent el color groc o daurat el més destacat respecte la resta), molt al contrari que les Unitats d'Atenció on hi predominen els colors marró, negre, gris fosc... i pel que fa al color de les sales, a les que hi predominen els colors càlids és on els nens i nenes han visitat més Unitats d'Atenció i on la visita s'ha fet de forma excitada. En canvi, a les sales on hi predominen els colors freds, els nens/es han visitat menys Unitats d'Atenció, però la visita a les sales s'ha fet de forma més pausada.

Pel que fa a la relació entre el color del text i els colors dels fons, hem pogut constatar que tot i que els nens i les nenes llegeixen molt pocs plafons amb text, els que sí que han llegit, han estat aquells que han emprat els colors càlids per apropar el missatge al visitant. Tot i això, els nens/es es paren més davant dels objectes que davant els plafons amb text. Per tant, un objecte destacat exerceix una major força d'agradabilitat que un text destacat. I és que els nens/es destinen tan sols el 4% del seu temps a la lectura de plafons, un percentatge molt inferior al que destinen a la manipulació i a l'observació d'elements de 3 dimensions (els nens i nenes als museus gironins destinen una mitjana de 9 segons a llegir un plafó amb text, 12 segons a observar un objecte i 15 segons a manipular). No obstant, la correcta il·luminació del

text, no és un condicionant d'aquest comportament, com tampoc ho és que la disposició de les cartel·les redueixi l'esforç de llegir, o que els textos estiguin traduïts als diferents idiomes. En canvi, si que hem detectat una major acceptació dels plafons amb text, la disposició dels quals és didàctica, és a dir, plafons que combinen imatges, dibuixos i text, emprant un llenguatge entenedor, amb paràgrafs de poques línies i on no es pretén donar massa informació.

A trets generals, els museus de la ciutat de Girona no presenten problemes per veure als nens i a les nenes visitants. Tot i això, és interessant assenyalar que tot i que les alçades de molts dels objectes es troben al voltant del metre, sovint, aquests es presenten en posicions que només persones amb una alçada superior al metre i mig són capaces d'efectuar una correcta observació.

La distribució dels objectes de forma que no fomenti la fatiga, la combinació d'espais amb claror i foscor, la combinació de simetria amb asimetria a l'hora de presentar els objectes a la sala i la presentació d'objectes destacats al mig del recorregut de la visita, facilita l'observació de les peces de les sales.

Les famílies que visiten els museus gironins en el marc d'una visita no organitzada, no utilitza plànols ja que s'orienten prèviament gràcies a les indicacions fetes pel personal que els ven l'entrada i les senyalitzacions que es troben a l'interior del museu. Tot i això, la manca de senyalització a les sales i una explicació del recorregut de la visita no massa clara, fa que l'11% dels nens observats hagin començat la visita a les sales en la direcció oposada a la recomanada pel museu. I és que els nens i les nenes observen més Unitats d'Atenció en aquells museus on el recorregut de la visita no permet la opció múltiple, i que des d'un bon principi obliguen a seguir una direcció fixa. En canvi, en els museus on el recorregut no es defineix de forma clara, els nens i les nenes dediquen més temps a orientar-se que a observar les Unitats d'Atenció.

En relació a la fatiga del Museu, hem detectat que a l'inici de la visita és quan s'observen més Unitats d'Atenció, on hi ha més visitants minuciosos, on es registra l'índex de reciclatge més alt, on hi ha una major eficàcia expositiva, on es troben les Unitats d'Atenció amb més poder d'atracció, on es dedica més temps de visita i on es fa la visita més lentament. Tot i això, és a les darreres sales on els nens/es reparteixen millor el seu temps de visita, ja que a mesura que avança la visita, el nen va seleccionant el que vol veure en funció del temps que li resta. Per tant, hem pogut constatar que a l'inici de la visita, els nens i les nenes tenen més energia i visiten el museu amb més minuciositat, convertint l'exposició amb efectiva. En canvi, a mesura que avancen les sales, el cansament o la pressa per marxar apareix i la visita es fa més ràpidament, observant les Unitats d'Atenció amb menys detall, compartint menys informació,

preguntant menys als membres acompanyants, tocant menys i repetint menys l'observació de les Unitats d'Atenció. Finalment, també hem detectat que els dibuixos d'opinió sobre els objectes que els ha agradat més, augmenten en nombre i són molt més rics de detalls quan aquests es troben a les primeres sales dels museus, que quan es troben a les últimes.

En el cas dels museus on no hi ha massa diferència en la museografia de les sales, no hem detectat aquesta conducta. Hem observat que el comportament és similar a l'inici, a la meitat i al final del recorregut, quasi visitant amb la mateixa minuciositat les sales del museu, independentment de la ubicació en el recorregut.

Un fet que aniria associat a la fatiga del Museu, seria quan els nens i les nenes s'asseuen a descansar. Curiosament, allà on hi ha espais per seure, els nens i nenes s'han assegut durant un interval de 12 a 15 segons. Tot i això, no hi ha hagut massa relació entre el temps que han estat asseguts, amb el moment de la visita al museu (inici o final). A més, sabem que els nens s'asseuen quan ho combinen amb una altra activitat com fer la fitxa-joc-itinerari, mirar un audiovisual o parlar amb algun membre del grup. En comptades ocasions ho han fet només per descansar. Per tant, als nens i a les nenes els agraden les recreacions visuals dels museus i s'asseuen per veure-les.

L'ús de material complementari a la visita al museu, condiona diferents comportaments que si es fa la visita sense aquest.

618

---

Pel que fa al material que el museu proporciona al visitant (com pot ser una audioguia o una fitxa-joc-itinerari per realitzar a l'interior de les sales) sabem que potencia el treball individual (ho posa de manifest les disminucions d'interaccions socials), fa que els nens observi més Unitats d'Atenció, que el nen/a prengui la iniciativa de la visita i que el temps de visita a les sales sigui molt superior al que necessitaria un adult per observar-la. A més, la visita a les sales es du a terme de forma més pausada i calmada, permetent que el nen/a s'assegui més estona, i aconseguint que l'adult i el nen observin la sala al seu ritme. Tot i això, pel que fa a les interaccions socials, els jocs-fitxes-itineraris duts a terme pels nens i nenes a l'interior de les sales propicia més interacció que no pas l'audioguia.

En canvi, el material que el nen/a porta de casa, com poden ser les càmeres fotogràfiques pròpies, presenta pautes diferents a les citades anteriorment. El 100% dels nens que han realitzat la visita a les sales amb una càmera fotogràfica han definit el motiu de la seva visita com a turisme i l'han feta servir. No obstant, cap dels nens i nenes que la seva motivació ha estat diferent a la de fer turisme, ha dut càmera i per tant, ha pogut fotografiar. Aquests

també han dedicat més temps a l'observació de les Unitats d'Atenció però han fotografiat allò que ells han considerat interessant segons les pròpies preferències o gustos.

Quan la visita a les sales es fa acompanyada d'un adult, s'observa aproximadament el mateix nombre d'UA de les sales que si la visita la fa el nen sol. En canvi, quan la visita es fa acompanyada d'un adult, el nen destina un 72% més de temps a les sales, ja que apareix la interacció social, un aspecte importantíssim que condiciona molts comportaments.

Després d'analitzar les dades en base als museus, hem pogut observar com no existeix una pauta de comportament específica segons museu. En canvi, segons la tipologia de sala, sí. Així, a les sales interactives es detecten més comentaris i diàlegs de caire explicatius i vivencials entre els diferents membres del grup i el 62% de les preses de decisions venen motivades per un adult. En canvi, a les sales d'exposició més clàssica, els pares acostumen a explicar el que veuen als seus fills sense fomentar el diàleg, es fan preguntes que permeten aclariments i es fan avisos sobre la conducta del nen. No obstant, en aquestes sales la presa de decisions ve motivada pel nen/a. Així doncs, en els museus de la ciutat de Girona observem com no són massa les ocasions en què el nen pot explicar allò que ha entès/après, però en canvi sí que el pare explica amb altres paraules el que la museografia narra.

També hem observat com en sales on hi ha vitrines amb múltiples objectes exposats, la majoria dels quals criden l'atenció per ser de temàtiques relacionades amb la quotidianitat, es fomenta l'intercanvi de coneixement (menjar, escriure, viure en cases, espases, tombes, cranis, llibres, la imatge de Jesucrist, etc.). També els manipulables, les maquetes, les fotografies, els objectes de grans dimensions, etc. fomenten aquesta conducta, constatant algunes preferència segons sexe o edat. Segons edat, registrem que existeixen diferències de preferència amb els audiovisuals: les recreacions històriques agraden a totes les edats, però en canvi els audiovisuals de format documental agraden més als grans. També hem observat que els nens amb edats compreses entre els 9 i 12 anys es senten més atrets per les maquetes i pels espais d'interpretació dels objectes. En canvi, els nens amb edats compreses entre els 5 i els 8 anys prefereixen els manipulables i els objectes de grans dimensions. Pel que fa al sexe, als nens els agrada més l'observació de recursos complementaris als objectes patrimonials, com poden ser maquetes, audiovisuals o rèpliques, i en canvi a les nenes, els objectes originals.

Tot i això, no hem trobat massa diferències pel que fa a la relació i l'intercanvi d'informació entre l'adult d'un sexe o altre amb el nen o nena objecte d'estudi. Els nens i nenes que han visitat els museus de la ciutat de Girona tant demanen informació als pares com a les mares,

posant de manifest que les preguntes a un sexe o a un altre van més condicionades per la temàtica del museu i els coneixements previs del progenitor que no pas per la tipologia d'Unitat d'Atenció.

Així doncs, amb aquest treball hem sabut que quasi no hi ha empatia entre el nen/a d'entre 5 i 12 anys d'edat que visita el museu en una visita familiar no organitzada amb la col·lecció exposada. Els nens i nenes no fan la visita als museus amb minuciositat, però en canvi, tampoc mostren senyals d'avorriments ja que reparteixen bé el temps de visita. Aspectes relacionats amb el que envolca la col·lecció són més observats que els pròpiament integrants de la col·lecció exposada. Determinades peces poden esdevenir focus d'atenció (per la ubicació on es troben, per les dimensions, pels colors, per la presència d'espais confortables per asseure's, etc.) però majoritàriament, passen quasi o totalment desapercebudes. El que agrada més és remenar interactius que fomenten la reflexió al voltant d'un tema en concret, envers els que són estrictament mòdols per remenar. A més, si aquestes peces es troben a la meitat o final del recorregut, els nens i les nenes retenen menys informació i detalls que si es troben a l'inici. Així, i a trets generals hem sabut que els nens i les nenes no llegeixen els textos i els plafons explicatius, i que no esdevenen ens autònoms a l'interior dels museus. La presència del nucli familiar fomenta la interrelació social però també el limita en la presa de decisions. Finalment, també hem sabut que els elements externs a l'exposició són claus per fomentar una visita més detallada de les col·leccions i promoure l'augment del temps destinat a la visita de les sales.

Podem concloure que aquest estudi ha permès diferenciar, segons multitud de variables, el comportament divers dels nens i nenes de 5 a 12 anys a l'interior dels museus de Girona. No obstant, com a tret destacable hem constatat que malgrat que determinats objectes que s'exposen poden esdevenir un focus d'atenció per als nens i nenes (per la ubicació on es troben, per les dimensions, pels colors, per la presència d'espais confortables per asseure's que permeten la seva contemplació o ús), en general, els elements exposats o complementaris, especialment els escrits, passen majoritàriament quasi o totalment desapercebudes. Aquest fet s'accentua si tenim en compte que, tal com s'ha pogut veure, la durada d'una visita per una part important de les famílies (en la qual hi ha almenys un nen o nena de 5 a 12 anys) que accedeixen als museus gironins és només de 15 minuts en alguns casos i en la majoria aquesta visita no arriba a 60 minuts, la qual cosa no fa possible una relació estreta i profunda entre el visitant infantil i els museus.

És en aquest marc, que molts nens i nenes no esdevenen éssers participatius i amb iniciativa en la presa de decisions i, simplement, es deixen conduir.

Malgrat tot, en les sales que compten amb interactius que fomenten la reflexió al voltant d'un tema, que contenen plafons didàctics, que desenvolupen el coneixement mitjançant el joc i que permeten aprendre compartint, els nens i les nenes han pres la iniciativa de la visita i han destinat també més temps en observar. Per tant, en el cas dels museus de Girona, un aspecte clau i a tenir en consideració en quant al públic infantil, és que a més a més d'exposar una col·lecció, quan aquests fomenten les relacions socials i la interacció entre coses i persones, esdevenen, en definitiva, un espai familiar de coneixement compartit.

## **CONCLUSIONS**

With this study we have established that children aged 5 to 12 (the age group most represented) who visit Girona museums within the framework of a self-guided tour are generally part of a family group composed of two adults and two children.

The highest volume of visits is registered by families from Spain, representing 58% of the total, of which those from Catalonia account for 43%. Families living in the province of Girona and, therefore, the local public of the museums, are the families that visit them the least. Foreign families account for 42% of the total.

With regard to the languages spoken by the families, 44% speak Catalan, followed to a much lesser extent by other languages, such as Spanish, French, English, Italian and German, with French being the non-official language most spoken.

Families essentially visit Girona museums during their children's school holidays, mainly in the summer (July and August) and spring holidays (April and May). In contrast, the period of the year with the fewest family visits is the winter or Christmas holidays (December and January), when families do not usually travel and are busy with family gatherings.

Families living in Catalonia (including those in Girona) mainly visit the museums on public holidays (Sundays, essentially). When they visit on working days, it is usually during school holidays. The preferred time of entry for Catalan families is from 11:00 am to 2:00 pm, whereas families from outside Catalonia, when visiting from Monday to Saturday, enter the museums from 2:00 pm to 4:00 pm and, when visiting on Sunday or a holiday, at 12:00 pm.

Families who live in Spain (not including Catalonia) visit the museums in August, July and April and mainly on working days. Notwithstanding, we know that the day of the week preferred by Spaniards to visit Girona museums is Saturday, mainly from 1:00 pm to 5:00 pm.

Finally, families from outside Spain mainly visit the museums in July, August, April and May. The days of the week selected by foreigners to visit the museums are Tuesdays, Thursdays and Fridays (working days), from 11:00 am to 5:00 pm, mainly at 12:00 pm or 3:00 pm.

Despite these timetable specificities by origin of the family, we have detected that if there are children aged 0 to 8 in the family, the visit takes place before 12:00 pm. However, if there are fewer children in the family or they are aged 9 to 15, the visit takes place after 12:00 pm.

With regard to the duration of the visit to the museum, two types of families are predominant. On the one hand, there are families who spend fewer than 15 minutes visiting the museum and, on the other hand, there are those who spend 45 to 60 minutes on their visit.

Finally, with regard to the main reason for the visit, families from outside Catalonia cite tourism, while those from Catalonia mainly cite leisure. Accordingly, visits are considered to be tourism for those living the furthest away and leisure for those living closest to the museums. Similarly, we have established that the reason for the visit to the museum is often conditioned by activities organised in parallel to the visit, rather than by the collection itself. Therefore, heritage experiences, such as family workshops, temporary exhibitions, scheduled activities or discovery games such as activity sheets to be completed in the exhibition halls, encourage many children, after participating in and enjoying them, to decide to visit the museum.

With regard to the preferences and tastes of the children aged 5 to 12 who visit Girona museums within the context of a self-guided family visit, we know that what most attracts them is not heritage pieces or objects of great artistic, symbolic or historic value.

On the one hand, children like to be taken into account, to be spoken to by adults as equals, to make their own decisions about what to view, to be asked their opinion and, above, to feel like they in charge of the visit.

On the other hand, children like the space where the pieces are displayed to be pleasant, that is, with windows to enable them to look outside and rest their eyes, good lighting, rest areas, patios and gardens where they can relax and rest with their families, and, above all, spaces designed to allow them to learn by playing. In relation to the city's five museums, we have only detected signs of boredom in 5% of the cases, and we have established that, in halls where there are windows, on average children spend more time observing an attention-grabbing display than in halls without windows.

We have also detected that children prefer the way in which the objects are presented to the objects themselves and they find it difficult to distinguish an original object from a replica.

With regard to preferences for objects or attention-grabbing displays, children prefer large elements to small ones; they like objects to be at the right height and isolated from the rest so they can observe them in detail; they like things they can touch and handle (manipulatives) that allow them to understand by playing; they like objects to be in the middle of the route of the visit; and instead of text they prefer the museography to didactically explain the reason why the object is exhibited. In this sense, children prefer games to understand and learn the reason why the objects are exhibited, and, above all, that the layout of the text and of the object fosters dialogue with the various members of the family. The lighting of the object by means of lights and shadows and the proximity of the subject of the object observed to the child also affect the duration of observation. Therefore, the context of the pieces plays a key role in this sense, as in addition to placing an object within the scope of a subject or highlighting the importance of a certain event, it helps to direct attention to the specific object. Accordingly, we have often found that children do not like the heritage object as much as its overall context, the history that surrounds it and the museographic resources that act as a nexus between areas or halls.

Children aged 5 to 12 who visit Girona museums within the context of a self-guided family tour only visit 26% of the attention-grabbing displays in a room. Despite this, it should be highlighted that rooms designed with didactic principles and resources that facilitate understanding are the places where we have registered the highest percentages. In contrast, the least-visited attention-grabbing displays are those in 'classically' designed rooms and those that have a large number of objects without didactic museographic resources. As a counterpoint, we know that the presence of manipulatives in the rooms of the museums, even though it increases the duration of the visit, eclipses the possible observation of objects in display cases. However, children spend around 94% more time handling artefacts that allow them to learn by playing, that challenge their intellect and prevent boredom than those that consist of text to extend content or that do not generate any room for reflection (we have detected that handling increases when the attention-grabbing display is observed more than once, and when information is shared with another member of the group in front of the attention-grabbing display). Children always want to touch an attention-grabbing display, regardless of whether it is allowed or not; they want to take the initiative in the visit, they want to exchange experiences and, above all, they want to handle things. The attention-grabbing displays that were most touched were manipulatives, models and the glass of the



display cases that contain objects that children are particularly interested in (skulls, necklaces, books, and so forth).

The temperature of the halls in Girona museums does not meet the recommended standards (in summer, there is a difference of up to 6°C), which partly explains the reduction in what visitors get out of their visits and why the visits are quicker and observation of the Attention Units is less detailed. Children visiting Girona museums stop at 32% of the attention-grabbing displays and travel at a speed of 35 m<sup>2</sup> per minute, the repeat viewing rate is 22%, and the average time a child spends observing an attention-grabbing display is 17 seconds, only 5% of the total number of viewings, are considered detailed viewing.

In contrast, in rooms where there is music, information is shared 16% more than in rooms without music, and, therefore, it fosters social relations and the exchange of knowledge and experiences with the various members of the group.

Children prefer rooms with warm colours and low-intensity artificial lighting to rooms painted in warm colours with high-intensity artificial light. Notwithstanding, when there are images, high-intensity artificial light from a lightbox has a positive effect and children spend longer observing them.

With regard to colours, we have detected that children interact more with the members of their group and are more attracted to the attention-grabbing displays when there is a predominance of sky blue, green, yellow and pumpkin (with yellow or gold being the favourite). The opposite is true of with a predominance of brown, black, dark grey, etc. With regard to the colour of the rooms, those predominantly in warm colours are those in which children visit the most attention-grabbing displays and where they find the visit to be the most exciting. In contrast, in halls with cold colours, children visit fewer attention-grabbing displays, but the visit to the halls is slower.

With regard to the relationship between the colour of the text and the colour of the backgrounds, we have established that even though children read very few panels with text, those that they do read are the ones that use warm colours to bring the message closer to the visitor. However, children stop in front of objects more than in front of text panels. Therefore, a featured object has a greater power of attraction than a featured text. Children only spend 4% of their time reading panels, which is much less than the time they spend handling objects and observing three-dimensional elements (they spend an average of 9 seconds reading a text panel, 12 seconds observing an object and 15 seconds handling an object). Notwithstanding, the correct lighting of the text is not a conditioning factor of this behaviour and neither are the arrangement of the signs to reduce the effort of reading or the availability of the texts in

different languages. In contrast, we have detected a greater acceptance of panels with text with a didactic arrangement, that is, panels that combine images, drawings and text, using engaging language, with short paragraphs without the aim of providing too much information. Generally, the museums in the city of Girona do not present problems with regard to allowing visiting children to observe the collections. Even so, it is interesting to indicate that although the heights of many of the objects are around one metre, they are often presented in positions that only people taller than 1.5 m are able to view correctly.

The distribution of the objects to prevent fatigue, the combination of spaces with light and darkness, the combination of symmetry with asymmetry when presenting the objects in the room, and the presentation of featured objects in the middle of the route of the visit, facilitate the observation of the pieces in the halls.

Families who visit Girona museums within the framework of a self-guided tour do not use maps; rather they rely on directions from the ticket office staff and signs inside the museum. When there is a lack of signage in the rooms and an unclear explanation of the correct route the visit should take, 11% of children start the visit in the opposite direction to that recommended by the museum. Children observe more attention-grabbing displays in museums where the route of the visit does not allow multiple options, that is, it sets a fixed direction from the start. In contrast, in museums where the route is not clearly defined, children spend more time finding their way than observing the attention-grabbing displays.

In relation to fatigue, we have detected that it is at the start of the visit where more attention-grabbing displays are observed, more detailed viewing takes place, the repeat viewing rate is highest, the exhibit's impact is greater, the attention-grabbing displays with the greatest power of attraction are located, more time is spent and the visit is at a slower pace. Even so, it is in the last halls where children distribute their visiting time the best, because as the visit goes on, children tend to choose what they want to see in accordance with the time they have left. Therefore, we have found that at the start of the visit, children have more energy and visit the museum in greater detail, making the exhibition more effective. In contrast, as they advance through the rooms, tiredness and the urge to leave become evident and the visit is quicker, the attention-grabbing displays are viewed in less detail, less information is shared, fewer questions are asked, fewer objects are touched and there are fewer repeat viewings of the attention-grabbing displays. Finally, we have also detected that the number of opinions on the objects that they have liked the most increase and are richer in detail in the first rooms of the museums than in the last ones.

In the case of museums where there is not much difference in the museography of the rooms, we have not observed this behaviour. We have observed that behaviour is similar at the start, halfway through and at the end of the route, with all the rooms being visited with almost the same level of interest, regardless of the location in the route.

A fact associated with museum fatigue would be when children sit down to rest. Curiously, where there are seats, children sit down for 12 to 15 seconds. Despite this, there is hardly any relationship between the time they sit down and the time of the visit to the museum (start or end). Moreover, we know that children sit down when they combine it with another activity such as completing activity sheets, watching an audiovisual presentation or talking with a member of the group. They hardly ever sit down just to rest. Therefore, children like visual recreations in museums and like to sit down to view them.

The use of materials to complement the visit conditions behaviours different to those of visits without such materials.

With regard to the material the museum provides the visitor (such as an audio guide or an activity sheet to complete), we know that it fosters individual work (this is reflected by a reduction in social interaction), it makes the children observe more attention-grabbing displays, the children take more initiative for their visit and the time they spend in the halls is longer than an adult would need. Moreover, the visit is undertaken at a slower and calmer pace, allowing the children to sit down longer and enabling children and adults to observe the room at their own pace. Even so, with regard to social interactions, activity sheets foster more interaction than audio guides.

However, the material that children bring from home, such as cameras, presents different behaviour. 100% of the children visiting the rooms with a camera defined their reason for the visit as tourism and used their cameras. Notwithstanding, none of the children with a reason other than tourism brought a camera, and, therefore, did not take photographs. They also spent more time observing the attention-grabbing displays, but they took pictures of what they found interesting according to their own preferences and tastes.

When the visit is with an adult, the child observes approximately the same number of attention-grabbing displays as when alone. However, when the visit is with an adult, the child spends 72% more time in the halls, as there is social interaction, an important aspect that conditions much of the behaviour.

After analysing the data based on the museums, we have been able to observe that there is no behaviour specific to one particular museum. However, there is in accordance with the type of hall. So, in interactive rooms there are more comments and dialogues of an explanatory or

experiential nature between the members of the group, and 62% of the decisions are made by adults. However, in the more classical exhibition rooms, parents usually explain what they see to their children without fostering dialogue, ask questions to make clarifications and warn their children to behave. Notwithstanding, in these rooms the decisions are made by the children. So, in the museums of the city of Girona, we have observed that there are not many occasions on which children can explain what they have understood/learned, but their parents do explain the museography in other words.

We have also observed that in rooms where there are display cases with multiple objects, the majority of which are of interest because they are subjects related to everyday matters (eating, writing, living in houses, swords, tombs, skulls, books, the image of Christ, etc.), there is a greater exchange of knowledge. Also manipulatives, models, photographs and large objects foster this behaviour, showing preferences according to sex or age. According to age, we have registered that there are differences in preferences in relation to audiovisual presentations: historical recreations please all ages, but documentary audiovisual presentations are of more interest to older children and adults. We have also observed that children aged 9 to 12 are more attracted to models and the interpretation spaces of the objects. However, children aged 5 to 8 prefer manipulatives and large objects. With regard to sex, boys prefer complementary resources to heritage objects, such as models, audiovisual materials and replicas, and girls like original objects.

Even so, we have not found many differences with respect to relationships and exchanges of information between the adult of one sex or the other with the child. The children visiting the museums of the city of Girona ask questions of both their fathers and their mothers, showing that questions to one sex or the other are more conditioned by the subject matter of the museum or the prior knowledge of the parent than by the type of attention-grabbing display.

We can conclude that this study has differentiated, according to many variables, the different behavior of children aged 5 to 12 who visit Girona museums. Notwithstanding, one notable feature we have found is that even though specific objects presented can become a focus of attention for boys and girls (due to their location, size, colour, the presence of comfortable seating from which to view them, or use, etc.), in general, exhibited items or their complements, especially those written, usually go nearly or completely unnoticed. This is accentuated when we consider that the family visits that take place in Girona museums (in which there is at least one child aged 5 to 12) in most cases are 15 minutes and others did not reach 60 minutes. The timings show us that a deep and close relationship between the child and the museums is not possible.

It is in this context that many children are not participative and in the process of making decisions, they don't take the initiative, and simply they led themselves be guided.

However, in interactive rooms that feature interactive elements which encourage reflection around a theme, which contain didactic panels to develop the knowledge through play and allow learning by sharing; the children have taken the initiative of the visit and have also allocated more time to observe. Therefore, in the case of Girona museums, a key aspect to keep in mind with respect to visitors who are children is that in addition to showing a collection, when these museums promote social relationships and interaction between things and people, they become, in short, a family space of knowledge shared.

## **9. BIBLIOGRAFIA**

Adler i Adler, 1998:

Adler, P. A. i Adler, P., "Observation Techniques" dins .Denzin, A.N. i Lincoln, S., *Collecting and interpreting Qualitative materials*. London: Sage, 1998. p. 79-110.

Alcalde, 1993:

Alcalde, G. *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, 1993. Tesis Doctoral.

Alcalde, 1995:

Alcalde, G. "Una aproximación a los visitantes individuales de los museos de arqueología catalanes". *Revista de Museología*, 6. p. 29-35.

Alcalde, 1997:

Alcalde, G. *Els públics del museu comarcal de la Garrotxa (1988-1995). Avaluació de la implicació del museu en la Comunitat*. Olot: Museu Comarcal de la Garrotxa, 1997. (Estudis, 1).

Alcalde, 2008:

Alcalde G. "El uso de museos y la visita turística a la ciudad de Girona. Un análisis a partir del tique M5 del GironaMuseus". *Estudios turísticos*, 177, 2008. p. 77-90.

Alcalde, 2012:

Alcalde, G. "Análisis de la evolución del uso de los museos en España a partir de las encuestas de prácticas culturales". Díaz I. (coord.) *Otras maneras de musealizar el patrimonio*. Bilbao: Universidad del País Vasco i Artium, 2012. p. 259-269.

Alcalde, Castellà i Rojas, 2010:

Alcalde, G., Castellà, C., Rojas, A. "La visita patrimonial a las iglesias de la Vall de Boí (Cataluña)". *Revista Patrimonio Cultural de España*, 4, 2010. p. 179-192.

Alcalde i Rueda, 2004:

Alcalde G. i Rueda J.M. *L'ús del Museu d'Art de Girona*. Girona: Institut del Patrimoni Cultural, 2004. (Treballs del Patrimoni Cultural, 1)

Alcalde i Rueda, 2007:

Alcalde G. i Rueda J.M. "People who don't go to Museums". *International Journal of Heritage Studies*, vol. 13, 6, 2007. p. 521 - 523.

Alcalde i Rueda, 2008:

Alcalde, G. i Rueda, J.M. "Una aproximación al análisis del no-público de los museos a partir del estudio de uso del Museo de Arte de Girona" *Mus-A*, 10, 2008. p. 90-95.

631

---

Alcalde *et al.*, 2011:

Alcalde, G., Aquilué, X., Burch, J., Martí, E., Rojas, A. i Tremoleda, J. "Usuaris actuals de patrimoni arqueològic al nord-est de la península ibèrica". Alcalde, G. i Burch, J. (eds.) *La patrimonialització de l'arqueologia. Conceptualitzacions i usos actuals del patrimoni arqueològic al nord-est de la península ibèrica*. Girona: Documenta Universitaria, 2011. p. 129-139.

Alexander i Alexander, 2008:

Alexander, E. i Alexander, M. *Museums in Motion. An introduction to the history and functions of museums*. USA: Altamira press, 2008. (2nd Edition).

Allen, 2002:



Allen, S. "Looking for learning in visitor talk: a methodological exploration". Leinhardt, G., Crowley, K., Knutson, K. (eds) *Learning conversations in Museums*. New Jersey: Lawrence Erlbaum associates, 2002. p. 259 – 303.

Almazán, 2007:

Almazán, L., *Dimensión educativa de los centros de arte: investigación en usuarios del Centro José Guerrero de Granada*. Granada: Universidad de Granada, 2007. Tesis doctoral.

Almazán, 2008:

Almazán, L. "Museos y público. Análisis de un estudio en el Centro José Guerrero de Granada". *MUS-A*. 10. *El público y el museo*, 2008. p. 74-81.

Álvarez, 1975:

Álvarez, A. *Manual de psicología experimental. Metodología*. Madrid: Biblioteca Nueva, 1975.

Anderson, Lucas i Ginns, 2003:

Anderson, D., Lucas, K.B. i Ginns, I.S. "Theoretical perspectives on learning in an informal setting". *Journal of Research in Science Teaching*, 40 (2), 2003. p. 177-199.

Anderson i Roe, 1993:

Anderson, P. i Roe, B. C. *Museum impact and evaluation study: roles of affect in the museum visit and ways of assessing them*. Chicago: Museum of Science and Industry, 1993.

Anguera, 1985:

Anguera, M. *Metodología de la observación en las ciencias humanas*. Madrid: Ed. Catedra, 1985.

Aquilué i Monturiol, 2003:

Aquilué, X. i Monturiol, J. "Anàlisi i estudi dels visitants d'un jaciment arqueològic: el cas d'Empúries". *II Congreso Internacional sobre musealización de yacimientos arqueológicos: nuevos conceptos y estrategias de gestión y comunicación*. Barcelona: Museu d'Història de la Ciutat de Barcelona, 2003. p. 329-339.

Aquilué, Tremoleda i Monturiol, 2011:

Aquilué, X., Tremoleda, J. i Monturiol, J. "El Museu d'arqueologia de Catalunya – Empúries (l'Escala)". Alcalde, G. i Burch, J. (eds.) *La patrimonialització de l'arqueologia. Conceptualitzacions i usos actuals del patrimoni arqueològic al nord-est de la península ibèrica*. Girona: Documenta Universitaria, 2011. p. 111-117.

Asensio i Pol, 1998:

Asensio M. i Pol E. "La comprensión de los contenidos del museo". *Iber: Didáctica de las ciencias sociales, geografía e historia*. 15, 1998. p. 15-30.

Asensio i Pol, 2002:

Asensio M. i Pol E. *Nuevos escenarios en educación. Aprendizaje informal sobre el patrimonio, los museos y la ciudad*. Buenos Aires: Aique, 2002.

Asensio i Pol, 2003:

Asensio M. i Pol E. "Los cambios recientes en la consideración de los estudios de público: la evaluación del Museu d'Història de la Ciutat de Barcelona" *II Congreso internacional sobre Museïtzació de Jaciments arqueològics*. Barcelona: Museu d'Història de la Ciutat de Barcelona, 2003. p. 310-322.

Asensio, Pol i Gomis, 2001:

Asensio M., Pol E. i Gomis M. *Planificación en museología: el caso del Museu Marítim de Barcelona*. Barcelona: Museu Marítim, 2001. (Manuals, 1).

*Audit et guide pratique de communication marketing pour les institutions muséales: La fréquentation des familles avec jeunes enfants, 2012:*

*Audit et guide pratique de communication marketing pour les institutions muséales: La fréquentation des familles avec jeunes enfants.* Université de Sherbrooke, 2012.

Aumont, 1992:

Aumont, J. *La imagen*. Barcelona: Paidós Comunicació, 1992.

Belcher, 1991:

Belcher, M. *Exhibitions in museums*. Washington D.C.: Smithsonian Institution Press, 1991.

Belcher, 1994:

Belcher, M. *Organización y diseño de exposiciones. Su relación con el museo*. Gijón: Ed. Trea, 1994.

Benett, 1977:

Benett, C. "Spaces for people". *Human factors in design*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1977.

Benett, 1989:

Benett, E. "The exhibit interpreter: an attention-focuser in science museums" *Dissertation Abstracts International*, 50, 1265A, 1989.

Bickenell i Mann, 1993:

Bicknell, S. i Mann, P. "A picture of visitors of exhibit developers". Thompson, D (ed.) *Visitor studies: theory, Research, and Practice*. 5. Jacksonville: Visitor studies association, 1993. p. 88-98.

Bicknell i Mazda, 1993:

Bicknell, S. i Mazda, X. *Enlightening or Embarrassing? An Evaluation of drama in the science Musemu*, 1. London: National Museum of Science and Industry, 1993.

Birulés, 2008:

Birulés, J.M. *Guia de arquitectura de Girona área urbana*. Col·legi d'Arquitectes de Catalunya. Girona: Triangle editorial, 2008.

Bitgood, 1988:

Bitgood, S. "Problems in visitor orientation and circulation" Bitgood, S., Benefield, A. i Roper, J. T. (eds.) *Visitor studies: theory, research, and practice*, 1, 1998. p. 155-170.

Bitgood, 1992:

Bitgood, S. "Visitor orientation and circulation: some general principles". *Visitor Behavior*, 7 (3), 1992. p. 15-16.

635

---

Bitgood, 2000:

Bitgood, S. "The role of attention in designing effective interpretive labels". *Journal of Interpretation Research*, 5 (2), 2000. p 31-45.

Bitgood, 2002:

Bitgood, S. "Environmental psychology in museums, zoos, and other exhibition centers". Bechtel, R. I Churchman, A. (eds.) *Handbook of environmental psychology*. John Wiley & Sons, 2002. p. 461-480.

Bitgood, 2006:

Bitgood, S. "An Analysis of Visitor Circulation: Movement Patterns and the General Value Principle". *Curator* 49 (4), 2006. p. 465 - 473.

Bitgood, Serrell i Thompson, 1994:

Bitgood, S., Serrell, B. i Thompson, D. "The impact of informal science education on visitors to museums". Crane, H.N.V., Chen, M. I Bitgood, S. (eds.) *Informal science learning: What research says about television, science museums, and community based projects*. Dedham, MA: research Communication Ltd, 1994. p. 61-106.

Blud, 1990a:

Blud, L. "Social interaction and Learning among family groups visiting a museum". *Museum Management and curatorship international journal*, 9 (1), 1990. p 43 - 51.

Blud, 1990b:

Blud, L. "Sons and daughters. Observations on the way families interact during a museum visit in Museum". *Management and curatorship international journal*, 9 (3), 1990. P. 257 - 264.

Bofill, 2000:

Bofill, J. "Museus que fan història". *Patrimoni i museus. Girona en el canvi de mil.leni*. 13. Girona: BbdGi, 2000. p. 136 - 137.

636

---

Boisvert i Slez, 1995:

Boisvert, D. i Slez, B. "The relationship between exhibit characteristic and learning-associated behaviours in a Science Museum Discovery Space". *Science Education*, 79 (5), 1995. p. 503-518.

Borun, Chambers I Cleghorn, 1996:

Borun, M., Chambers M. i Cleghorn, A. "Families are Learning in Science Museums." *Curator*, 39 (2), 1996. p. 123-138.

Bourdieu i Darbel, 1996:

Bourdieu, P. i Darbel, A. (eds) *L'Amour de l'art, Les musées européens et leurs publics*. Paris: Éditions de Minuit, 1966.

Boyatzis i Vargheses, 1994:

Boyatzis, C. J. i Vargheses, R. "Childre'ns emotional associations with colors". *Journal of geneticpsychology*, 155, 1994. p. 76-78.

Brown, 1995:

Brown, C. "Making the most of family visits: some observations of parents with children in a Museum Science Center". *Museum Management and curatorship*, 14 (1), 1995. p. 65-71.

Brugué, 2000:

Brugués, D. "Centre de pel.lícula". *Patrimoni i museus. Girona en el canvi de mil.leni*. 13. Girona: BbdGi, 2000. p. 126 - 127.

Burch i Servitja, 2011:

Burch, J. i Servitja, L. "El Castellum de Sant Julià de Ramis". Alcalde, G. i Burch, J. (eds.) *La patrimonialització de l'arqueologia. Conceptualitzacions i usos actuals del patrimoni arqueològic al nord-est de la península ibèrica*. Girona: Documenta Universitaria, 2011. p. 122-127.

637

---

Buscató, 2011:

Buscató, Ll. *De l'antiquarisme a l'arqueologia. La protecció del patrimoni històric i arqueològic a la província de Girona (1835-1876)*. Girona: Universitat de Girona, 2012. Tesi doctoral.

Cano, 1984:

Cano, G. "La llum i els colors de l'escola: Dades i continguts de les recerques tocant a llurs efectes". Pol, E., Morales, M. i Muntañola, J. (eds.) *Vers un millor entorn escolar*. Barcelona: publicacions i edicions de la Universitat de Barcelona, 1984. p. 161-169.

Caseta de la Devesa, 2010:

Caseta de la Devesa. *Memòria curs escolar 2009-2010*. 2010.

Castellanos, 2008:

Castellanos, P. *Los museos de ciencias y el consumo cultural. Una mirada desde la comunicación*. Barcelona: Editorial UOC, 2008.

Catálogo de la Exposición artística de 1879 celebrado por la asociación para el fomento de las Bellas Artes de Gerona, 1879:

*Catálogo de la Exposición artística de 1879 celebrado por la asociación para el fomento de las Bellas Artes de Gerona*. Girona: Imprenta Vicens Dorca, 1879.

Címbalo, Beck i Sendziak, 1978:

Címbalo, R. S., Beck, K. L. i Sendziak, D. S. "Emotional toned pictures and color selection for child and college students". *The Journal of genethic psychology*, 133, 1978. p. 303-304.

Civil, 1973:

Civil, F. "La Fontana d'Or, caixeta ideal de ressonància". *Revista de Gerona*, año XIX, 65, Cuarto Trimestre 1973. Girona, 1973. p. 36 - 40.

638

---

Cohen, 1960:

Cohen, J. "A coefficient of agreement for nominal scales". *Educational and psychological measurement*, 20. 1960. p. 37-46.

Coombs, 1959:

Coombs, C.H. "La mesure dans les Sciences sociales. Théorie et méthode" en Festinger, L. I Katz, D. (eds) *Les méthodes de recherche dans les sciences sociales*. Paris: P.U.F, 1959. p. 538-611.

Corraliza, 1998:

Corraliza, J. A. "Emoción y ambiente". Aragonés, J. I., Amérigo, M. (eds.) *Psicología ambiental*. Madrid: Ediciones Pirámide, 1998. p. 59-76.

Cox, Lamb i Orbach, 2000:

Cox, A., Lamb, S. i Orbach, K. *A shared experience: a qualitative evaluation of family activities at three Tate sites*. Tate Internal Report. August, 2000.

Crosthawait i Mask, 1994:

Crosthawait P, i Mask D. L. "Can pre and post drawings by Zoo visitors be used as a method to evaluate zoo exhibits?" AAM Committee on Audience Research and Evaluation, *Current trends in Audience Research and Evaluation*, 8. Seattle, 1994. p. 30 a 37.

Crowley i Siegler, 1999:

Crowley, K. i Siegler, R.S. "Explanation and generalization in young children's strategy learning". *Child Development*, 70 , 1999. p. 304-316.

639

---

Crowley *et al.*, 2001:

Crowley, K., Callanan, M.A., Jipson, J.L., Galco, J., Topping, K. i Shared, J.S. "Scientific Thinking in Everyday Parent-Child Activity". *Science Education*, 85 (6), 2001. p. 712 – 732.

Csikszentmihalyi, 1990:

Csikszentmihalyi, M. *Flow: the psychology of optimal experience*, NY, 1990.

Deans *et al.*, , 1987:

Deans, C., Martin, J., Neon, K., Nueseaa, B. I O'Reilly, J. *A Zoo for Who? A Pilot Study in Zoo Design for Children*. Jacksonville: the Reid Park Zoo, 1987.

Denzin i Lincoln, 2000:



Denzin N.K. i Lincoln, Y.S. *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, 2000.

Diamond *et al.*, 1980:

Diamond, J., Gottfried, J., Laetsch, W. i Rosenfeld, S. "Children and family groups in Science centers", *Science and Children*, 17 (6), 1980. p.14-17.

Dierking i Falk, 1994:

Dierking, L. i Falk, J. "Family behavior and learning in informal science settings: a review of the research". *Science Education*, 78 (1), 1994. p. 57-72.

Dierking i Holland, 1994:

Dierking, L. i Holland D. "Utilizing interpretive carts to collect Naturalistic Data in a Natural History Museum" *AAM Comitee on Audience Research and Evaluation. Current trends in audience research and evaluation*, 8. Seattle, 1994. p. 38 - 43.

640

---

Domènech i Gil, en premsa:

Domènech, G. i Gil, R.M. "*El Monestir de Sant Pere de Galligants*". *Quaderns de la revista de Girona*. Girona: Diputació de Girona. En premsa.

Driscoll, 1968:

Driscoll, G. *L'estudi del comportament dels infants*. Barcelona: Editorial Novaterra. 1968. (Col·lecció nadal).

Dunbar i Klahr, 1989:

Dunbar, K. i Klahr, D. "Developmental differences in scientific discovery strategies". Klahr D. i Kotovsky, K. (eds.) *Complex information processing: the impact of Herbert A. Simon*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1989. p. 109-144.

El Call de Girona, 2004:

*El Call de Girona*. Girona: ajuntament de Girona, 2004. Sense paginar.

Ellenbogen, 2002:

Ellenbogen, K.M. "Museums in family life: an ethnographic case study". Leinhardt, G., Crowley, K., Knutson, K. (eds.) *Learning conversations in museums*. New Jersey: Lawrence Erlbaum, 2002. P. 81-102.

Ellenbogen, Luke i Dierking, 2007:

Ellenbogen, K., Luke, J., Dierking, L. "Family Learning in Museums: perspectives on a decade of research". Falk, J., Dierking, L. I Foutz, S. *In principle, in practice, museums as learning institutions*. USA: altamira press, 2007. p. 17-30.

Ertel, 1973:

Ertel, H. "Blue is beautiful". *Time*. New York, 1973. (17/09/1973) p.7.

641

---

Evans et al. 2002:

Evans, J. St. B. T., Handley, S. J., Over, D. E., i Perham, N. "Background beliefs in Bayesian inference". *Memory and Cognition*, n30, p. 179–190.

Evans i Lepore, 1997:

Evans, G. i Lepore S. "Moderating and mediating processes in environment-behavior research". Moore, G. i Marans, R. (eds) *Advances in environment, behavior and design. Toward the integration of theory, methods, research and utilization*, 4. New York: plenum, 1997. p. 255-285.

Falk, 1982a:

Falk, J. H. "The use of time as a measure of visitor behavior and exhibit effectiveness" Roundtable reports, 5 (4), 1982. p. 10 - 13. Reprinted in Nichols, S., Alexander, M. I Yellis, K.

*Museum Education. Anthology, 1973-1983.* Washington D.C. Museum education roundtable, 1984. P. 183 - 190.

Falk, 1982b:

Falk, J. H. "Time and behavior as predictors of learning". *Science Education*, 67, 1982. p. 267 - 276.

Falk, 1988:

Falk, J. "Museum recollections". Bitgood, S., Benefield, A. i Roper, J. T. (eds) *Visitor studies: theory, research, and practice*, 1. Jacksonville, 1998. p. 60-65.

Falk, 2009:

Falk, J.H. *Identity and the museum visitor experiences.* California: Left coast press, inc. 2009.

Falk i Dierking, 1992:

Falk, J. H. i Dierking, L.D. *The museum experience.* Washington D.C.: Whalesback books, 1992.

Falk i Dierking, 2000:

Falk, J. H. i Dierking, L.D. *Learning from museums.* United Kingdom: altamira Press, 2000.

Falk et al., 1985:

Falk, J. H., Koran, J. J., Dierking, L. D. i Dreblow, L. "Predicting visitor behaviour". *Curator*, 28, 4, 1985. p. 249-257.

Farró, 1985:

Farró, D. *Museus d'Història. Propostes per un programa.* Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, 1985.

Farró, 1993:

Farró, D. "A propòsit d'una relació subtil: el museu i el seu públic". *De museus. Quaderns de museologia i museografia*, 4. p. 52-55.

Feher, 1990:

Feher, E. "Interactive Museum Exhibits as Tools for Learning: Explorations with Light". *International Journal of Science*, 12. p.35 a 49.

Flores, 2006:

Flores, M. "La museología crítica y los estudios de público en los museos de arte contemporáneo: caso del museo de arte contemporáneo del museo de Castilla y León, MUSAC". *De Arte*, 5, 2006. p 231-243.

Font, 1952:

Font, L. *Gerona. La Catedral y el Museo Diocesano*. Girona: Editorial Carlomagno, 1952.

643

---

Fulcarà, 1976:

Fulcarà, M. D. *Girona i el Modernisme. Contribució a la història dels ambients polític-cultural del començament de segle*. Girona, 1976. (Colección monografías del Instituto de Estudios Gerundenses).

Fundació Gala-Salvador Dalí, 2009:

Fundació Gala-Salvador Dalí, *Memòria de l'any 2009*, 2009.

Fundació Gala-Salvador Dalí, 2011:

Fundació Gala-Salvador Dalí, *Memòria de l'any 2011*, 2011.

Furth i Wachs, 1978:

Furth H.G. i Wachs H. *La teoría de Piaget en la práctica*. Argentina: Kapelusz, 1978.

Galí, 2004:

Galí, N. *Mirades turístiques a la ciutat: anàlisi del comportament dels visitants en el Barri Vell de Girona*. Girona: Universitat de Girona, 2004. Tesi Doctoral.

Galí, 2005:

Galí, N. *La imatge turística del patrimoni monumental de Girona*. Girona: Institut del Patrimoni Cultural, 2005. (Treballs de Patrimoni Cultural, 2)

Galí i Donaire, 2005:

Galí, N i Donaire, J.A. *Itineraris turístics a la ciutat de Girona: els recorreguts del barri vell*. Girona: Institut del Patrimoni Cultural, 2005. (Treballs de Patrimoni cultural. 3).

García Blanco, 1994:

García Blanco, A. *La exposición, un medio de comunicación*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 1994. Tesis doctoral.

644

---

García Blanco, Pérez Santos i Andonegui, 1999:

García Blanco, A., Pérez E., i Andonegui, M.O. *Los visitantes de museos: un estudio de público en cuatro museos*. Madrid: Ministerio de educación y cultura, 1999.

García Blanco i Sanz, 1984:

García Balnco, A. i Sanz, T. *El Museo arqueológico Nacional, su departamento pedagógico y el público*. Boletín del Museo Arqueológico Nacional, 2, 1984. p. 179-186.

Gasull, 2005:

Gassull, C. *L'educació de la veu en la formació inicial dels mestres. Avaluació dels recursos adquirits per a una emissió eficient i sana de la veu*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2005. Tesi doctoral.

Gibson, 1925:

Gibson, K. *An experiment in measuring results of fifth grade class visits to an art Museum*. *School and society*, XXI, 1925. p. 658-62.

Gil, 1973:

Gil, M. "Brillantez del acto inaugural de la Fontana de Oro". *Revista de Gerona año XIX*. 65. Cuarto Trimestre 1973. Girona, 1973. p. 21 - 27.

Gilman, 1916:

Gilman, B. I. "fatiga de museu". *The Scientific Monthly*, 12. P. 62 - 74.

645

---

Gilmartín, 1998:

Gilmartín, M. A. "Ambientes escolares". Aragonés, J. I., Amérigo, M. (eds) *Psicología ambiental*. Madrid: Ediciones Pirámide, 1998. p. 221-237.

Gilmore i Sabine, 1999:

Gilmore, E. I Sabine, J. "Writing readable text: evaluation of the Ekarv method" Hooper-Greenhill, E. *The educational role of the museum*. NY: routledge (2<sup>nd</sup> Edition), 1999. p. 205 – 210.

Griffin, 2004:

Griffin, J. "Research on students and museums: looking more closely at the students in school groups". *Science Education*, 88 (1), 2004. p. 159 – 170.

Griffiths i MacIntyre, 1972:

Griffiths, I. D. i MacIntyre, D. A. "The balance of radiant and air temperature for warmth in older women". *Environmental research*, 6, 1972. p. 382-388.

Guichard, 1995a:

Guichard J. "Designing tools to to develop the conception of learners". *Internacional science educator*, 17 (2), 1995.

Guichard, 1995b:

Guichard, J. "Nécessité d'une recherche éducative dans les expositions à caractère scientifique et technique". *Publics et Musées*, 7, 1995. p. 95-115.

Hamilton, 1970:

Hamilton, E. A. *Graphic design for the computer age. Visual Comunication for all media*. Van London: Nostrand Reinhold, 1970.

646

---

Heller, 2004:

Heller, E. *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona: Ed. Gustavo gili S.A., 2004.

Herrera i Mayolas, 2004:

Herrera, M. i Mayolas, M. "Públic familiar a museus". *Mnemòsine. Revista Catalana de Museologia*, 1, 2004. p. 99-112.

Hein, 1998:

Hein, George E. *Learning in the museum*. New York: Routledge, 1998.

Heinze, 1993:

Heinze, S. "En Berlín, se va de la teoría a la práctica". *Museum international*, 178. XLV. 2, 1993. p. 33-37.

Higgins, 1884:

Higgins, H. H. "Museums of Natural History". *Transactions of the Literary and philosophical society of Liverpool*, 1884. p. 183 - 221.

Hilke, 1988:

Hilke, D.D. "Strategies for family learning in museums". Bitgood, S., Roper, J.T. Jr i Benefield A. (eds) *Visitor Studies: theory, research and Practice*. Jacksonville: Center for Social Design, 1988. p. 109 a 122

Hilke i Balling, 1985:

Hilke, D.D. i Balling, J. *The Family as a Learning System: an Observational Study of Families in Museums*. Washington D.C.: Smithsonian Institution Press, 1985.

647

---

Hood, 1993:

Hood, M.G. "Comfort and caring: two essential environmental factors". *Environment and Behaviour*, 25 (6), 1993. p. 710-724.

Hooper-Greenhill *et al.*, 2006:

Hooper-Greenhill, E., Dodd, J., Gibson, L., Phillips, M., Jones, C. i Sullivan, E. "What did you learn at the museum today? Second study: Evaluation of the outcomes and impact of learning through the implementation of the Education Programme Delivery Plan across nine Regional Hubs" *Museums, Libraries and Archives Council, Renaissance*. Research Centre for Museums and Galleries in the United Kingdom, 2006.

Íñiguez i Vivas, 1998:



Íñiguez, L. i Vivas, P. "Ambientes laborales" Aragonés, J. I., Amérigo, M. *Psicología ambiental*. Madrid: Ediciones Pirámide, 1998. p. 195-220.

Kasmar, 1970:

Kasmar J. V. "The development of usable lexicon of environmental descriptors". *Environment and behaviour*, 2, 1970. p. 153-169.

Klein, 1990:

Klein, H. "Der gläserne Besucher". *Publikumsstrukturen einer Museumslandschaft, Berliner Schriften zur Museumskunde*. Berlin: Bd 8, 1990.

Klein, 1993:

Klein, H.J. "Tracking Visitor Circulation in Museum Settings". *Environment and Behavior*, 25, 6, 1993. p. 782-800.

648

---

Korn, 1992:

Korn, R. "Evaluation methods and findings shape a junior gallery". Thompson, D., Benefield, A., Bitgood, S., Shettel, H. I Williams R. (eds.) *Visitor studies: theory, research, and practice*. 5 Jacksonville, AL: Center for Social Design, 1993. p. 180 - 190.

Laboratorio permanente de público de museos, 2010:

Laboratorio permanente de público de museos. *Conociendo a nuestros visitantes. Laboratorio permanente de público de museos*. Dirección general de Bellas Artes del Ministerio de Cultura, Secretaría general técnica, 2010.

Lachapelle, 1994:

Lachapelle R., *Aesthetic understanding as informed experience: ten informant – made videographic accounts about the process of aesthetic learning*. Montreal: Concordia University, 1994.

Lakota, 1976:

Lakota, R. A. *The National Museum of Natural History as a Behavioral Environment*. Washington, D. C.: Smithsonian Office of Museum Programs, 1976.

Laporte, 2001:

Laporte, A. "El análisis de los públicos del Centro Cultural de Barcelona de la Fundación 'la Caixa': Un instrumento para la gestión" Bonet, Ll., Castañer, X., Font, J. (eds.). *Gestión de proyectos culturales. Análisis de casos*. Barcelona: ariel Patrimoni, 2001. p.226-248.

Laporte, Casadesús i Tolosana, 1997:

Laporte, Casadesús i Tolosana. *Pla de Màrqueting*. Barcelona: Museu del Cinema Col·lecció Tomàs Mallol, 1997.

Latoya Fernández-Luna, 2009:

649

---

Latoya Fernández-Luna, J. "Iluminación de museos". Rico, J. C. (coord.) *Los conocimientos Técnicos. Museos Arquitectura Arte*. Madrid: Ediciones Sílex, 2009. p.127-152.

Lavasseur i Veron, 1989:

Lavasseur, M. i Veron E. *Ethnographie de l'exposition: l'espace, le corp et le sens*. Paris: Centre George Pompidou, 1989.

Lawler i Lawler, 1965:

Lawler C. O. i Lawler E. E. "Color mood associations in young children". *Journal of Genethic psychology*, 107, 1965. p. 29-32.

León i Montero, 1993:

León, O. I Montero, I. *Diseño de investigaciones. Introducción a la lógica de la investigación en psicología y educación*. Madrid: Mc Graw Hill, 1993.

León i Montero, 2003:

León, O. I Montero, I. *Métodos de investigación en psicología y educación*. Madrid: Mc Graw Hill, 3a edición, 2003.

Lewis i Lindsay, 2000:

Lewis, A. i Lindsay, G. *Researching children's perspectives*. Milton Keynes UK: Open University press, 2000.

Linhholm, 1995:

Linhholm, G. "Schoolyards. The significance of place properties to outdoor activities in schools". *Environment and behavior*, 27, 1995. p 259 – 293.

650

---

Loomis, 1996:

Loomis, R. "How do we know what the visitor knows? : learning from interpretation". *Journal of interpretation research*, 1, 1, 1996. p. 39-45.

Llorens, 1995:

Llorens, J. M. "El primer museu de Girona: sant Pere de Galligants (1846-1996)". Projecte d'exposició no realitzada. Girona, 1995.

Llorens, 2006:

Llorens, J. M. "Història de la Comissió de Monuments de Girona". *La Comissió de Monuments Històrics i Artístics de la Província de Girona (1844-1981)*. *Catàleg del Fons Documental*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura, 2006. p. 9 - 58.

Llorens, 2011:

Llorens, J.M. *Sant Pere de Galligants. Un monestir al llarg del temps*. Girona: Museu d'Arqueologia de Catalunya - Girona de Catalunya, 2011.

López, 1998:

López, I. "Factores físicos medioambientales". Aragonés, J. I., Amérigo, M. (eds.) *Psicología ambiental*. Madrid: Ediciones Pirámide, 1998. p. 77-99.

Lucas, McManus i Thomas, 1986:

Lucas A. M., McManus P. i Thomas, G. "Investigating learning to conversations and observing play in Science Museums" *International Journal of science education*, 8 (4), 1986. p 341 - 353.

Maier Allende, 2003:

Maier Allende, J. "La comisión de antigüedades de la real Academia de la Historia". Almagro-Gorbea, M. i Maier Allende, J. (eds.) *250 años de Arqueología y patrimonio*. Madrid: Ed. Real academia de la Historia, 2003. p. 27-51.

651

---

Maxwell i Evans, 2000:

Maxwell, L. E. I Evans, G. W. "The effect of noise on pre-school children's pre-reading skills". *Journal of environmental psychology*, 20. 1, 2000. p. 91-97.

McManus, 1989:

McManus, P. "Oh yes they do: How museum visitors read labels and interact with exhibit text". *Curator*, 32 (3), 1989. p. 174-180.

McManus, 1993:

McManus, P. "Memories as Indicators of the Impact of Museum Visits". In *Museum Management and curatorship*, 12, 1993. p. 367 – 380.

McManus, 1994:

McManus, P. "Families in Museums". Miles, R. i Zavala L. (eds.) *Toward the museum of the future*. London: routledge. p. 81-97.

McManus i Miles, 1993:

McManus, P. i Miles, R. "En el Reino Unido, el mercado es el objetivo". *Museum international*, 178. XLV. 2, 1993. p. 26-32.

Melton, 1935:

Melton, A. W. *Problems of installation in Museums of Art*. Washington D.C.: American Association of Museums, 1935.

Melton, 1936:

Melton, A. W. "Distribution of Attention in Galleries of Science and Industry". *Museum News*, 14 (3), 1936. p. 6 - 8.

652

---

Melton, 1972:

Melton, A. "Visitor behaviour in museums: some early research in environmental design". *Human Factor*, 14(5), 1972. p. 393-403.

Mercado, 1988:

Mercado, J.L. *Elementos de ergonomía y diseño ambiental*. Madrid: Escuela de artes decorativas de Madrid, 1988.

Miles, 1988:

Miles, R. S. *The design of educational exhibits*. London: British Museum of Natural History, 1988.

Miles i Tout, 1992:

Miles, R. S. i Tout, A. F. "Exhibitions and the public understanding of science" Durant, J. (ed.) *Museums and the public understanding of science*. Londres: Science Museum, 1992. p. 27-33.

Miras, 1993:

Miras, M. "Un punto de partida para el aprendizaje de nuevos contenidos: los conocimientos previos". AAVV. *El constructivismo en el aula*. Barcelona: Graó, 1993. (Biblioteca de Aula)

Morrisey, 1991:

Morrisey, K. "Visitor Behavior and interactive video". *Curator: the Museum Journal*, 34. 2, 1991. p. 109-118.

Museu d'Art de Girona, 2009a:

Museu d'Art de Girona, *Memòria de l'any 2009*, 2009.

653

---

Museu d'Art de Girona, 2009b:

Museu d'Art de Girona, *Activitats Educatives. Curs 2009-2010*, 2009.

Museu del Cinema, 2008:

Museu del Cinema de Girona. *Memòria de l'any 2008*, 2008.

Museu del Cinema, 2009a:

Museu del Cinema de Girona. *Pla de seguretat del Museu del Cinema de Girona. 2000 – octubre de 2009*, 2009.

Museu del Cinema, 2009b:

Museu del Cinema de Girona. *Memòria de l'any 2009*, 2009.

Museu del Cinema, 2009c:

Museu del Cinema de Girona. *Memòria educativa del curs escolar 2008 – 2009*, 2009.

Museu d'Història dels Jueus , 2009:

Museu d'Història dels Jueus . *Memòria anual*, 2009

Museu d'Història de la Ciutat , 2003:

Museu d'Història de la Ciutat . *Catàleg de l'edifici*. Girona: ajuntament de Girona, 2003.

Museu d'Història de la Ciutat , 2006:

Museu d'Història de la Ciutat . *Memòria anua*, 2006.

Museu d'Història de la Ciutat , 2007:

Museu d'Història de la Ciutat . *Memòria anua*, 2007.

654

---

Museu d'Història de la Ciutat , 2008:

Museu d'Història de la Ciutat . *Memòria anual*, 2008.

Museu d'Història de la Ciutat , 2009:

Museu d'Història de la Ciutat . *Memòria anual*, 2009.

Nadal, 1992:

Nadal, J. "Los Planas, constructores de turbinas y material eléctrico (1858-1949)." *Revista d'història Industrial*, 1, 1992. p. 63-93.

Neal, 1976:

Neal, A. Exhibits for the small museum. Nashville: American Association for State and Local History, 1976.

Neufert, 2006:

Neufert, E. *Arte de proyectar en arquitectura*. Barcelona: Gustavo Gili, 2006.

Nielsen, 1942:

Nielsen, L.C. "A technique for studying the behavior of Museum visitors". *The Journal of Educational Psychology*, 37, 1942. p. 103-105.

Nolla, 2007:

Nolla, J. M. "Empúries i les relacions amb l'arqueologia i les institucions gironines" *Revista de Girona*, 244. 2007. p. 434 - 441.

Novak i Gowin, 1984:

Novak J. D. i Gowin, D. B. *Learning How to learn*. New York: Cambridge University Press, 1984.

655

---

Observatori de Turisme de Catalunya, 2010:

Observatori de Turisme de Catalunya. *Evolució de l'activitat turística*. EAT /122009, 4p, 2010.

Olivier, 1973:

Olivier, M. "I Mostra Provincial d'art". *Revista de Gerona año XIX*. 65. Girona. Cuarto Trimestre 1973, 1973. p.37 - 47.

Packer, 2006:

Packer, J. "Learning for fun. The unique contribution of educational leisure experiences". *Curator* 49/3. 2006. p. 329 - 344.



Patronat Call de Girona, 2007:

Patronat Call de Girona. *Memòria any 2007*, 2007.

Patronat Call de Girona, 2008:

Patronat Call de Girona. *Memòria any 2008*, 2008.

Patronat Call de Girona, 2009:

Patronat Call de Girona. *Memòria any 2009*, 2009.

Parsons i Loomis, 1973:

Parsons, M. i Loomis, R. *Visitor Traffic Patterns: then and Now*. Washington, DC: Office of Museum Programs, Smithsonian Institution, 1973.

Peak, 1959:

656

---

Peak, H. "Problèmes d'observation objective" en Festinger, L. i Katz, D. (eds) *Les méthodes de recherche dans les sciences sociales*. Paris: P.U.F, 1959. p. 285-349.

Pérez Santos, 1998:

Pérez Santos, E. *La evaluación psicológica en museos y exposiciones: fundamentación teórica y utilidad de los Estudios de Visitantes*. Madrid: Facultat de Psicologia de la Universitat Complutense de Madrid, 1998. Tesis doctoral.

Pérez Santos, 2000:

Pérez Santos, E., *Estudio de visitantes en museos. Metodología y aplicaciones*. Gijón: Trea, 2000.

Pérez Santos, 2008a:

Pérez Santos, E. "El estado de la cuestión de los estudios de público en España". *MUS-A. 10 (El público y el museo)*, 2008. p 20-30.

Pérez Santos, 2008b:

Pérez Santos, E. "Metodología básica de la investigación de público en museos: áreas de actuación, variables implicadas, tipos de investigaciones y técnicas utilizadas". *MUS-A. N. 10 (El público y el museo)*, 2008. p. 50-57.

Piaget, 1980:

Piaget, J. *Psicología y pedagogía*. Barcelona: Ariel, 1980. 7na edició.

Piaget, 2001:

Piaget, J. *Psicología y pedagogía*. Barcelona: Ariel, 2001.

Pittman i Maxwell, 1992:

Pittman M.A. i Maxwell J.A. "Applications of qualitative and ethnographic research" en MD. Le Compte, M.D., Milroy, W.L. I Preissle, J. (eds.) *The handbook of Qualitative research in Education*. San Diego: CA, Academic Press, Inc. 1992. p.753.

Pla Cargol, 1956:

Pla Cargol, J. *Los museos de Gerona*. Girona: Ed. Dalmau Carles, 1956.

Pol i Morales, 1991:

Pol, E. i Morales, M. "El entorno escolar des de la psicología ambiental". Jiménez, F. i Aragonés, J. I. *Introducción a la psicología ambiental*. Madrid: Alianza editorial, 1991. p. 284 – 302.

Prats, 1989a:

Prats, C. *Anàlisi d'una exposició itinerant: "l'ecologia"*. Barcelona: ajuntament de Barcelona, 1989. (Estudis i Recerques).

Prats, 1989b:

Prats, C. *Anàlisi de l'impacte d'una exposició d'ecologia i estudi experimental del seu efecte en l'adquisició de coneixement*. Barcelona: Universitat de Barcelona, 1989. Tesi doctoral.

Prats, Pérez Santos i Muñoz, 1993:

Prats, C., Pérez Santos, E. i Muñoz, M. "Tiempo real y estimado en la visita en una exposición". *Boletín de la ANABAD*. 43, 3-4, 1993. p. 209-216.

Pritchard, 1964:

Pritchard, D. "Industrial Lighting in windowless factories". *Light and lighting*, 57, 1964. p. 265.

Puente García i Rodríguez, 2009:

Puente García, R. i Rodríguez, M. A. "Iluminación, tecnología y dissenyo". Rico, J. C. *Los conocimientos Técnicos. Museos Arquitectura Arte*. Madrid: ediciones Sílex, 2009. p.155-203.

658

---

Puig, 2011:

Puig, A. M., "La Ciutadella de Roses". Alcalde, G. i Burch, J. (eds.) *La patrimonialització de l'arqueologia. Conceptualitzacions i usos actuals del patrimoni arqueològic al nord-est de la península ibèrica*. Girona: Documenta Universitaria, 2011. p. 117-122.

Quer, 2002:

Quer, J. i Carbonell, M. "1714-1874. Del món modern al món contemporani". Alberch X. i Burch J. (coords.) *Història del Gironès. Història de les Comarques Gironines*. III. Girona: Ed. Diputació de Girona, 2002. p. 429 - 528.

Ramírez Neila, 2009:

Ramírez Neila, J. M. "Climatización". Rico, J.C. (coord.) *Los conocimientos Técnicos. Museos Arquitectura Arte*. Madrid: Ediciones Sílex, 2009. p. 205-264.

Reixach, 1982:

Reixach, F. *Farmàcia antiga de l'Hospital de Santa Caterina*. Girona: Centre de Conservació i Catalogació de Monuments de la Generalitat de Catalunya i la Diputació de Girona, 1982.

Riba, 2007:

Riba, C.-E.. *La metodologia qualitativa en l'estudi del comportament*. Barcelona: Editorial UOC, 2007.

Ribas, 1992:

Ribas, M. *Públic en els museus. L'estudi de públic i avaluació com a eines de gestió*. Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat, 1992.

659

---

Richter, 1993:

Richter, F. "What do schools do from Museums?". *Pennsylvania Federation of Museums and Historical Organizations*. American Association of Museums, 1993. p7-14.

Rico, 2003:

Rico, J. C. *La difícil supervivencia de los museos*. Asturias: Ediciones Trea, 2003.

Rico, 2007:

Rico, J. C. *Montaje de Exposiciones. Museos Arquitectura Arte*. Madrid: Sílex, 2007.

Rico, 2008:

Rico, J. C. "Terapia. Instrucciones de uso". Rico, J. C. (ed.) *Cómo enseñar el objeto cultural*. Madrid: Sílex, 2008. p. 149-214.

Robinson, 1928:

Robinson E. S. *The behavior of the museum visitor*. Washington DC: American Association Museums. 5, 1928. New Series.

Rodríguez, 1991:

Rodríguez, F. “La influencia de los factores físicos ambientales en el comportamiento”. Jiménez, F. i Aragonés, J. I. *Introducción a la psicología ambiental*. Madrid: Alianza editorial, 1991. p. 116 – 126.

Roigé, 2006:

Roigé, X. *Familias de ayer, familias de hoy. Continuidades y cambios en Catalunya*. Barcelona: Icaria, Institut Català d'Antropologia, 2006. (Icaria antropologia, 14).

Rosenthal, 2010:

Rosenthal, E. “Serving Children when parents come along”. *New Thinking. Rules for the (R)evolution of Museums*. Edinburgh: MuseumsEtc, 2010. p. 10-21. (A Collection of Essays).

660

---

Ruiz, 2003:

Ruiz, J. I. *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto, 3ra edición, 2003.

Russell i Pratt, 1980:

Russell J.A i Pratt, G. “A description of the affective quality attributed to environments”. *Journal of personality and social psychology*, 38, 1980. p. 311-322.

Ruth, 2000:

Ruth, L. C. *Design Standards for Children's environments*. United States: Mc Graw-Hill, 2000.

Ruys, 1970:

Ruys, T. "Windowless offices". *Man-Environment Systems*, 1, 49, 1970.

Salazar, 2009:

Salazar, J. E. "El silencio-pedagógico: un acto de intimidad consigo mismo a través del diálogo con el otro en el marco de la filosofía de la finitud". *Cuadernos de la maestría en docencia e investigación universitaria*. Bogotá: Universidad Sergio Arboleda, 2009. p. 61-69.

San Juan, 1998:

San Juan, C. "Ambientes Institucionales". Aragonés, J. I. i Américo, M. *Psicología ambiental*. Madrid: Ediciones Pirámide, 1998. p. 239 – 259.

Sangrador, 1991:

Sangrador, J. L. "El medio físico construido y la interacción social". Jiménez, F. i Aragonés, J. I. *Introducción a la psicología ambiental*. Madrid: Alianza editorial, 1991. p. 147 – 176.

661

---

Schauble, Leinhardt i Martin, 1997:

Schauble, L., Leinhardt, G. i Martin, L. "A Framework for Organizing a Cumulative Research Agenda in Informal Learning Contexts". *Journal of Museum Education*, 22 (2&3), 1997. p. 3-8.

Screven, 1990:

Screven, C. G. "Uses of evaluation before, during and after exhibit design". *ILVS Review*, 1(2), 1990. p 36-66.

Screven, 1992:

Screven, C. G. "Motivating visitors to read labels". *ILVS Review*. 2(2), 1992. p. 183-221.

Screven, 1993:

Screven., C. G. "En los Estados unidos, una ciencia en formación". *Museum international*, 178, XLV. 2, 1993. P. 6-12.

Serrell, 1993:

Serrell, B. "Using behavior to define the effectiveness of exhibitions". *Museum visitor studies in the 90s*. Londres: science Museum, 1993.

Serrell, 1997:

Serrell, B. "Paying attention: the duration and allocation of visitors' time in museums exhibitions". *Curator*, 40. 2, 1997. p. 108-125.

Serrell, 1998:

Serrell, B. *Paying attention. Visitors and museum exhibitions*. Washington D.C.: american Association of Museums, 1998.

662

---

Sharpe, 1974:

Sharpe. *The psychology of color design*. Chicago: Nelson-Hall, 1974.

Shettel, 1992:

Shettel, H.H. "Front-end evaluation: another useful tool". *ILVS Review*, 2. 2, 1992. p. 275-280.

Shettel-Neuber i O'Reilly, 1981:

Shettel-Neuber.M. J., i Reilly, J. O'. *Now where? A study of visitor orientation and circulation at the Arizona-Sonora Desert Museum*. Jacksonville: state University, 1981.

Soler, 1984:

Soler, N. "El museu d'art de Girona". *Revista de Girona any XXX. 106. Girona. Primer Trimestre*, 1984. p. 1 - 10.

Soler, 1988:

Soler, N. "El Museu d'Art de Girona". *Catalunya Romànica*, 23, 1988. p. 13 - 15.

Sorsby i Horne, 1980:

Sorsby, B.D. i Horne, S.D.: "The readability of museums labels." *Museums Journal*, 80 (3), 1980. p. 157-159.

Srivastava i Peel, 1968:

Srivastava, R. K., i Peel, T.S. *Human movement as a function of color stimulation*. Kansas: topeka, Environmental Research Foundation, 1968.

Stanfeld, 2005:

Stanfeld, S. "Aircraft noise impairs child development". *Lancet*. 365, 2005. p. 142-149.

663

---

Sterry i Beaumont, 2006:

Sterry, P. i Beaumont, E. "Methods for studying family visitors in art museums: a cross disciplinary review of current research". *Museum Management and Curatorship*. 21, 3, 2006. p. 222 - 239.

Stevenson, 1991:

Stevenson, J. "The long-term impact of interactive exhibits". *International Journal of Science education*. 13 (5). p. 521 - 531.

Talbot et al., 1993:



Talbot, J. F., Kaplan, R., Kuo F. E. i Kaplan S. "Factors that enhance effectiveness of visitor maps". *Environment and Behavior*, 25. 6, 1993. p. 743-760.

Talboys, 2005:

Talboys, K. *Museum educator's handbook*. Burlington: Ashgate Publishing, 2005.

Tarragó i Montañé, 1999:

Tarragó, M. i Montañé, J. *Estudi d'hàbits de compra. Fluxos d'entrada i activitat comercial a la ciutat de Barcelona*. Barcelona: ajuntament de Barcelona, 1999.

Tarrús i Brugada, 1989:

Tarrús, J. Brugada, D. "El públic visitant dels museus de Banyoles". *Aixa: revista bianual del Museu Etnològic del Montseny, La Gabella*. 2, 1989. p. 159-166.

Torralba, 1996:

Torralba. *El silencio: un reto educativo*. Madrid: pages editores, 1996.

664

---

Vilar, 2000:

Vilar, A. "Museus o col·leccions?". *Patrimoni i museus. Girona en el canvi de mil·leni*. Girona: BBdGi. 13, 2000. p. 112 - 113.

Weis i Boutourline, 1963:

Weiss, R., i Boutourline, S. "The communication value of exhibits". *Museum News* 1963. P. 23-27.

Wexner, 1954:

Wexner L. B. "The degree to wich colors are associated with mood-tones". *Journal of applied psychology*, 38, 1954. p. 432-435.

Williams i Rubinstein, 1993:

Williams, R., Rubinstein, R. "En el Canadá, una sola opción: continuar". *Museum international*, 178, XLV, 2, 1993. p. 20-25.

Winkel *et al.*, 1975:

Winkel, G.H, Olsen, R. Wheeler, F. Cohen M. *The museum visitor and the orientational media: an experimental comparison of different approaches in the Smithsonian Institution*. Washington D.C.: Smithsonian Institution, 1975.

Wittlin, 1949:

Wittlin, A. S. *The museum, Its History and Its Tasks in Education*. London: Routledge and Keagan Paul, 1949.

Wolf, 1985:

Wolf, R. "The missing link: a look at the role of orientation in enriching the museum experience". *The journal of Museum Education*. Rountable reports, 11, 1985. p. 17-21.

Wolf i Tymitz, 1978:

Wolf, R., i Tymitz, B., *Whatever happened to the Giant Wombat: an investigation of the impact of the Ice age Mammals an Emergence of Man exhibit, National Museum of Natural History*. Washington D.C.: Smithsonian institution, 1978.