



Universitat de Girona
Facultat de Turisme

Màster Tesi

Nom del treball: Anàlisi de la gestió turística del Museu De Terrassa.

MÀSTER EN TURISME CULTURAL

Convocatòria: Juny 2014

Autora: Marina Bosch Dalmau

Directora: Sílvia Aulet

Data de lliurament: 20 de juny de 2014

Taula de continguts

1. Introducció	pàg. 5
2. Objectius	pàg. 7
3. Metodologia	pàg. 8
4. Marc teòric	pàg. 10
4.1. Patrimoni i turisme	pàg. 10
4.2. Museus i turisme	pàg. 12
4.3. Turisme cultural i turisme religiós	pàg. 16
4.4. Paràmetres d'anàlisi: accessibilitat, eines d'interpretació, promoció i imatge turística	pàg. 18
5. Presentació de l'àmbit d'estudi	pàg. 28
5.1. El turisme a la demarcació de Barcelona	pàg. 28
5.2. El turisme a Terrassa	pàg. 31
5.3. El Museu de Terrassa	pàg. 37
5.3.1. La Seu d'Ègara	pàg. 38
5.3.2. Castell Cartoixa	pàg. 45
5.3.3. Casa Alegre de Sagrera	pàg. 48
5.3.4. Claustre del Convent de Sant Francesc	pàg. 50
5.3.5. Torre de Palau i Centre d'Interpretació de la vila medieval de Terrassa	pàg. 55
5.4. La gestió turística del Museu de Terrassa	pàg. 57
6. Desenvolupament del treball. Anàlisi del museu	pàg. 66
6.1. Gestió de l'accessibilitat	pàg. 66
6.1.1. Situació i accessos	pàg. 66
6.1.2. Senyalització	pàg. 70
6.1.3. Horaris	pàg. 73
6.1.4. Tarifes i canals de venda d'entrades	pàg. 76
6.1.5. Accessibilitat per a persones amb discapacitat	pàg. 77
6.1.6. Conclusions accessibilitat	pàg. 78
6.2. Anàlisi de les eines d'interpretació	pàg. 80
6.2.1. Visita guiada	pàg. 80
6.2.2. Audioguia	pàg. 86
6.2.3. Plafons i suports explicatius	pàg. 88
6.2.4. Fulletons i publicacions	pàg. 89
6.2.5. Conclusions eines d'interpretació	pàg. 93

6.3. Promoció i comunicació	pàg. 94
6.3.1. Publicitat	pàg. 95
6.3.2. Web del Museu	pàg. 95
6.3.3. Xarxes socials	pàg. 97
6.3.4. Relacions públiques	pàg. 98
6.3.5. Productes de marxandatge	pàg. 99
6.3.6. Conclusions de la promoció	pàg. 101
6.4. La imatge del Museu de Terrassa	pàg. 103
6.4.1. Guies turístiques	pàg. 103
6.4.2. Premsa	pàg. 104
6.4.3. Pàgines web	pàg. 106
6.4.4. Xarxes socials (Facebook)	pàg. 108
6.4.5. Materials impresos	pàg. 110
6.4.6. Conclusions de la imatge turística	pàg. 112
7. Anàlisi D.A.F.O.	pàg. 118
8. Propostes d'actuació	pàg. 121
9. Conclusions generals	pàg. 132
10. Bibliografia	pàg. 134

Índex de taules

Taula 1. Elements que integren el Museu de Terrassa	pàg. 5
Taula 2. Definicions del Concepte Imatge Turística	pàg. 26
Taula 3. Llocs més visitants de la província de Barcelona	pàg. 31
Taula 4. Anàlisi DAFO del turisme a la demarcació de Barcelona	pàg. 32
Taula 5. Dades turístiques de Terrassa	pàg. 36
Taula 6. Anàlisi DAFO del turisme a Terrassa	pàg. 37
Taula 7. Visitants per mesos a la Seu d'Ègara durant l'any 2012	pàg. 42
Taula 8. Relació de propietaris del Castell	pàg. 47
Taula 9. Visitants per mesos al Castell Cartoixa durant l'any 2012	pàg. 48
Taula 10. Visitants per mesos a la Casa Alegre de Sagrera l'any 2012	pàg. 51
Taula 11. Visitants per mesos al Claustre de Sant Francesc l'any 2012	pàg. 55
Taula 12. Visitants per mesos a la Torre de Palau l'any 2012	pàg. 57
Taula 13. Total de visitants als museus de Terrassa	pàg. 60
Taula 14. Total de visitants a les seus del MdT	pàg. 61
Taula 15. Llistat d'activitats fixes programades pel servei educatiu del museu l'any 2012	pàg. 63

Taula 16. Anàlisi DAFO de la gestió del Museu de Terrassa	pàg. 66
Taula 17. Horaris del Museu de Terrassa	pàg. 75
Taula 18. Tarifes del Museu de Terrassa	pàg. 77
Taula 19. Característiques de cada espai en relació a l'accessibilitat	pàg. 79
Taula 20. Anàlisi DAFO de l'accessibilitat al Museu de Terrassa	pàg. 80
Taula 21. Assistència de grups als espais del museu l'any 2012	pàg. 84
Taula 22. Anàlisi DAFO de les eines d'interpretació del Museu de Terrassa	pàg. 95
Taula 23. Anàlisi DAFO de la promoció del Museu de Terrassa	pàg. 104
Taula 24. Quantitat d'imatges del museu a les guies turístiques	pàg. 105
Taula 25. Quantitat d'imatges analitzades per espais	pàg. 106
Taula 26. Quantitat d'imatges del museu a les webs	pàg. 109
Taula 27. Quantitat d'imatges al perfil del Facebook	pàg. 111
Taula 28. Quantitat d'imatges dels elements del museu al Facebook	pàg. 111
Taula 29. Total d'imatges del museu als fulletons	pàg. 113
Taula 30. Anàlisi DAFO de la imatge del Museu de Terrassa	pàg. 114

Índex de gràfics

Gràfic 1. Comarques que formen part de la marca turística "Barcelona és molt més"	pàg. 30
Gràfic 2. Logotip del Museu de Terrassa	pàg. 38
Gràfic 3. Procedència dels visitants a la seu d'Egara durant 2012	pàg. 42
Gràfic 4. Ubicació dels diferents espais que formen el Museu de Terrassa	pàg. 68
Gràfic 5. Participació als itineraris turístics organitzats per l'àrea de turisme (2012)	pàg. 83

1. Introducció

La meua visió i coneixement del patrimoni i el turisme a la ciutat de Terrassa abans de la realització d'aquest treball quedava reduïda a certs arquetips, com són el jazz, el patrimoni industrial i modernista, el hockey o la tradició castellera. He volgut apropar-me a la història i el patrimoni de la ciutat per veure com és gestionada a nivell turístic, sobretot pel que fa al turisme cultural. He escollit el Museu de Terrassa perquè és la institució que acull certs elements del patrimoni que expliquen la història i evolució de la ciutat, més enllà del ja popularment coneguts elements modernistes o industrials. La gestió dels espais culturals, i en especial dels museus, sempre m'ha generat interès, i la manera com aquests espais es comuniquen amb els seus públics, especialment el turístic, és un dels àmbits que més m'interessen.

Aquest treball ha passat per varies fases fins a arribar a concretar el document que es presenta. Primerament tenia molt clar que la temàtica del treball havia de girar entorn la imatge, la comunicació i la gestió turística d'espai patrimonials, que eren els tres eixos que més m'interessaven dins de la gestió del turisme cultural. Així doncs vaig decidir centrar el meu treball en l'àmbit geogràfic gironí a partir d'aquesta temàtica. Però degut a la meua vinculació amb Terrassa des de fa uns anys, em vaig decidir per un altre destí, més desconegut per mi i que em permetria descobrir un patrimoni i una història que no tenia present. Jo sóc nascuda a Granollers, i tinc família a la ciutat de Terrassa, i per tan aproximar-me a la gestió del turisme a les comarques del Vallès em va semblar d'allò més interessant. Així doncs la meua elecció ha estat per motius bàsicament personals.

El Museu de Terrassa presenta certes peculiaritats, ja que no disposa d'una única seu, sinó que està format per cinc espais diferents, ubicats arreu de la ciutat i de diferents èpoques i amb diversos continguts. Podríem dir que el Museu de Terrassa (MdT) es una entitat que reuneix tots els museus de titularitat pública de la ciutat. El meu objectiu ha estat analitzar tots aquest elements com a un sol producte, ja que a priori sembla un element poc estructurat, on cada secció funciona per separat.

Element	Època constructiva
Seu d'Ègara	Des dels ibers fins a l'actualitat
Castell Cartoixa	1122 (S.XII)
Casa Alegre de Sagrera	Començament S.XIX
Claustre Convent de Sant Francesc	1609 (S.XVII)
Torre de Palau	1016 (S.XI)

Taula 1: Elements que integren el Museu de Terrassa (Font: Web del Museu de Terrassa)

Els reptes d'aquesta recerca són diversos, ja que no hi ha cap tipus de recerca anterior que englobi els museus de Terrassa i el turisme, i tot i el creixent interès pel turisme cultural, la necessitat d'augmentar la presència de molts museus en l'imaginari turístic i augmentar-ne el nombre de visitants, hi ha poquíssima documentació i estudis al respecte.

Terrassa aposta pel desenvolupament del turisme cultural, com s'entreveu a partir de les manifestacions com la Fira Modernista, la ruta industrial o el Festival de Jazz. Hi ha la necessitat de comercialitzar els museus, com a recursos bàsics del desenvolupament turístic de la ciutat, però el producte no està suficientment estructurat.

Actualment els museus formen part de l'oferta d'oci d'una ciutat o territori i competeixen amb altres productes que treballen la seva comunicació d'una manera molt atractiva. Els museus del segle XXI tenen molts reptes, alguns del més repetits són atraure el màxim de visitants possibles, millorar la relació amb els seus públics, convertir-se en motors culturals, acostar els museus a la societat, ser centres multidisciplinaris, o posar en valor el patrimoni a través de la comercialització. La majoria de museus ja son institucions dinàmiques, llocs de trobada amb la societat i espais de comunicació o almenys treballen dirigides cap aquest objectiu. L'estil d'oci actual ha creat nous hàbits culturals, i tot i que els museus segueixen conservant i investigant, ara ho fan amb una voluntat cada vegada més comunicadora. La necessitat d'augmentar la seva audiència i els seus ingressos ha fet que utilitzin les eines de comunicació i màrqueting per assolir els seus objectius. Una de les definicions sobre museus que més m'ha cridat l'atenció ha estat la que el defineix (entre altres coses), com una entitat que presta serveis culturals dins del mercat competitiu de l'oci. En un mercat molt competitiu, la decisió de compra molts cops ve condicionada per la percepció que es té del producte o servei. Aquest fet obliga a repensar l'estratègia de comunicació dels museus, o a crear-la de nou en molts casos.

Així doncs, a partir d'entreveure les mancances en quant a gestió turística dels elements patrimonials del museu de Terrassa, he volgut descobrir de quina manera és desenvolupa el turisme en aquesta institució i, a partir de la recerca bibliogràfica en aquest camp, proposar accions de millora per a convertir-lo en un producte turístic.

2. Objectius

L'objectiu principal del present treball és el d'analitzar quina és la gestió turística del patrimoni del Museu de Terrassa, quina és la seva implicació amb el turisme i com es desenvolupa la seva relació amb el públic i el sector turístic.

L'objectiu principal que s'estableix és:

- **Analitzar el funcionament de la gestió turística del museu**

Això és fa a partir d'analitzar quatre indicadors involucrats en el bon funcionament i la gestió del producte turístic, com són l'accessibilitat, les eines d'interpretació, la promoció i la imatge emesa.

A partir d'aquí s'estableixen els següents objectius complementaris:

- **Saber com la institució es comunica amb el públic turístic.** Quin grau d'importància pren aquest públic pel museu, s'hi preveuen accions concretes dirigides a aquest perfil, quins missatges o valors transmet i a través de quines fonts de comunicació ho fa.
- **Conèixer el grau d'implicació del museu amb el turisme a la ciutat.** Quin paper hi juga el museu en les accions i productes turístics de Terrassa, de quina manera hi participa, i quin grau d'iniciativa té el museu.
- **Descobrir quina és la imatge que transmet la institució.** Anàlisi de la imatge emesa del museu a través de l'anàlisi de diversos suports. Conèixer les característiques i elements més representats i determinar quina podria ser la imatge potencial.

A partir de la bibliografia, les memòries, les estadístiques i el contacte directe amb el personal del museu, es detecta també quina és la posició de la institució respecte el turisme, i es dona resposta a els objectius secundaris.

Un cop assolits els objectius es pretén fer aportacions de millora en els àmbits que és cregui convenient, per tal que la institució museística utilitzi tot el seu potencial per aconseguir la millor relació possible amb el públic turístic.

3. Metodologia

El Museu de Terrassa a simple vista no em va semblar que gestionés el sector turístic ni tingués massa estudiat aquest tipus de públic. Si ve necessita atraure més visitants, el seu públic objectiu sembla que principalment sigui l'escolar i el local. No disposa de cap persona encarregada de la gestió de públics turístics, no recullen informació estadística sobre aquest tipus de visitant i ofereixen pocs serveis en altres idiomes que no siguin el català. Per tal de corroborar aquesta hipòtesi es va dividir la investigació en tres fases:

- 1) Recollida de literatura referent a la gestió turística en espais monumentals i museístics, turisme cultural i patrimonial. S'han utilitzat sobretot referències bibliogràfiques d'àmbit català i estatal, així com alguns documents d'organisme internacionals relacionats amb els museus o el turisme.
- 2) Recollida de dades sobre la institució. S'han recollit les memòries dels últims anys, les dades estadístiques de visitants (tan del museu com de la ciutat a l'oficina de turisme municipal), material promocional del que disposen als seus espais i a la web, s'ha visitat la seva biblioteca per consultar alguns llibres, i també la biblioteca pública de Terrassa. També s'han fet visites al museu, s'han realitzat visites guiades i s'ha fet un recorregut per la Seu d'Egara amb audioguia.
- 3) Contacte amb les persones responsables. S'ha contactat amb l'administrativa del museu, la Sra. Teresa Gassó, la difusora, la Sra. Marta de Juan i el personal de l'Oficina de Turisme Municipal.

A partir de la obtenció de la informació i les dades recollides, i també simultàniament, s'ha anat redactat el present document, estructurat en tres mòduls ben diferenciats.

- 1) Presentació de l'àmbit d'estudi. Es tractava de presentar i definir l'entorn turístic de la institució, sobretot en l'àmbit del turisme cultural. Veure com s'estructura el sector, principals productes i oferta turística existent a nivell de demarcació, comarca, municipi i institució. Aquí s'han analitzat les dades estadístiques de visitants per tal d'aproximar-se a les característiques del perfil d'usuari de la zona i l'espai. Quant al museu s'ha realitzat una descripció històrica de cada un dels elements i les seves principals característiques i atributs. Aquest capítol s'ha estructurat en quatre seccions, el turisme a la Catalunya Central, el turisme a la ciutat de Terrassa, el Museu de Terrassa, i la gestió del Museu de Terrassa.
- 2) Anàlisi del museu. Anàlisi de la gestió turística dels cinc elements que conformen el Museu de Terrassa. L'anàlisi està estructurat en quatre apartats, l'accessibilitat, les eines d'interpretació, la promoció i la imatge turística. Per últim s'ha realitzat

un anàlisi DAFO. Per a l'accessibilitat s'han consultat documents referents a organismes oficials sobre espais accessibles. Pel que fa a les eines d'interpretació, sobretot m'he basat en la carta Ename (ICOMOS, 2004). Sobre la promoció, a nivell turística s'han trobat força referències al voltant del màrqueting turístic, sobretot de Kotler. Per últim, per analitzar la imatge turística, els autors consultats principalment han estat Nuria Gali i J.A. Donaire, i sobretot el llibre "La imatge turística del patrimoni monumental de Girona" de N. Gali (2005). De manera general també s'han consultat especialment el treball de Neus Crous "La gestió turística en els museus. El cas del Museu d'Art de Girona" (2010) i "Estudi de la Imatge i Pla de comunicació de la Catedral de Girona", de Marcel Royo i Dolors Vidal (2005).

- 3) Conclusions i propostes d'actuació. L'última part del document són les conclusions i propostes d'actuació a partir de la informació extreta al llarg de tot el treball, però sobretot basant-me en l'anàlisi del museu i l'anàlisi DAFO.

Al llarg de la recerca bibliogràfica m'he trobat amb certes limitacions, el primer obstacle ha estat a nivell de recerca d'informació sobre el funcionament intern del museu, ha estat difícil contactar amb els responsables i obtenir-ne dades, si ve disposen d'una memòria anual, l'últim document que és podia consultar era el corresponent a l'any 2011. Per extraure informació més actual he consultat la publicació del propi museu, la revista Merlet, i els contactes amb el personal que treballen a la institució. La segona limitació ha estat la de documentar-se sobre la gestió turística d'espais museïtzats, no hi ha actualment massa bibliografia al respecte, i ha estat difícil la recerca de literatura sobre aquesta temàtica i els paràmetres analitzats.

4. Marc teòric

A grans trets el present treball s'emmarca dins de tres temàtiques, el patrimoni, els museus i el turisme. L'objecte d'anàlisi és un museu local, però no és un format de museu tradicional tal i com l'entenem, amb una sola seu física, sinó que es tracta d'una institució formada per diferents elements patrimonials, ubicats en diferents parts d'una ciutat, que corresponen a diferents estils i èpoques. L'anàlisi d'aquest patrimoni és fa en conjunt i des d'una perspectiva de la gestió turística. El marc teòric està dividit en quatre apartats:

- Patrimoni i turisme
- Museus i turisme
- Turisme cultural i turisme religiós
- Els indicadors

4.1. Patrimoni i turisme

L'origen de la paraula "patrimoni" prové del llatí, i està formada pels mots *patri* (pare) i *monium* (rebut), per tan el patrimoni originalment es definiria com allò que una persona rep i adquireix per part de la línia paterna.

El Diccionari de la Real Acadèmia de la llengua Espanyola ho defineix com el conjunt de bens pertanyents a una persona natural o jurídica, susceptibles d'estimació econòmica.

Al llibre "Gestió del patrimoni" de la UOC (1999), es defineix patrimoni com tot allò que posseïm o hem heretat dels nostres avantpassats. Es tracta de tota l'herència cultural que rep un poble o comunitat, i que transmet a generacions presents i futures.

Es distingeixen diversos tipus de patrimoni, però en general és divideix entre patrimoni natural i cultural. Dins del patrimoni cultural és distingeix el patrimoni tangible i l'intangible. El patrimoni tangible pot ser moble o immoble.

La UNESCO (Organització de les Nacions Unides per l'Educació, la ciència i la cultura) és l'òrgan internacional per a la salvaguarda i la preservació del patrimoni cultural. A la Conferència Mundial de la UNESCO (Mèxic 1982) és va definir patrimoni cultural de la següent manera: "El patrimoni cultural d'un poble comprèn les obres dels seus artistes, arquitectes, músics, escriptors i savis, així com les creacions anònimes, sorgides de l'ànima popular, i el conjunt de valors que donen sentit a la vida; és a dir, les obres materials i no materials que expressen la creativitat d'aquest poble: la llengua, els ritus, les creences, els llocs i monuments històrics, la literatura, les obres d'art i els arxius i biblioteques".

A la Convenció de la UNESCO sobre la protecció del patrimoni mundial, cultural y natural celebrada l'any 1972, és va considerar que el "patrimoni cultural" estava format per:

- Monuments: obres arquitectòniques, d'escultura o de pintura monumentals, elements o estructures de caràcter arqueològic, inscripcions, caverne i grups d'elements, que tinguin un valor universal excepcional des del punt de vista de la història, l'art o de la ciència,
- Conjunts: grups de construccions, aïllades o reunides, l'arquitectura, unitat i integració en el paisatge els doni un valor universal excepcional des del punt de vista de la història, l'art o de la ciència,
- Llocs: obres de l'home o obres conjuntes de l'home i la naturalesa així com les zones, inclosos els llocs arqueològics que tinguin un valor universal excepcional des del punt de vista històric, estètic, etnològic o antropològic.

En el cas que ens ocupa, ens referim al patrimoni cultural tangible (tan moble com immoble), que té a veure amb la transmissió de la cultura a través dels objectes i monuments. Els elements patrimonials que formen part del museu de Terrassa comprenen tan objectes, com habitatges o conjunts monumentals, de totes les èpoques (des de peces de la prehistòria fins a un habitatge de principis del segle XIX).

En el cas d'Espanya, la Llei 16/1985 de Patrimoni Històric Espanyol especifica que "integren el patrimoni històric espanyol els immobles i objectes mobles d'interès artístic, històric, paleontològic, arqueològic, etnogràfic, científic o tècnic. També formen part el patrimoni documental i bibliogràfic, els jaciments i zones arqueològiques, així com els llocs naturals, jardins i parcs, que tinguin valor artístic, històric o antropològic".

A Catalunya, la protecció del patrimoni és regeix per la [LLEI 9/1993, de 30 de setembre, sobre el Patrimoni Cultural Català](#). La Llei parteix d'un concepte ampli del patrimoni cultural de Catalunya, que engloba el patrimoni moble, el patrimoni immoble i el patrimoni immaterial, siguin de titularitat pública o privada, i les manifestacions de la cultura tradicional i popular. Segons aquesta llei el patrimoni cultural català és integrat per tots els béns mobles o immobles relacionats amb la història i la cultura de Catalunya que per llur valor històric, artístic, arquitectònic, arqueològic, paleontològic, etnològic, documental, bibliogràfic, científic o tècnic mereixen una protecció i una defensa especials, de manera que puguin ésser gaudits pels ciutadans i puguin ésser transmesos en les millors condicions a les generacions futures.

El patrimoni cultural s'ha convertit per el turisme en un recurs estratègic de primer ordre. A través del turisme el patrimoni troba una plataforma de difusió, un aparador que sovint pot servir per treure'n rendiment econòmic, alhora que protegir-lo, o al contrari, per degradar-lo o mal interpretar-lo si no es prenen les mesures adequades. Amb l'activitat turística, el patrimoni adquireix un valor de producte, és converteix en un instrument de planificació i desenvolupament. El patrimoni passa a ser una mercaderia a partir de la qual és poden crear llocs de treball i contribuir al benestar social.

4.2. Museus i turisme

El concepte "museu" com a institució o espai obert al públic, i on s'hi mostren obres d'art, no es comença utilitzar fins a la època del Renaixement. La paraula museu prové del llatí *museum* i aquesta del grec *mouséion*, que significa "temple de les muses".

Segons el Consell Internacional de Museus (ICOM), que depèn de la UNESCO, el museu és "una organització permanent sense finalitat de lucre, al servei de la societat i el seu desenvolupament, i obert al públic, que adquireix, conserva, investiga, comunica i exposa evidències materials dels pobles i el seu entorn per a l'estudi, l'educació i el gaudi". L'ICOM aglutina institucions de caràcter museístic, i té com a funcions la conservació, el manteniment, i la difusió del patrimoni tan cultural com natural, present i futur, tangible i intangible.

La Llei Catalana de Museu (17/1990) els defineix com a institucions permanents, sense finalitat de lucre, al servei de la societat i del seu desenvolupament, obertes al públic, que reuneixen un conjunt de béns culturals mobles i immobles, els conserven, els documenten i estudien, els exhibeixen i en difonen el coneixement per a la recerca, l'ensenyament i el gaudi intel·lectual i estètic i constitueixen un espai per a la participació cultural, lúdica i científica dels ciutadans.

Tal i com s'especifica en aquesta llei, l'estructura organitzativa dels museus de Catalunya està formada per museus locals, comarcals, monogràfics, d'interès nacional i nacionals. La Junta de Museus de Catalunya, organisme que depèn de la Generalitat de Catalunya, és l'encarregada de nomenar directors i administradors dels museus nacionals, estudiar la creació de nous museus nacionals, fomentar les relacions entre museus (tan catalans com espanyols), o aprovar plans d'actuació, entre altres funcions.

L'any 2012 la Generalitat va presentar les bases del nou Pla de Museus de Catalunya, on s'ordenen els museus catalans en quatre grans "constel·lacions" d'acord amb el seu àmbit: història de l'art, història de la societat, contemporaneïtat i ciències naturals. S'han designat 4 museus per cada una d'aquestes constel·lacions: el Museu Nacional d'Art de Catalunya; el Museu d'Art Contemporani de Barcelona; el Museu Nacional de Ciències Naturals; i el nou Museu d'Història Nacional de Catalunya, que tenen la tasca de funcionar com a centres de referència en el seu àmbit. El Pla remarca que aquests centres hauran de treballar amb l'objectiu d'incrementar notablement els seus públics. També s'han configurat quatre xarxes territorials: Barcelona, Girona, Tarragona i Terres de l'Ebre, i Lleida i Alt Pirineu. Aquestes xarxes territorials tindran sis centres de referència que actuaran com a canalitzadors de serveis a museus de cada territori.

Es tracta d'institucions que s'han transformat moltíssim al llarg del temps, però que avui en dia encara són llocs on la gent entra amb la voluntat d'apropar-se a una cultura, o temàtica. Alguns d'ells són autèntiques icones turístiques, i un important reclam per ells mateixos, a pesar del contingut.

Els museus doncs, avui en dia tenen funcions educatives, científiques i socials. Amb el pas del temps han evolucionat cap a espais educatius, instruments de difusió de la cultura i generadors d'oci. La gestió d'un museu avui en dia requereix de tècniques específiques desenvolupades per diferents professionals i departaments. La societat actual genera demandes molt àmplies als museus, que fa que cada vegada s'hagin d'especialitzar més i augmentar la seva professionalització. Amb l'arribada del fenomen turístic als museus, s'han creat necessitats concretes per a aquest col·lectiu que també han de ser resoltes mitjançant eines i instruments especialitzats.

La museologia i la museografia són les disciplines que estudien els museus. Segons el Diccionari de la Real Acadèmia de la Llengua la museologia és la ciència que tracta els museus, la seva història, la seva relació amb la societat, i les tècniques de conservació i catalogació. La museografia és el conjunt de tècniques i pràctiques relatives al funcionament del museu. El terme museografia és anterior al de museologia.

Un museu generalment està format per un equip de persones que s'ocupen dels diversos departaments. El personal és l'eix bàsic que permet portar a terme les funcions encomanades a la institució. Les principals figures són el director, el conservador, el restaurador, l'educador o encarregat del servei educatiu, la persona encarregada del

registre i el responsable d'arxiu. Hi ha altres serveis que es poden subcontractar i externalitzar com poden ser la neteja, la restauració, la seguretat o la botiga.

El personal directiu i tècnic de Museus de Catalunya està regit pel Decret 232/2001, de 28 d'agost, sobre el personal tècnic i directiu de museus. L'article 6 diu: "Els museus han de tenir un director amb titulació superior universitària i els coneixements necessaris sobre museologia i sobre la temàtica del museu. En els museus on hi ha una única persona amb titulació superior, aquesta ha de ser tècnica superior de museus i ha d'exercir la direcció del museu". Segons la mateixa llei les funcions de la direcció del museus són organitzar, planificar, executar i avaluar els recursos econòmics, tècnics i humans, i els programes de conservació, documentació, difusió i recerca.

Al document "Recomanacions per a la creació i gestió de museus" de la Generalitat de Catalunya es recomana la següent classificació de les àrees bàsiques que hauria de tenir un museu:

1) Àrea de col·leccions i altres béns patrimonials:

- Conservació. Funcions: conservació i catalogació d'objectes i manteniment de les bases de dades, registre d'entrada i sortida i moviment d'objectes, adquisicions, seguiment de les condicions ambientals i de l'estat de conservació de béns aïllats.
- Recerca. Funcions: Estudis de camp, estudis de les col·leccions i altres béns patrimonials propis, publicacions, divulgació de la recerca.
- Centre de Documentació i biblioteca. Funcions: catalogació i manteniment del fons bibliogràfic i documental, suport documental a les diferents àrees del museu, gestió de les bases de dades del fons bibliogràfic i documental.

2) Àrea d'activitats, públic i difusió:

- Activitats i exposicions. Funcions: elaboració i seguiment del programa anual d'activitats, redacció de la memòria, elaboració d'exposicions temporals, establiment de línies de col·laboració amb el conjunt d'agents socials de l'àmbit territorial del museu.
- Comunicació. Funcions: Elaboració de materials de difusió, web, publitrameses, relacions amb els mitjans de comunicació, publicitat, patrocini.
- Didàctica i públic. Funcions: elaboració de programes d'activitats didàctiques, monitoratge, reserves i visites guiades, enquestes de satisfacció dels visitants, accessibilitat als continguts i a la programació per part de persones amb discapacitats.

3) Àrea d'administració:

- Administració. Funcions: comptabilitat, tràmits amb proveïdors, seguiment dels contractes de personal, contractes amb empreses de serveis, assegurances, control i coordinació de l'administració.
- Recepció. Funcions: atenció al públic, telèfon, venda d'entrades, control de caixa, guarda-roba.
- Botiga. Funcions: Venda d'articles, control de caixa, atenció al públic.

La informació sobre la gestió turística dels museus és força escassa, gairebé inexistent, però si que és pot trobar molta informació sobre gestió de museus, que pot ser adaptada a l'àmbit turístic. L'ICOM l'any 2000 va presentar un document anomenat "Carta de principi sobre els museus i el turisme cultural" basat en el Codi de deontologia de l'ICOM per als museus i en el que destaquen les estratègies i els objectius que permeten garantir maneres d'utilització, interpretació i gestió del patrimoni cultural que afavoreixin la seva protecció. Al treball "Gestió turística en els museus. El cas del Museu d'Art de Girona" (2008) de N. Crous es resumeixen els principals punts d'aquesta carta:

- Els museus són un important recurs per al turisme cultural, per la qual cosa el sector turístic ha de: crear una legislació que garanteixi la conservació del patrimoni i contribueixi a millorar-la i planificar una relació entre els professionals del turisme i dels museus. Pel que fa als professionals dels museus, cal que busquin redistribuir els beneficis socioeconòmics del turisme cultural cap a les comunitats locals i també les institucions patrimonials.
- La relació entre el turisme i els museus, en tant que pot afectar a la conservació del patrimoni, ha de respectar l'ètica de la conservació.
- Els museus han de promoure la participació de les comunitats locals en la planificació de la gestió del patrimoni i també en la gestió turística cultural.
- La relació entre els museus i el turisme cultural ha de tenir en compte tots els aspectes del museu com a infraestructura (col·lecció, sistemes d'informació i comunicació, activitats educatives i de realització personal, i també la seva relació amb l'entorn).
- La comercialització que el turisme cultural faci dels recursos patrimonials haurà de tenir en compte les diferents dimensions de la rendibilitat dels recursos patrimonials: econòmica, social i mediambiental.

Els museus, a part de l'exposició i mostra dels objectes, també donen a conèixer els seus continguts al públic mitjançant altres eines. Una institució que vulgui donar a conèixer els seus bens patrimonials a de tenir en compte:

- Facilitar al públic coneixements de la institució i els seus serveis.
- Motivar la participació del públic a les seves activitats i esdeveniments
- Generar feedback i consolidar les relacions entre el públic i la institució.

El màrqueting es la ciència que analitza les relacions d'intercanvi entre el mercat i els consumidors, o les relacions d'intercanvi de dos subjectes, com poden ser, en el cas que ens ocupa, entre un museu i els seus usuaris. L'objectiu d'aquesta relació ha de ser la de satisfer les necessitats de cada una de les parts. El màrqueting és una assignatura pendent en molts museus. Dins de la ciència del màrqueting, el màrqueting cultural apareix per primer cop com a concepte l'any 1967, quan Philip Kotler assenyala que "les organitzacions culturals, ja siguin museus, auditoris, biblioteques, o universitats, produeixen bens culturals (Colbert i Cuadrado, 2003, p. 24). Colbert afegeix que "la organització cultural ha de trobar consumidors que apreciïn el producte". El mateix autor defineix com a màrqueting cultural "L'art d'assolir aquells segments de mercat interessats en el producte - preu, distribució i promoció- amb l'objectiu de posar en contacte al producte amb un nombre suficient de consumidors i assolir així els objectius d'acord amb la missió de la organització cultural".

En el cas dels museus, però, estem davant d'una organització on el seu producte és de caràcter únic (per exemple un edifici) que no es pot retirar del mercat en cas que no compleixi les expectatives dels usuaris.

En el cas d'un museu, el màrqueting cultural analitza quin ha de ser el contingut de la promoció, la informació i la comunicació de la institució per tal de fer atractiu i comprensible el seu producte als usuaris.

4.3. Turisme cultural i turisme religiós

Els segments turístics en els que es podria englobar el visitant del Museu de Terrassa podrien ser dos, el turisme cultural, i en menor mesura, però també important o a tenir en compte, el turisme religiós.

Els visitants turístics d'un museu s'engloben tradicionalment dins del segment "turisme cultural", tot i que encara avui no s'ha trobat una única definició acceptada per tothom alhora de definir aquesta tipologia de turisme.

Turisme i cultura són dos conceptes ja de per si difícils d'acotar, i el turisme, en totes les

seves modalitats, està relacionat d'alguna manera amb la cultura. L'estudi del turisme com a fenomen social, cultural o econòmic no es va desenvolupar fins a la segona meitat del S.XX. Tot i així, cap a la dècada del 1990 apareixen les primeres referències a aquesta segmentació, el turisme cultural. La majoria de definicions coincideixen a determinar que el turisme cultural és el moviment de persones per motivacions estrictament culturals

El Consell Internacional de Monuments i Llocs Patrimoniais (ICOMOS) va publicar l'any 1994 la següent definició sobre turisme cultural:

“El turisme cultural és aquella forma de turisme l'objectiu de la qual és, entre d'altres, el descobriment de monuments i llocs patrimoniais. Aquesta forma de turisme exerceix sobre aquests llocs un efecte molt positiu en la mesura que contribueix (per a satisfer els seus propis interessos) el seu manteniment i protecció. El turisme cultural justifica, de fet, els esforços de manteniment i protecció que demana la comunitat humana a causa dels beneficis socio-culturals i econòmics que confereix per a totes les poblacions implicades”.

La xarxa ATLAS (*European Association for Tourism and Leisure Education*), l'Associació per l'Educació en Oci i Turisme, defineix el turisme cultural com aquell que inclou “tots els moviments de persones a atraccions culturals específiques, com ara llocs patrimoniais, manifestacions artístiques i culturals, i arts i drama fora del seu lloc normal de residència”.

Per altre banda també cal tenir en compte la definició donada per l'Organització Mundial del Turisme (OMT), que defineix turisme cultural com aquells “Moviments de persones essencialment per motius culturals com per exemple viatges d'estudi, arts escèniques i rutes culturals, viatges a festivals i altres esdeveniments culturals, visites a llocs (d'interès cultural) i monuments”.

Totes aquestes definicions son força genèriques i això fa que sigui molt complicat quantificar el nombre de turistes culturals que és reben en una destinació o element. Val a dir també que dins del que es considera “turista cultural” hi ha molts autors que tenen en compte l'actitud del visitant davant de l'element, i s'han fet diverses classificacions, com per exemple la de Donaire, que distingeix entre turista cultural culte, turista cultural monumental, turista cultural del patrimoni, turista cultural etnològic, turista de cultura “turistificada”, turista cultural en viatge extraordinari o la de Galí, en la que divideix entre turista cultural gens cultural, turista cultural ritual, turista cultural interessat en la cultura, turista culturals erudit. Quant a autors estrangers tenim per exemple la classificació de Du Cros i Mckercher que diferencien entre el turista cultural altament motivat, turista cultural

de *sightseens*, turista cultural casual, turista cultural incidental i turista cultural descobridor fortuït.

A partir de les definicions podríem dir que el turisme cultural implica el desplaçament cap a atraccions culturals amb l'objectiu de descobrir o aprendre, tot i que dins d'aquest segment de turisme hi ha cabuda per tot tipus de motivacions personals.

Per altre banda, el conjunt de la Seu d'Ègara, podria convertir-se en un potent recurs de turisme religiós. Els desplaçaments de persones per motius religiosos fora del seu lloc de residència habitual entrarien dins del concepte de turisme religiós, aquest fet no és nou però si el concepte "turisme religiós". Silvia Aulet, a "La competitivitat del turisme religiós en el marc contemporani. Els espais sagrats i el turisme, 2012" defineix el terme turisme religiós com aquell tipus de turisme motivat per la religió i que té com a destinació un lloc religiós, però pel qual el viatge en ell mateix no és una pràctica religiosa. Aquí dins s'inclourien desplaçament per participar a cerimònies religioses, conferències, l'assistència a Setmanes Santes, romeries o les visites a santuaris, entre d'altres.

Un dels exemples de gestió de turisme religiós al nostre país el trobem en el projecte de Catalonia Sacra, iniciativa dels bisbats catalans per donar a conèixer el seu patrimoni i ajudar a entendre'l.

El turisme cultural permet convertir el patrimoni en un recurs i explotar-lo. Això pot comportar tan danys com beneficis en quant a la seva protecció i ús.

No es pot dir que el turisme sigui bo o dolent, es una realitat imparabile amb la que hem de conviure y aprendre a gestionar, perquè hi ha diferents respostes possibles. Ens pressiona i afecta també als nostres recursos naturals i identitat cultural. Per això s'ha d'abordar des d'una perspectiva global, perquè no és només una qüestió cultural, econòmica, política o de gestió museística, sinó la suma de tots ells (Yves Michaud , Los turistas son unos invasores que pagan, 2005)

4.4. Els paràmetres d'anàlisi: Accessibilitat, eines d'interpretació, la promoció i la imatge.

L'**accessibilitat** són aquelles característiques d'un espai, transport, edificació o mitjà de comunicació que permeten a qualsevol persona la seva utilització, independentment de les limitacions tècniques, físiques, sensorials o intel·lectuals. L'accessibilitat s'associa

normalment a persones o col·lectius que pateixen alguna discapacitat, però en l'àmbit que ens ocupa, ens referirem a tots aquells factors que faciliten la visita a l'espai turístic, tan per persones amb limitacions com sense.

Segons la publicació *European Concept for Accessibility (ECA) 2003*, un entorn accessible ha de ser respectuós, segur, saludable, funcional, comprensible i estètic. Respectuós, perquè ha de respectar la diversitat dels usuaris; ningú s'ha de sentir marginat i tothom hauria de ser capaç d'arribar-hi. Segur, ja que òbviament no hauria de suposar cap risc per a cap tipus d'usuari; per tant, tots aquells elements que formen part d'un entorn han de ser dissenyats pensant en la seguretat (pisos relliscosos, les parts que sobresurten, dimensions, etc.). Aquí ens referim a la qualitat i seguretat de les baranes, passamans, fiabilitat dels ascensors, correcta senyalització en canvis bruscs d'altura, etc. També es refereix a la possibilitat d'evacuació a causa d'un incendi o un altre desastre. La seguretat ha d'estar assegurada per qualsevol persona de qualsevol edat, amb o sense discapacitat en tot moment. Evidentment en aquest cas les persones cegues i deficients visuals requereixen una atenció especial, sobretot en situacions de perill. Saludable, no ha de ser un risc per a la salut o causar problemes per a aquells que pateixen certes malalties o al·lèrgies. La salubritat en un espai depèn de tot tipus de factors físics i psicològics, com per exemple la temperatura, la humitat, el nivell de soroll, la circulació de l'aire, la il·luminació o la presència de gasos i partícules de pols a l'atmosfera. A nivell psicològic hi hauria la privacitat. Tots aquests factors influenciaran en el benestar de la visita. Funcional, ha de ser dissenyat de manera que s'hi pugui dur a terme, sense cap tipus de problemes o dificultats, la funció per a la qual està dissenyada. Comprensible, perquè tots els usuaris han de poder orientar-se sense dificultat dins d'un espai, i per tant, és essencial que la informació sigui clara i la distribució dels espais lògica. La gent ha de tenir la informació que és important per l'ús d'una instal·lació construïda. Això exigeix que es presti atenció a la forma en què es presenta la informació visual, audible i tàctil. L'altura a la que és col·loca la informació, els idiomes que s'utilitzen, la tipografia, els colors, etc. La informació rellevant per a l'ús ràpid i fàcil d'un edifici ha de ser clarament visible i immediatament comprensible. També cal que hi hagi suficient contrast entre la informació i el fons (text, interruptors i tiradors de les portes), que s'utilitzin símbols de fàcil comprensió, combinats amb l'ús de colors clàssics (blau per obtenir informació, verd per a la seguretat, groc per arriscat, vermell per stop). I per acabar, un espai accessible ha de ser estètic, ja que això farà que sigui més probable que sigui un espai acceptat per tots (Sempre essent tinguts en compte els cinc punts anteriors).

Sobre l'accessibilitat en l'àmbit turístic no s'ha trobat informació. A partir de les definicions anteriors, l'accessibilitat a un museu o espai d'interès turístic no variaria massa d'un altre espai, i vindria determinada per tots aquells elements i factors que fan que la visita sigui fàcil, segura, respectuosa, agradable i comprensible. Les principals característiques que poden afectar la qualitat de l'accessibilitat en l'àmbit que ens ocupa i que són les analitzades posteriorment són: les vies de comunicació i la senyalització per arribar-hi, l'estat i qualitat dels accessos i instal·lacions, els aparcaments, els horaris d'obertura, i els preus.

El segon paràmetre són les **eines d'interpretació**. Els mitjans d'interpretació faciliten la presentació del patrimoni i serveixen per oferir lectures i opcions per a un ús actiu d'aquest, utilitzant tota classe de recursos. Els orígens d'aquesta disciplina és situen a Estats Units a finals del segle XIX, amb la creació dels primers parcs naturals. Però no és fins l'any 1957, amb la publicació de l'obra de Freeman *Tilden Interpreting our Heritage*, quan es van assentar les bases d'aquesta disciplina i va quedar establerta com a tal (Padró, 2002; Morales, 1998). Les eines d'interpretació busquen oferir claus que permetin llegir, explorar, situar, analitzar, comprendre, sentir i reviure allò que s'està mostrant.

Enane es la carta redactada l'any 2004 per ICOMOS on s'estableixen els principis per a la interpretació del patrimoni per part de la societat. Els objectius d'aquest document són:

- Facilitar al públic un grau més alt d'entesa i apreciació dels llocs pertanyents al patrimoni cultural i promoure la consciència social sobre la necessitat de conservar-los.
- Protegir l'autenticitat i el significat dels llocs que formen part del patrimoni cultural a través del respecte al seu emplaçament cultural i natural, el context social i els vestigis i materials originals.
- Donar a conèixer els llocs del patrimoni cultural en el seu context més ampli i en els diferents vessants relacionats amb al seu significat, tant de naturalesa tangible com intangible, des del que és local i particular fins al que és universal i general.
- Coordinar la presentació del significat i els sentits dels llocs de valor patrimonial amb el reconeixement i el respecte per les tradicions culturals existents i els valors espirituals.
- Establir pautes per a la formació professional que siguin adequades i viables dins del seu context social.
- Reconèixer que la interpretació eficaç dels llocs amb valor patrimonial a tot el món és un mitjà important per a l'intercanvi cultural i l'entesa mútua.

Segons el manual Hicira (Projecte europeu pel desenvolupament de centres d'interpretació coordinat per la Diputació de Barcelona), les principals tècniques de comunicació que s'utilitzen per presentar el patrimoni són: les exposicions o les exhibicions interpretatives, la senyalització, la programació de visites guiades, els itineraris temàtics, les maquetes, els mitjans audiovisuals, les escenificacions i les representacions teatrals del passat i experiències de *living history*, els tallers didàctics, activitats didàctiques i d'animació, fullets, tríptics i publicacions en general, la organització d'activitats diverses, els productes culturals i l'oferta de serveis turístics (allotjament, manutenció, lleure...) adequada.

Les exposicions i les col·leccions d'un museu representen la seva oferta principal, el seu element diferenciador. És important que cada museu distingeixi allò que el diferencia dels demés. Robert Sullivan, director adjunt de programes del *National Museum of Natural History* de Washington va elaborar una llista de directrius per a la organització d'exposicions:

- Les exposicions han d'estar enfocades al públic.
- Les exposicions no expliquen, mostren.
- Les exposicions són provocadores, no exhaustives.
- Una bona pregunta és millor que una declaració.
- Provocar la interacció, les sorpreses i inclús l'humor.
- Harmonització dels mitjans amb el missatge.

Tan la senyalització d'orientació com la d'informació sobre el contingut d'allò exposat són importants per tal de que la visita sigui satisfactòria. Cal guiar al visitant des del primer instant que entra al museu, tan perquè sàpiga on trobar tots els serveis ofertats com per poder planificar el seu temps de visita.

La programació de visites guiades i els itineraris temàtics són unes de les eines d'interpretació més utilitzades i demandades a la majoria de museus. Permet un alt nivell d'interpretació degut al contacte directe amb el guia.

Darrerament el món dels mitjans audiovisuals i les noves tecnologies ofereixen noves plataformes per reinterpretar els discursos de la museografia tradicional. En aquest àmbit s'estan creant aplicacions, jocs, realitat virtual, realitat augmentada o realitat mixta, que permeten interactuar amb els usuaris. Per al consum museístic o cultural en general s'han de crear productes adaptats a aquesta nova realitat. Les noves Tecnologies de la

Informació i la Comunicació i totes les eines que se'n deriven s'han de tenir molt en compte i s'han d'entendre com a mètodes addicionals alhora de comunicar-se amb el públic.

Un altre dels reptes dels museus és proporcionar una àmplia oferta d'activitats capaç d'atraure el màxim de públic diferent. Les representacions teatrals del passat i experiències de *living history*, els tallers didàctics, activitats didàctiques i d'animació per a públic familiar i turístic, cursos, seminaris o serveis d'investigació per a professionals o investigadors en són un exemple.

Les publicacions d'un museu poden ser molt extenses, des de catàlegs d'exposicions, llibres, guies, revistes especialitzades o tríptics i fulletons. L'edició de material té un cost elevat, i s'ha de prioritzar molt bé quin tipus de publicacions seran les més útils per als objectius establerts.

El mateix document també destaca la importància de segmentar els públics a l'hora d'escollir els productes amb els que es decideix treballar. En aquest sentit, divideix els visitants en vuit grups:

- Residents i comunitat local
- Públic familiar
- Escolars i professorat
- Jubilats i tercera edat
- Associacions d'amics de museus o elements patrimonials.
- Investigadors
- Turistes
- Agents interessats

El tercer paràmetre analitzat és la **promoció** o comunicació. Pels autors del llibre "*Dirección de Marketing*" (Kotler, Cámara, Grande y Cruz), la promoció és "una de les quatre eines del màrqueting-mix, que inclou les activitats que desenvolupen les empreses per comunicar els seus productes i persuadir als compradors". Segons Colbert (2003, p. 189-190), la promoció en general és una eina de comunicació, que ajuda a transmetre el missatge i la imatge d'una institució. Busca persuadir al consumidor i influir en la seva decisió de compra. Al diccionari de la Real Acadèmia Espanyola, la promoció es defineix com el conjunt d'activitats l'objectiu de les quals es donar a conèixer un producte o servei o incrementar-ne les vendes. L'any 1967 és quan s'utilitza per primera vegada el concepte

màrqueting aplicat al sector cultural. Al manual sobre màrqueting de Philip Kotler apareix per primera vegada, "que les organitzacions culturals, siguin museus, auditoris, biblioteques o universitats, produeixen bens culturals" (Colbert; Cuadrado, 2003, p. 24).

Seguint amb el mateix autor, es divideix la promoció en quatre elements, la publicitat (per la que és paga una certa xifra), la promoció de vendes (ofertes, descomptes), relacions públiques (la creació de bones relacions de comunicació) i vendes personals (la comunicació directe entre el venedor i el comprador). Altres autors afegeixen la publicity, el patrocini o el màrqueting directe.

Anem a veure de manera breu, com es defineixen cada una de les eines que formen la promoció. La venda personal, segons Kotler i Armstrong, és defineix com la comunicació directe entre un representat de vendes i el comprador potencial. És l'eina que permet generar una venda directe i una de les més importants.

La publicitat és qualsevol forma pagada de presentació i promoció no personal d'idees, bens o serveis, per un patrocinador identificat (Fundamentos del màrqueting, Kotler i Armstrong, pàg. 470). Es un instrument de comunicació de gran abast, sol tenir molta eficàcia en el temps i un important poder de convicció, però per contra, sol tenir un alt cost, és difícil de mesurar-ne els seus efectes i difícil de personalitzar degut al seu ampli abast de públic.

Les Relacions públiques, segons l'IPRA (*Internacional Public Relations Association*) són les accions planificades a través de les quals les organitzacions intenten guanyar i retenir la simpatia i el suport dels seus clients, creant bones relacions de comunicació. El seu objectiu és el d'aconseguir una cooperació més productiva i el compliment més eficaç dels seus interessos. Una bona política de relacions públiques ajuda a crear una opinió pública favorable i permet la prevenció de conflictes o resoldre els existents entre una organització i els seus públics. Les relacions públiques ajuden a fer arribar la informació correcte al públic adequat i a generar valors positius.

La publicity són tots aquells esdeveniments o activitats realitzades per l'empresa que es difonen a través d'un mitjà de comunicació, essent el mitjà de comunicació el que controla el missatge, alguns exemples de publicity són les notes de premsa i les rodes de premsa.

El patrocini es l'entrega d'una provisió de recursos (poden ser econòmics, físics o humans) que fa una organització a una personalitat, organisme o una altre empresa per permetre al patrocinat seguir amb una activitat, a canvi de publicitat o beneficis fiscals.

Per últim hi ha el màrqueting directe, que es pot definir como el conjunt de tècniques que faciliten el contacte immediat i directe amb el possible comprador amb l'objectiu de promoure un producte, servei o idea utilitzen sistemes de contacte directe com *mailing*, telemàrqueting, publicitat en bústia, televenta, *e-mail marketing*, sistemes multimèdia mòbils i tots els nous mitjans interactius. Els aspectes positius d'aquesta tècnica és que permet conèixer i mesurar els resultats, i s'estableix una relació individual amb el possible client.

En l'àmbit turístic, les principals eines de comunicació i promoció que s'utilitzen més habitualment són la promoció, el màrqueting directe, la presencia a fires, els *workshops*, els viatges de familiarització (*fam-trips*) o les relacions públiques.

L'últim apartat d'aquest capítol es centra en el darrer paràmetre escollit, la **imatge turística**. Aquí s'ha intentat recopilar la informació essencial en quant a aquest indicador, descriure els diversos conceptes d'imatge turística, les seves tipologies, components i agents que intervenen en la seva creació, així com transmetre la importància de l'estudi de la imatge turística, a partir de l'anàlisi de la literatura acadèmica en aquest àmbit.

L'estudi de la imatge turística s'ha dut a terme des dels anys 70, però en l'actualitat ha pres molta força en el camp de la investigació turística, tan pels investigadors com pels propis gestors de destins. Per les destinacions turístiques s'ha convertit en un element clau per diferenciar-se i en una eina de promoció elemental, ja que juga un paper clau abans, durant i després de la visita a un espai. La imatge turística fa referencia al conjunt de creences, idees i impressions d'un individu sobre la destinació (Crompton, 1979), i per tan pot influir en la seva decisió de compra.

Hi ha moltes definicions del que és una imatge turística, una d'elles és que la imatge és una construcció mental desenvolupada pel turista potencial en base a una sèrie d'impressions seleccionades entre el flux total de les impressions (Fakeye i Crompton, 1991). Però va ser Hunt (1975) qui per primera vegada va manifestar la importància de la imatge turística d'una destinació per tal d'incrementar el nombre de turistes.

A continuació detallo en una taula els principals autors i conceptes desenvolupats al llarg dels anys.

Definició d'imatge turística	Autor	Any
Les percepcions que tenen els visitants potencials sobre un lloc.	Hunt	1975
La percepció dels turistes i venedors sobre atributs de les activitats o atractius disponibles de l'àrea d'una destinació.	Gartner	1986
Impressions que un individu o individus tenen d'un lloc aliè.	Gartner i Hunt	1987
Construcció actitudinal que consisteix en la representació mental d'un individu de les creences, els sentiments i la impressió global que té sobre la destinació.	Baloglu i McClearly	1999
Suma de creences, idees i impressions d'una persona sobre un lloc concret.	Kotler, Haider i Rein	1994
Impressió visual o mental sobre un lloc determinat.	Pritchard	1998
Totalitat d'impressions, creences i idees, expectatives i sentiments sobre un lloc acumulats al llarg del temps.	Kim i Richardson	2003

Taula 2: Definicions del Concepte Imatge Turística

(Font: Perelló, 2006 i Beeli i Palacio, 2003)

Tan per un gestor de destins turístics com per un gestor de públics turístics en un espai monumental es important conèixer la imatge que és projecta, ja que les imatges d'un lloc ens inciten a visitar-lo, ens expliquen com és el lloc, i un cop allà, condicionen el que consumim i la manera com ho consumim (N. Gali, La imatge turística del patrimoni monumental de Girona). Per tan és un dels elements més influents per la competitivitat dels recursos i destins turístics. Els factors de singularitat que s'associen amb un determinat destí, espai o element acaben construint la imatge turística. És important conèixer, destacar i posar en valor els elements diferenciadors d'un espai per tal de construir una imatge que acabi sent identificable i reconeguda pel visitant.

I com es classifiquen les imatges? La literatura diferència entre imatges emeses i imatges percebudes. La imatge emesa és aquella projectada per algú vinculat o no al destí. Pot ser universal, efímera o induïda. Aquesta classificació prové d'un article de 1977 de J.M. Miossec, segons el qual les imatges universals són aquelles que formen part de l'imaginari

col·lectiu, estereotipades i simples. El turisme es regeix generalment per aquest tipus d'imatges.

Les induïdes són aquelles imatges creades per empreses o ens de promoció amb la voluntat de vendre un destí, recurs o producte. Es tracta d'imatges inèdites, que hauran de competir amb les universals, creades al llarg del temps i difícils de substituir. La tercera categoria, les imatges efímeres, són aquelles generades a partir de notícies o fets impactants que poden modificar la percepció d'un destí. Es transmeten a través dels mitjans de comunicació i són fruit d'esdeveniments puntuals com poden ser un atemptat o unes olimpíades, o fins i tot una pel·lícula o una obra literària.

Les imatges percebudes són les que es creen en la ment dels visitants, són el conjunt de valors, idees, ideologies, imatges preconcebudes, experiències, coneixements, percepcions individuals o introspeccions subjectives, que es construeixen abans, durant i després del viatge (N.Gali i J.A.Donaire, 2006). Segons aquests autors es classifiquen en imatges formades a priori, in situ i a posteriori.

Segons la literatura, la imatge turística està formada per dos components, el component cognitiu/perceptiu i el component afectiu (Balouglu i Mc Clearly, 1999). El component cognitiu té característiques tangibles (clima, geografia, situació, icones, activitats,...) i el component afectiu el formen els sentiments i emocions que cada turista atribueix al destí segons les seves creences i experiències. Els dos components conformen la imatge global. Posteriorment hi ha autors que hi han afegit un nou element, el conatiu, relacionat amb el comportament.

I qui crea les imatges turístiques? Son diversos els agents que participen de la formació de la imatge turística, hi ha els DMO (Destination Management Organization), les empreses (turístiques o no), els mitjans de comunicació, els turistes, els locals o el sector cultural (cine, literatura, etc). Segons Gartner (1994) hi ha quatre tipologies d'agents implicats, els inductius (I i II), els inductius encoberts, els autònoms i els orgànics. Com més cohesionats estan els diferents agents implicats en la creació de la imatge d'un destí, més coherència presentarà la imatge que emeti aquest, tan a nivell estètic, com de promoció i de producte.

Els agents inductius són aquells que creen una determinada imatge de forma conscient amb la finalitat de comercialitzar el destí o recurs turístic. Els agents inductius I estarien formats pels gestors i promotors turístics (que realitzen la seva activitat en empreses i institucions turístiques), que amb l'ajuda dels mitjans publicitaris pretenen crear una

imatge en la ment del potencial visitant. Els agents inductius II serien les agències de viatges, que malgrat no ser empreses directament relacionades amb la destinació, estan interessades en vendre el destí.

5. Presentació de l'àmbit d'estudi

La voluntat d'aquest capítol és la d'oferir una visió general del sector turístic en l'àmbit geogràfic on s'ubica el museu i la seva àrea d'influència. Per això es presenten els principals trets i peculiaritats tan de la demarcació, com de la comarca i finalment de la localitat. Per últim s'exposen les característiques patrimonials de l'equipament museístic en qüestió, i es descriuen les principals accions i iniciatives del museu en l'àmbit de la gestió turística.

5.1. El turisme a la demarcació de Barcelona

Terrassa forma part de la comarca del Vallès Occidental, inclosa dins de la província de Barcelona. Aquesta província té una població de 5.552.050 i una extensió de 7.726,36 km², territori delimitat per la Serra del Cadí al nord i el mar Mediterrani a l'est. La demarcació de Barcelona és una destinació turística caracteritzada pels seus contrastos i el seu diversificat patrimoni cultural i natural.

La Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona gestiona la promoció i l'organització turística de les comarques de Barcelona. El Vallès Occidental, esta inclòs dins de la marca turística "Barcelona és molt més", dins del paraigua de la Diputació de Barcelona. "Barcelona és molt més" promociona propostes i espais turístics de la demarcació de Barcelona, ubicats fora de la capital. Està format per tres sub-marques turístiques: Costa Barcelona, Catalunya Central i Pirineus, i el Vallès Occidental s'integra dins del que ells anomenem Costa de Barcelona, juntament amb el Maresme, Vallès Oriental, Barcelonès, Baix Llobregat, Garraf i Alt Penedès. La ciutat de Barcelona és el principal pol d'atracció de visitants i funciona com a punt de sortida cap a altres destinacions de dia.



Gràfic 1: Comarques que formen part de la marca turística "Barcelona és molt més"

(Font: <http://www.barcelonaesmoltmes.cat/es/>)

Segons el document "Estadístiques de Turisme a Barcelona i Província" elaborades i publicades per Barcelona Turisme, l'any 2012 a la demarcació (aquí no és té en compte la capital) es van comptabilitzar 3.900.327 turistes en allotjaments (més que en anys anteriors) i el grau d'ocupació va ser del 59,8% en hotels, 45,9% en càmpings i 16,4% en cases de turisme rural. L'estada mitjana en aquests establiments va ser de 2,66 dies als hotels, 4,43 als càmpings i 3,10 a les cases rurals. El nombre total d'establiments és de 1.208 i el nombre de places 113.085. Quant al perfil de visitant de la demarcació, és tracta d'un turista que visita la regió per motius vocacionals o d'oci (71,4%), i prové principalment de Catalunya (68,4%), en concret de la mateixa província de Barcelona (60%). Per darrera dels barcelonins, els visitants de la resta de l'estat són els que més visiten la província (15,5%). La principal franja d'edat és la que va dels 25 als 44 anys (42,6%), seguida de la de 45 a 64 anys (34,2%), i el principal mitjà de transport utilitzat és el cotxe.

Els productes turístics rellevants de la demarcació són les platges del Maresme, la Patum de Berga, les caves Codorniu i Freixenet de l'Alt Penedès i el festival de cinema de Sitges. Segons es pot deduir revisant les guies turístiques sobre Barcelona o Catalunya, destaquen altres punts a part dels mencionats, com Montserrat, Sitges o la ciutat de Vic, tots aquests

punts conformen les excursions que es recomanen per fer fora de la capital. Tot i això, segons les estadístiques de Turisme de Barcelona, els llocs més visitats són els següents:

Espais	2011	2012
La Roca Village	3.100.000	3.200.000
Monestir de Montserrat	2.278.671	2.193.142
Circuit de Catalunya	589.470	580.885
Canal Olímpic Castelldefels	213.642	219.108
P.N. Montseny	171.158	183.367
P.N. Sant Llorenç del Munt i l'Obac	152.145	150.590
Espais Naturals del Delta Llobregat	130.675	130.906
Parc de la Serralada de Marina	129.360	119.589
Món San Benet	110.687	96.855
Codorníu	90.223	91.135

Taula 3: Llocs més visitants de la província de Barcelona

(Font: Turisme de Barcelona)

A mode de conclusions, cal destacar que aquest informe considera que la província de Barcelona com a destinació turística no existeix en les propostes dels intermediaris de viatges, es fa poca promoció i se'n té un alt desconeixement, fins i to en els mercats més propers. La ciutat de Barcelona concentra el principal nombre de propostes, eclipsant la província. La província de Barcelona, doncs, concentra una gran varietat d'oferta, però dispersa i poc estructurada, i presenta una manca de comunicació interna entre els diferents actors. El que aquest pla proposa és posicionar la destinació com a destí de mar i vinyes, d'estil de vida mediterrani. un territori verd i blau, alegre i relaxat, ple de sensacions.

A nivell comarcal, el Vallès Occidental, amb una forta tradició industrial, no ha estat mai relacionada amb el turisme en l'imaginari popular, però les institucions actuals estan fent esforços per donar a conèixer la gran quantitat de recursos i patrimoni de la comarca i desenvolupar aquest sector. Inclou tres parcs naturals, i una ruta de senderisme que els enllaça: la Ruta dels 3 Monts, disposa d'un ric patrimoni modernista (Terrassa, Sabadell, Sant Cugat), esdeveniments de cultura popular com la Plantada del Pi a Matadepera i festivals musicals com el de jazz a Terrassa o el de blues a Cerdanyola.

Es desprenen certes característiques del turisme en aquest territori a partir de diversos estudis de l'àrea de turisme de la Diputació de Barcelona. Segons l'inventari de productes turístics inclosos a l'informe executiu del Pla de Màrqueting turístic de la Província de Barcelona (2012), és recull un total de 8.244 productes, corresponents a diverses categories, 666 dels quals corresponen a la comarca del Vallès Occidental.

En quan als 666 productes de la comarca del Vallès Occidental, el patrimoni històric de la ciutat de Terrassa és considerat l'únic "producte estrella" i setze més "d'alt potencial turístic" dins de la comarca. D'aquests setze productes, cinc estan ubicats al terme municipal de Terrassa, i són el Parc Natural de Sant Llorenç del Munt i l'Obac, el Museu de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya - mNACTEC, l'oferta de turisme industrial, el Restaurant El Capritx (amb 1 estrella Michelin) i la Seu d'Ègara. D'aquest estudi en podem extreure que la ciutat de Terrassa es el principal producte turístic de la comarca. El grau d'aprofitament turístic d'aquesta comarca es del 27% dins de la província, valor que segons aquest informe és un percentatge baix i que en general la demarcació necessitaria treballar el desenvolupament turístic.

D.A.F.O. TURISME DEMARCACIÓ BARCELONA	
Debilitats	Fortaleses
Oferta turística dispersa i poc cohesionada	Gran varietat d'oferta
Poca promoció conjunta de la província	Montserrat com a producte estrella fora de la ciutat de Barcelona.
Poca o nul·la presència en les propostes de TTOO i AAVV	Terrassa com a principal producte turístic de la comarca del Vallès Occidental.
Baix grau d'aprofitament turístic de la comarca del Vallès Occidental	
Amenaces	Oportunitats
Poc coneguda com a destinació turística	Aprofitar la proximitat de Barcelona per atraure visitants.
Eclipsada per Barcelona	Varietat de productes per desenvolupar (patrimoni natural, patrimonial, gastronòmic, etc.)

Taula 4. Anàlisi DAFO del turisme a la demarcació de Barcelona (Font: Elaboració pròpia)

5.2. El turisme a Terrassa

La ciutat de Terrassa, amb més de 200.000 habitants, és la co-capital del Vallès Occidental i una de les ciutats mitjanes més importants de Catalunya. Amb un passat industrial molt destacat, Terrassa compta amb un ric patrimoni cultural i artístic. Ubicada a tocar del Parc Natural de Sant Llorenç del Munt i l'Obac, es la quarta ciutat en població de Catalunya.

Durant el segle XIX, la revolució industrial va tenir molt de pes a la ciutat, on s'hi van construir nombroses fàbriques i indústries dedicades al sector tèxtil, moltes d'elles han arribat fins el dia d'avui ben conservades, i conformen un important patrimoni a visitar. Destaca per sobre de tot el Vapor Aymerich, Amat i Jover, actual Museu de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya (1907). D'aquella època també es conserven diversos edificis modernistes com la Masia Freixa (1907), el Mercat de la Independència (1908) o la Casa Alegre de Sagrera (1911).

Actualment Terrassa presenta una economia centrada en el sector industrial i de serveis, i un dels principals pilars n'és el comerç (L'any 2009, el 22,8% de les empreses amb seu social a Terrassa desenvolupen la seva activitat en l'hostaleria o en el comerç al detall). Des de la Regidoria de Comerç i Turisme de l'Ajuntament de Terrassa, es prioritzen iniciatives per tal de desenvolupar el comerç i el turisme, tal i com s'indica en la memòria d'activitats 2007-2011 de l'Àrea d'Innovació i Desenvolupament Estratègic i Econòmic publicat per l'Ajuntament de Terrassa. Per sectors, segons dades del 2012, els que ocupen més població assalariada són el comerç (15,4%), serveis a les empreses (10,8%), metall (9%), construcció i immobiliàries (8,9%), salut (8,8%), química (7,5%), educació i recerca (6%), i edició, cultura i lleure (5,8%).

Els principals productes que conformen la imatge de la ciutat a l'exterior són El Festival de Jazz, la Fira Modernista, l'hoquei, les exhibicions castelleres o el patrimoni industrial. Quant a productes turístics, destaquen el turisme industrial, la Fira Modernista, la Seu d'Egara, el Festival de Jazz, i la gastronomia (disposa d'un restaurant amb 1 estrella Michelin). La promoció turística que realitza l'Ajuntament, es centra en quatre àmbits: el turisme cultural, el gastronòmic, el de reunions i l'esportiu.

Quant al turisme cultural, un dels productes turístics estrella de Terrassa es el relacionat amb els seus recursos industrials i tèxtils, ja que Terrassa conserva un ric patrimoni de l'època de la industrialització, que permet reviure l'estil de vida dels segles XIX i començaments del XX, amb la visita a antigues fàbriques i vapors, habitatges, magatzems,

xemeneies, o el Museu de la Ciència i la Tècnica de Catalunya (MNACTEC) que forma part de la Xarxa de Turisme Industrial de Catalunya (XATIC), una associació de 22 municipis que té com a objectiu la promoció del turisme industrial, i que actualment té seu a Terrassa, ciutat que alhora presideix el projecte. Aquesta xarxa va néixer l'any 2006 i treballa per a promoure el concepte de turisme industrial, i generar-ne demanda, augmentar el nombre de visitants als recursos de turisme industrial i posicionar Catalunya com a una destinació de referència.

La Fira Modernista en una de les cites més rellevants del modernisme, i la ciutat de Terrassa apareix als calendaris de les rutes del modernisme de Catalunya, de l'estat i d'Europa. Aquest esdeveniment ha estat reconegut per part de la Generalitat, com a "festa local d'interès turístic de Catalunya", i va rebre un dels premis de Comunicació i Relacions Públiques en la categoria d'activitats turístiques, atorgat el gener de 2010 per l'Associació Catalana de Comunicació i Relacions Públiques i la Fundació per al Foment de la Comunicació i el Desenvolupament. Enguany s'ha celebrat la XII edició, que es celebra durant tot un cap de setmana de maig. A la web de turisme de l'Ajuntament s'anuncia aquest esdeveniment com una "experiència turística". Al llarg de tot el cap de setmana es celebra un mercat modernista format per parades d'artesanía i alimentació artesana. Aquest mercat es complementa amb els diferents xerrades, tallers participatius, rutes turístiques, activitats de cultura popular i demostracions d'oficis antics realitzades per mestres artesans i ambientació de l'època. Aquest esdeveniment atrau més de 100.000 visitants i rep la col·laboració d'altres municipis amb important patrimoni modernista.

Tot i que la Fira Modernista i el patrimoni industrial siguin els principals productes a nivell turístic també cal remarcar l'existència del festival de Jazz, que té lloc entre març i abril, es tracta d'un certamen a nivell internacional amb més de 30 anys d'existència. Al voltant del festival s'organitzen diverses activitats que combinen la cultura, la gastronomia i la música. Per altre banda s'ha començat a posar en valor tot el patrimoni medieval de la ciutat, amb la Seu d'Egara com a atractiu principal.

Terrassa pretén convertir-se en un important receptor de turisme cultural i patrimonial de proximitat i forma part del Pla Estratègic de Turisme de la regió de Barcelona, que busca descentralitzar l'activitat turística de la capital, i que en el cas de Terrassa, es concentra en potenciar el recurs del modernisme.

En quant a turisme gastronòmic, a Terrassa s'organitzen diverses jornades al voltant de productes com el cigró menut o els bolets i la caça, on hi col·labora el gremi empresarial d'Hostaleria de la ciutat. També s'aprofiten els esdeveniments com el festival de Jazz per dinamitzar una "Ruta Gastromusical". S'estan fent esforços des de l'administració local, per tal de potenciar els productes autòctons i es busca posicionar Terrassa com a referent i capital gastronòmica de la comarca. També cal tenir en compte que a la ciutat hi ha un restaurant amb una estrella Michelin.

Pel que fa al turisme de reunions, segons les estadístiques de l'Àrea de Turisme, durant l'any 2012 es van assessorar 46 empreses per a esdeveniments relacionats amb turisme de reunions. Terrassa disposa dels recursos necessaris per al desenvolupament d'aquest tipus de turisme, espais firals, singulars, serveis complementaris i activitats d'oci.

Per últim hi ha el turisme esportiu, que ha pres força en els últims anys, ja no només per les competicions internacionals de hoquei herba, sinó també pel creixent nombre d'esdeveniments esportius com la Mitja Marató, trofeus Ciutat de Terrassa de Bàsquet i de Futbol o les competicions de ciclisme. Des de l'Àrea de Turisme es gestionen *packs* turístics per facilitar l'assistència a aquests esdeveniments.

Segons les dades d'Idescat, Terrassa compta amb 5 allotjaments hotelers i un total de 1.009 places hoteleres, 776 places de quatre estrelles, 133 de tres estrelles i 20 places de dos estrelles. Compta amb una petita Oficina de Turisme ubicada a la Masia Freixa, edifici modernista ubicat a cinc minuts del centre. Aquesta oficina va rebre 19.438 visites l'any 2012, principalment de la mateixa ciutat de Terrassa (12.944 visites), seguides de les provinents de la resta de Catalunya (5.590 visites), de l'estat Espanyol (780 visites) i de l'estranger 124.

Segons ha publicat l'Ajuntament, el passat 2013 es va detectar una pujada bastant significativa de visitants procedents d'Europa, un 20,7% (que significa un augment de gairebé el 10%) principalment de França, Gran Bretanya i Alemanya. També cal destacar l'increment dels visitants dels EEUU, que passen d'un 0% a un 3,9%. Pel que fa al perfil de visitant, aquest es configura com el d'una dona, en un 55,5% dels casos, d'una franja d'edat d'entre 45 i 64 anys, majoritàriament procedent de Catalunya.

Observant les dades d'activitats turístiques recollides per l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Terrassa, s'observa que la quantitat de visitants van arribar al seu punt

àlgid l'any 2009, any que coincideix amb la inauguració de la Seu d'Egara, i a partir de llavors han anat disminuint, alhora que han anat augmentant les visites a la web.

Activitats i consultes turístiques recollides des de l'Ajuntament de Terrassa					
Tipus d'activitat	2012	2011	2010	2009	2008
Visites efectuades a l'Oficina de Turisme/Punt d'Informació Turística	19.438	22.343	25.078	28.261	21.809
Gestions / consultes per telèfon	1.711	2.759	2.139	4.007	3.171
Visites pàgina web de turisme	37.883	34.736	31.086	No es comptabilitzen	
Gestions / consultes realitzades per fax / carta	393	509	508	580	570
Dossiers de promoció turística sol·licitats durant tot l'any	709	1.615	1.409	955	1.274
Visites turístiques concertades amb servei de guia	2.630	2.050	3.269	1.733	1.565
Programa de rutes turístiques. Oferta permanent	-	2.910	1.128	1.606	583
Total activitats	64.656	69.342	68.748	41.534	33.522

Taula 5: Dades turístiques de Terrassa

(Font: Ajuntament de Terrassa)

Des del l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament s'organitzen i gestionen quatre tipologies de visites guiades: la "Ruta de natura", la ruta "Seu d'Egara i el patrimoni medieval", el "Patrimoni industrial i modernista" i les que combinen el patrimoni industrial, modernista i medieval. La visita més demandada (amb diferència) és la de patrimoni industrial i modernista, amb més de 1.500 inscripcions l'any 2012 (59% del total). La procedència dels participants a les visites és principalment català (32,2% provinents de Terrassa i 53,6 % de la resta de Catalunya). El mes de l'any on hi ha més demanda d'aquestes visites és durant el maig, probablement degut a la celebració de la Fira Modernista, i la oferta de visites guiades al patrimoni de l'època augmenten considerablement. Durant aquest mes es realitzen el 36% de les visites guiades de tot l'any, seguides del mes d'octubre amb un 11%.

Pel que fa al tipus de consultes recollides a la oficina de turisme durant el 2012, la consulta principal és d'informació ciutadana (números de telèfons, adreces, carrers), seguit

d'informació comercial i esdeveniments (sobretot Fira modernista i Festival de Jazz). Quant a punts d'interès, segons la mateixa oficina, la Seu d'Egara és el recurs que genera més consultes, seguit de la Masia Freixa, la Fira Modernista, la Casa Alegre Sagrera i el Castell Cartoixa.

Amb 19.438 consultes a la oficina de turisme durant l'any 2012, podríem definir Terrassa com a un destí turístic poc consolidat. El tipus d'informació més demandat és d'àmbit local, i la principal procedència dels seus visitants és la pròpia ciutat de Terrassa, seguit dels de la resta de Catalunya.

D.A.F.O. TURISME TERRASSA	
Debilitats	Fortaleses
Poques places d'allotjament (1.009)	Productes turístic consolidats: Festival Internacional de Jazz, Fira Modernista
Producte turístic poc estructurat	Restaurant amb 1 estrella Michelin
Baix nombre de visitants de fora Catalunya	Museu Nacional de Ciència i Tècnica de Catalunya (mNACTEC).
Falta d'icones o "sights" potents	
Amenaces	Oportunitats
Eclipsada per Barcelona	El patrimoni històric de la ciutat de Terrassa considerat "producte estrella" segons Pla de Màrqueting turístic 2012 de la Província de Barcelona.
Els TTOO no la comercialitzen	Augment dels visitants procedents d'Europa (Dades 2013).
	Proximitat amb Barcelona. Alt potencial per a desenvolupar turisme de proximitat i el turisme de negocis.

Taula 6. Anàlisi DAFO del turisme a Terrassa (Font: Elaboració pròpia)

5.3. El Museu de Terrassa

Terrassa compta amb una gran oferta museística, que inclou el Museu de Terrassa, el Museu Tèxtil i el Museu Nacional de Ciència i Tècnica de Catalunya (mNACTEC).

El museu de Terrassa és l'encarregat de gestionar el patrimoni històric, artístic, etnogràfic i arqueològic a nivell local. Les seves funcions són, principalment, la protecció, documentació, exhibició i divulgació del patrimoni de Terrassa, però la seva principal activitat està centrada en l'activitat arqueològica.



Museu de Terrassa

Gràfic 2: Logotip del Museu de Terrassa

(Font: Web del Museu de Terrassa)

Els diferents espais, elements i col·leccions del patrimoni cultural terrassenc que integren el Museu de Terrassa són: el Castell-Cartoixa Vallparadís, la Seu d'Ègara, la Casa Alegre de Sagrera, la Torre de Palau i el Centre d'Interpretació de la Vila Medieval de Terrassa i el Claustre del Convent de Sant Francesc d'Assís. No té una seu física, sinó que el formen tots aquest elements, repartits arreu de la ciutat. Les seves oficines estan ubicades al carrer Font Vella, al centre de la vila, a la casa Soler i Palet, just davant de la Casa Alegre de Sagrera. L'actual Casa Soler i Palet està inclosa en l'Inventari del Patrimoni Arquitectònic de Catalunya, i des de l'any 2000 acull les oficines de l'IMCET (Institut Municipal de Cultura i Esports de l'Ajuntament de Terrassa).

Dels altres dos museus de la ciutat, el mNACTEC depèn del Departament de Cultura de la Generalitat, i està ubicat al centre de la ciutat, a una antiga fàbrica tèxtil que data de l'any 1907, i el Centre de Documentació i Museu Tèxtil (CDMT), ubicat al costat del Castell Cartoixa, està gestionat per un consorci integrat per la Diputació de Barcelona i l'Ajuntament de Terrassa. El Museu que ens ocupa està gestionat íntegrament per

l'Ajuntament, depèn directament del Servei de Cultura de l'Ajuntament de Terrassa i reuneix tots els espais museístics de titularitat municipal de la ciutat. Forma part de la Xarxa de Museus Locals de la Diputació de Barcelona i a la xarxa de Museus d'Història i Monuments de Catalunya.

L'any 1988 es va redactar el pla de Museus de Terrassa, amb l'objectiu d'estructurar tots els espais museístics de la ciutat i el seu patrimoni. Fins aquell moment coexistien quatre estructures museístiques municipals diferents: les esglésies de Sant Pere, el Museu d'Art (al Castell-Cartoixa Vallparadís), la Casa Museu Alegre de Sagrera i el Museu Municipal de la Ràdio Eudald Aymerich. S'inscriu al Registre de Museus de la Generalitat de Catalunya l'any 1995.

El Castell Cartoixa de Vallparadís està considerat la seu principal del Museu de Terrassa i acull l'exposició permanent i les temporals de llarga durada. El fons del Museu està integrat per un conjunt multidisciplinari d'elements molt diversos, actualment les col·leccions exposades representen el 25% del total del fons de més de 26.000 objectes.

Al capdavant del MdT hi ha el director que és Domènec Ferran i Gómez, i per sota seu hi ha l'equip tècnic format per Antonio Moro, arqueòleg-conservador, Gemma Ramos, conservadora, Josep Fauquet, coordinador tècnic de la Seu d'Ègara, Marta de Juan, difusora i responsable del servei educatiu, Teresa Gassó, administrativa, i la Consergeria, formada per dues persones al Castell Cartoixa, dues a la Casa Alegre de Sagrera i tres a la Seu d'Ègara. En total compta amb un personal fix de 13 persones. El museu depèn directament de la cap de cultura de l'ajuntament de Terrassa. La figura del director és la que coordina tots els treballadors, des dels conservadors als conserges, que gestionen les seccions de forma directa. Els serveis educatius estan externalitzats des de setembre de 2011, però les diferents activitats les organitza el propi museu.

En quant a dades econòmiques, la despesa ordinària de la institució durant l'exercici de l'any 2011 va ser de 584.844 euros tan de despeses com d'ingressos.

A continuació és detallen les diferents seccions que formen el museu.

5.3.1. Seu d'Ègara (Esglésies de Sant Pere)

El conjunt episcopal de la Seu d'Ègara, conegut popularment amb el nom de "Les Esglésies de Sant Pere", és un dels elements més rellevants del museu. Molts motius fan d'aquest

conjunt un recinte de gran valor, únic a Europa en les seves característiques, que reuneix en un sol espai restes ibèriques i romanes, tres esglésies originàries del període alt-medieval, pintures murals, retaules considerats entre les obres mestres del gòtic català, o algunes de les peces conservades dels edificis del bisbat visigòtic. L'espai actual de la Seu d'Ègara es el resultat de moltes construccions arquitectòniques que han anat transformant el recinte al llarg del temps.

El nom d'Ègara pertanyia al municipi hispano-romà que es va acabar convertint en la seu d'un bisbat cristià, fundat a mitjans S.V, i que va existir durant aproximadament 300 anys, des de l'any 450 fins el 778, desapareixent amb la invasió carolíngia al territori de Barcelona l'any 801. El municipi d'Ègara havia estat declarat municipi romà al segle I de la nostra era, en temps de l'emperador Vespasià; no s'ha arribat a trobar la ubicació exacte ni les característiques, però hi ha constància de l'existència d'alguns elements que havien format part de la vila.

A mitjans segle V, el llavors bisbe de Barcelona, Nundinari, al no poder absorbir el volum de feina que li generava el bisbat de Barcelona, va decidir segregarlo en dos i crear el nou bisbat d'Ègara, al qual va assignar un extens territori i va nomenar-ne Irineu el seu primer bisbe. Durant el bisbat d'Ègara, aquest conjunt va viure l'època de màxima esplendor, deixant fins als nostres dies una mostra única d'art cristià occidental. Durant segles, però, la Seu d'Ègara ha estat coneguda pels terrassencs com "Les esglésies de Sant Pere".

Entre la descomposició del regne visigot, a l'any 711, i el domini àrab de la península es va perdre el rastre de l'antiga Ègara. Els continus atacs musulmans a la regió de la Marca Hispànica van produir el despoblament del territori convertint-lo en una terra de frontera que després s'anomenaria "La Catalunya Vella". L'última notícia que es té de l'existència del bisbat d'Ègara pertany a l'any 693.

L'any 1112 es consagra la nova església de Santa Maria, fet que fa interpretar una lleugera recuperació del conjunt eclesiàstic, però l'any 1601 el centre parroquial es transfereix i entra en una etapa de decadència.

Als anys 70, l'administració local és va encarregar del manteniment i la protecció de les esglésies, que fins llavors havien estat en mans de la Junta Municipal de Museus, ja des dels inicis del segle XX. A partir de 1984, les esglésies de Sant Pere, Santa Maria i Sant Miquel formen part del sistema del Museu de Terrassa. La seu d'Ègara és l'element clau

degut a la seva excepcionalitat al ser un dels conjunts de les seves característiques més ben conservats a Europa i l'espai amb més antiguitat de l'actual ciutat de Terrassa.

L'any 2004 Terrassa va tornar a tenir seu episcopal pròpia, amb el nom de Bisbat de Terrassa. L'any 1994, per iniciativa de l'Ajuntament de Terrassa es va iniciar el projecte del Pla Director de les Esglésies de Sant Pere amb la col·laboració de la Parròquia de Sant Pere, el Bisbat de Barcelona, la Generalitat de Catalunya, la Diputació de Barcelona, el Govern d'Espanya (Ministeri de Cultura i Ministeri de Foment) i Caixa Terrassa/Obra Social. Aquest pla és desenvolupa al llarg de 8 anys, des de l'any 2001 fins al 2009. Els seus objectius eren:

- Situar al "mapa mental" dels terrassencs/es el conjunt monumental, després del llarg parèntesi que han significat les obres.
- Situar al "mapa mental" del gran públic (a Catalunya i en especial a la zona metropolitana) el conjunt monumental, la història i el valor patrimonial i turístic de La Seu d'Ègara.
- Assolir una xifra d'uns 50.000 visitants anuals a 5 anys vista
- Integrar el monument en el seu entorn més immediat i en la resta de la ciutat
- Fer de l'element un instrument de generació d'activitat econòmica i oportunitats de desenvolupament en el camp cultural, turístic i comercial.

La primera fase va ser la de redacció del projecte, des de 1984 fins l'any 2001. Durant la segona etapa, del 2001 al 2004, es van realitzar excavacions arqueològiques, restauracions de bens mobles i estudis científics que van permetre aprofundir en el coneixement del conjunt. Alhora es redactaven els projectes executius, que van finalitzar l'any 2005.

En una tercera fase es van dur a terme les obres de rehabilitació, que van culminar l'any 2009, amb les obres de reforma de l'edifici del centre d'acollida de visitants, que havia estat l'antiga rectoria. En una última fase, que comprèn els anys 2008 i 2009, es va procedir a la museïtzació del conjunt. Al desembre de 2010 es constitueix la Taula de Treball de Turisme Religios integrada per diferents municipis de Catalunya on Terrassa es vol posicionar amb el programa de promoció de la Seu d'Ègara.

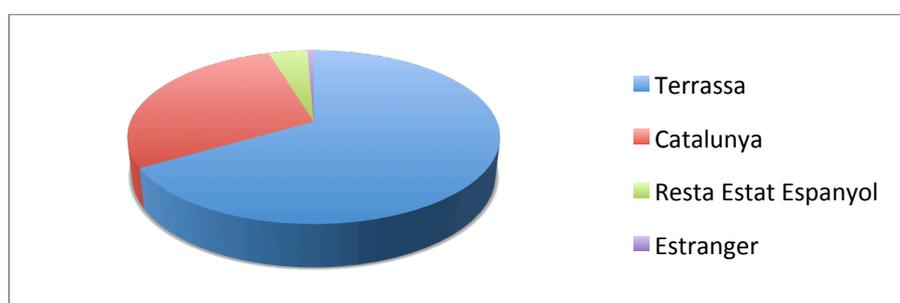
El conjunt monumental de les esglésies de Sant Pere de Terrassa van ser distingides dins de la modalitat de millor projecte de creació o reforma integral de museus i equipaments culturals, en el transcurs de la quarta edició del Premi de Museologia 2011 que concedeix l'Associació de Museòlegs de Catalunya (AMC).

2012 MES	SEU ÈGARA		
	Indiv.	En grup	Total
Gener	406	643	1.049
Febrer	435	379	814
Març	1.215	1.187	2.402
Abril	535	580	1.115
Maig	780	576	1.356
Juny	791	1.031	1.822
Juliol	442	231	673
Agost	434	91	525
Setembre	1.089	153	1.242
Octubre	391	1.045	1.436
Novembre	447	792	1.239
Desembre	1.490	650	2.140
TOTAL	8.455	7.358	15.813

Taula 7: Visitants per mesos a la Seu d'Ègara durant l'any 2012

(Font: Àrea de cultura de l'Ajuntament de Terrassa)

El MdT és qui comptabilitza les visites al recinte. Un dels objectius que s'havien proposat assolir al Pla Director de 2004 era el d'arribar a 50.000 visitants anuals a 5 anys vista. L'any 2009 van visitar les esglésies 23.957 persones, xifra que s'ha vist disminuïda fins arribar a 15.813 l'any 2012. Segons les estadístiques per mesos de l'any 2012, els mesos de més afluència són el desembre, el març i el setembre. Per contra, els mesos més fluïxos octubre, juliol i agost. Per grups, els mesos amb més visitants són el març, l'octubre i el juny. Els mesos on venen menys grups són també l'agost i el juliol, amb gran diferència. Destaca la diferència de visitant al mes d'octubre, que és un dels mes fluïxos en quant a visites individuals però un dels més concorreguts per grups. Destaca el fet que l'estiu és època baixa per l'element, i el mes de març és un dels més potents.



Gràfic 3: Procедència dels visitants a la seu d'Egara durant 2012

(Font: Elaboració pròpia a partir de dades del museu)

Quant a l'origen dels visitants, provenen bàsicament de la mateixa ciutat de Terrassa, seguida pels visitants d'altres municipis de Catalunya. Els provinents de l'Estat Espanyol i per últim la resta del món.

Les característiques històric-patrimonials del conjunt fan que sigui un dels productes turístics més valuosos de la ciutat. Les principals edificacions del conjunt són l'Església de Sant Pere, l'església de Santa Maria i Sant Miquel.

Quan accedim al recinte de la Seu d'Ègara ens trobem un extens espai, que en realitat és un camp de tombes, que havia estat una necròpolis durant molts segles. Aquest espai queda limitat per les tres esglésies, i diverses restes d'antigues construccions.

A terra es poden veure les siluetes de les tombes marcades al paviment, amb llambordes rectangulars grises, i se'n poden distingir de dos tipus, les de forma rectangulars (S. VI) i les antropomòrfiques (S. IX - X), corresponents a dues èpoques històriques diferents.

Un cop dins del recinte, s'observen nombroses restes de murs i antigues construccions arreu, i si ens fixem en el paviment, veurem diferents formes geomètriques de diferents materials i colors, simbologia que fa referència a les diferents construccions que s'han trobat durant les excavacions i que pertanyen a diferents èpoques històriques. Si ens dirigim cap a l'església de Sant Pere trobem unes bases cilíndriques que corresponen a tres columnes del segle VI, que probablement corresponien a un cobert que envoltava el recinte. L'espai que ocupen les esglésies ha estat ocupat per l'home des de l'antiguitat, i s'hi han trobat restes des del segle IV a.C, corresponents a l'època ibèrica. D'aquella època destaquen les restes d'una casa, una fosa, diversos fogars, ceràmiques ibèriques, gregues i romanes, sitges per a conservació de cereals, monedes ibèriques i objectes personals.

La majoria de restes romanes (segle II a. c. - n.e.) trobades a Terrassa també estaven ubicades al voltant de l'actual Seu d'Ègara. Destaquen les restes d'una antiga vil·la romana habitada pels primers cristians, on es celebraven cultes i reunions.

L'Església de Sant Pere és el principal monument preromànic català, destacat també a nivell espanyol i europeu. A Catalunya, altres monuments preromànics destacats són les esglésies de Sant Julià de Boada, Sant Pere de les Puel·les, Sant Quirze de Pedret, o Sant Senet de Bages. Sant Pere és també un dels 10 monuments romànics més destacats a Catalunya. D'aquesta època a Terrassa, destaquen també, el Monestir de Sant Llorenç del Munt, per la seva singularitat, el Castell-Cartoixa de Vallparadís o la Torre de Palau. A part de ser un element important dins del mercat preromànic i romànic, Sant Pere és un centre

de referència en quant a l'art gòtic català, ja que a dins seu conté una mostra molt significativa de pintura gòtica. També cal destacar Sant Pere com a un atractiu important dins del turisme religiós.

Durant l'època de major esplendor de la Seu d'Ègara, l'església de Sant Pere assumia les funcions d'església parroquial, funció que també compleix al dia d'avui. El seu interior està format per una única nau amb volta de canó, i una nau transversal que forma la planta de creu llatina. Les poques finestres de la construcció creen una atmosfera fosca. Al segle XVIII s'hi va construir una capella lateral, dedicada a Sant Valentí, i a finals del XIX, una altra dedicada al Santíssim. Al mur nord hi ha les restes d'una pintura mural gòtica del segle XIV, força deteriorada, però on s'hi poden observar escenes de la vida de Jesucrist. L'interior de Sant Pere també inclou un orgue de grans dimensions, considerat un dels més importants de Catalunya, amb 36 registres i més de 2.000 tubs. Però el principal tresor de Sant Pere és el retaule petri del segle X, i que és l'únic al món sobre aquesta superfície en època preromànica.

L'Església de Santa Maria (S.XI-XII) originàriament assumia les funcions catedralícies del conjunt episcopal. De planta de creu llatina, es tracta d'un temple romànic que conserva parts d'una construcció més antiga. Conté pintures murals a l'absis central i a la cúpula, que narren la Vida i Passió de Crist. A la part dreta del transsepte hi ha una pintura mural dedicada a Sant Tomàs Becket, arquebisbe de Canterbury, on ens descriu el seu martiri i diversos aspectes de la seva vida, i que va ser pintada arrel del seu assassinat a Anglaterra l'any 1170. Aquesta pintura es va conservar en excel·lent estat gràcies a que va ser tapiada en motiu d'algunes reformes. Va ser re-descoberta a principis del segle XX.

A l'espai on avui hi ha Santa Maria hi havia situada la catedral que presidia la Seu d'Ègara al segle VI, més gran que l'actual, i més ample. Actualment de l'exterior de l'edifici cal destacar la galeria del claustre de l'època romànica, avui desaparegut, però que es pot observar senyalitzat a terra. A l'interior del que avui és la rectoria s'hi pot observar un baptisteri del segle IV, amb una piscina baptismal que s'ha conservat en molt bones condicions. A l'interior de l'església també s'hi amaguen dues làpides d'època romana, encastades a la paret. Es tracta de dos pedestals, un de l'any 140 d.c. on hi apareix una inscripció segons la qual el Municipi Flavi d'Ègara dedica el monument a l'emperador Antoninus Pius. Aquestes làpides són de gran importància ja que suposen la prova de l'existència d'aquest nucli romà.

L'actual absis de l'església forma part de l'antic edifici del segle VI, i suposa un extraordinari exemple d'arquitectura cristiana d'aquell segle. S'hi conserven pintures murals originals, igual que les de l'església de Sant Miquel, però en millor estat de conservació.

Sant Miquel és l'edificació que menys modificacions ha patit al llarg del temps, i va ser concebut per a dur a terme funcions funeràries. Dins seu conté una cripta subterrània dedicada a Sant Celoni i a l'exterior hi ha nombroses tombes. Comptava amb una galeria exterior actualment desapareguda i l'accés al temple és feia a través de tres entrades, una frontal i dues laterals. Es un edifici de planta quadrada, que conserva gairebé intacta tan l'interior com els murs exteriors. Ressalta la seva cúpula central sostinguda per vuit columnes provinents d'antigues edificacions anteriors al segle VI. A l'absis s'hi poden observar pintures murals originals del segle VI, de gran valor ja que en cap altre punt del continent hi ha aquest tipus de pintures en tal estat de conservació. El retaule gòtic de Sant Miquel, avui exposat a l'espai de l'antiga rectoria, es trobava ubicat davant d'aquestes pintures murals. Obra de Jaume Cirera i Miquel Talarn va ser instal·lat a l'església a mitjans segle XV.

A l'exterior d'on actualment hi ha el centre d'acollida de visitants, a les dependències de l'antiga rectoria, s'hi pot observar una piscina d'uns 30m quadrats, que formava part d'un pati interior, que probablement formava part d'un edifici d'ús residencial destinat al bisbe o altres autoritats durant els segles V i VI. Dins de l'espai d'acollida de visitants, a la part superior hi ha exposats els tres retaules gòtics que al seu moment van estar a les parets de les esglésies de Sant Pere i Sant Miquel. El retaule més destacat és el dedicat als Sants Abdó i Senén, de Jaume Huguet, realitzat cap al 1460, originàriament encarregat per l'altar de Sant Pere. Es conserva en un excel·lent estat de conservació, així com de la vida del sants Cosme i Damià, en una franja inferior.

A mode de resum es detallen els principals elements i singularitats d'aquest conjunt monumental, per tal de saber quines són les característiques que el fan destacar i les que és poden potenciar alhora de crear el producte turístic.

Singularitats de la Seu d'Egara

- Element situat entre els 10 més destacats del romànic català i entre els principals del romànic espanyol. Conjunt de 3 esglésies amb aspecte exterior clarament romànic.

- Pintures murals alt medievals.
- Retaules gòtics de Sant Miquel i dels Sants Abdó i Senén.
- Centenar de tombes.
- Mosaic de la primera meitat del S.V.
- Retaule petri del S.VI-VIII de l'església Sant Pere.
- Forma part de l'itinerari medieval de la ciutat.
- Declarat bé d'Interès Cultural per la Generalitat de Catalunya.
- Premi de Museologia 2011 que concedeix l'Associació de Museòlegs de Catalunya (AMC).
- El principal visitant és resident a Terrassa.
- Els mesos amb més visitants són març, desembre i juny (2012).
- Els mesos amb menys visitants són agost, juliol i febrer (2012).
- No s'ha assolit la xifra de visitants esperada en el Pla Director.
- Espai singular amb capacitat i voluntat d'acollir esdeveniments culturals, turístics i comercials.
- Situada en quatre mercats turístics diferents: preromànic (un dels conjunts més importants de Catalunya i un dels més importants d'Europa), primers segles del cristianisme i el romànic, pintura gòtica i turisme religiós.

5.3.2. Castell-Cartoixa de Vallparadís

El Castell-Cartoixa de Vallparadís es troba situat al mig del nucli urbà de Terrassa, dins del parc de Vallparadís, i s'hi accedeix pel número 17 del carrer Salmerón. Cal pensar que l'entorn més immediat que envolta al castell ha estat alterat amb el pas del temps, i probablement es trobava en una situació molt més estratègica i privilegiada.

Els orígens del castell es remunten a principis del S.XII, quan Berenguer Sanlà i la seva esposa adquiriren del comte de Barcelona la propietat de les terres on construir la seva residència fortificada, creant així la quadra de Vallparadís, territori amb jurisdicció pròpia. La construcció del castell coincideix amb la consagració de l'Església de Santa Maria, el 2 de gener de 1112. D'aquell primer habitatge, n'han quedat alguns murs. Quan l'última persona d'aquella família va quedar sense descendència, va cedir la fortificació i les terres a l'ordre religiós de la cartoixa. Aquesta secessió es va produir l'any 1345, i a partir d'aquell moment el castell s'adaptà a les necessitats d'un monestir, que es va anomenar Sant Jaume de Vallparadís.

Els cartoixans abandonaren el castell durant el S.XV. L'any 1432 la família Setmenat adquireix el castell i l'any 1852 el castell és venut a una important família de fabricants locals, els Maurí, últims propietaris que van utilitzar-ho com a habitatge. L'any 1944 va ser declarat monument històric, i l'any 1947 la família Maurí el va cedir a la ciutat.

Propietaris del Castell	Època
Família Sanlà	1110 - 1344
Ordre dels Cartoixans	1344 - 1413
Ordre del Carme	1413 - 1432
Família Setmenat	1432 - 1852
Família Mauri	1852 - 1947
Ajuntament de Terrassa	Des de 1947

Taula 8. Relació de propietaris del Castell

(Font: Memòria d'excavació de la Generalitat de Catalunya 1988)

Actualment les sales del castell acullen l'exposició permanent i les exposicions temporals del Museu de Terrassa, i és per aquest motiu que es considera la seu principal del Museu de Terrassa. Aquest edifici va començar a utilitzar-se com a espai museístic l'any 1959, amb la inauguració de l'edifici com a *Museo Municipal de Arte*, l'any 1988 es va redactar el Pla de Museus de Terrassa, i l'any 1990 el programa museístic del Museu, passant a inaugurar-se l'exposició permanent l'any 1994. Durant el 2006 es va dur a terme un pla de renovació de la retolació i es va instal·lar una nova senyalització per a l'exposició permanent.

L'exposició permanent (creada des de 1994) està estructurada en diferents àmbits cronològics:

- Medi natural: Inclou la descripció dels tres hàbitats naturals del Vallès (boscos, rieres i torrents i zones agrícoles).
- Prehistòria i món antic: Col·lecció de peces dels jaciments neolítics i ibèrics, i procedents de l'antic municipi flavi d'Ègara.
- Món medieval: Comprèn restes arqueològiques procedents de les esglésies de Sant Pere (Actual Seu d'Ègara) del Castell de Vallparadís i de l'antic Castell Palau de Terrassa, i destaca la talla del segle XIII de la Mare de Déu de Sant Cugat, entre d'altres peces.
- Etapa moderna: Amb objectes i restes de tipus religiós, com retaules dels segles XVII i XVIII.

- Etapa contemporània: S'exposen peces que il·lustren com eren les formes de vida rural i industrial al segle XIX.
- Cultura i societat: Destaca la col·lecció de pintura del segle XX, amb obres de Joaquim Vancells o Joaquim Torres Garcia.

De la col·lecció del museu, destaquen les següents peces:

- La imatge de la Mare de Déu de Sant Cugat. Es tracta d'una talla de fusta romànica de 92 cms d'alçada. Disposa d'una cavitat rectangular a la part posterior del cap, amb tapa, on s'hi va trobar un paquet amb 12 relíquies i deu trossos de pergami escrits en llatí, on s'explica el contingut i l'atribució de les relíquies. L'excepcionalitat de la peça recau en les seves dimensions, de proporcions i decoració equilibrada i en el fet que és una de les poques imatges de la Mare de Deu-reliquiari conservades a Catalunya, i la primera amb data precisa i segura coneguda.
- La Creu Gran (Creu de terme). Creu de 118 x 79 x 35 cms, d'estil gòtic tardà. Una còpia de la peça es troba ubicada al lloc original pel qual va estar feta, a la Plaça de la Creu Gran. Aquest tipus de creu s'erigien en homenatge a Crist, però se'n desconeix el seu ús específic, tot i que podrien combinar un ús religiós i civil, ja que estaven relacionades amb els límits territorials, per això se les coneixia popularment amb el nom de creus de terme.
- Sivella de Coll d'Eres. Peça de bronze, probablement dels voltants del segle VII, de l'època visigòtica.
- Col·lecció de pots de farmàcia dels segles XIV – XIX.
- Col·lecció de pots de rapè i camafeus dels segles XVIII – XIX.
- Sarcòfag romà de plom.

2012 CASTELL CARTOIXA			
MES	Indiv.	En grup	Total
Gener	477	378	855
Febrer	830	224	1.054
Març	734	1.313	1.865
Abril	390	698	1.089
Maig	461	677	1.138
Juny	933	539	1.472
Juliol	183	0	183
Agost	546	24	570
Setembre	1.659	17	1.676
Octubre	916	1.525	1.525
Novembre	554	1.133	1.133

Desembre	337	579	703
TOTAL	8.020	366	13.262

Taula 9: Visitants per mesos al Castell Cartoixa durant l'any 2012

(Font: Àrea de cultura de l'Ajuntament de Terrassa)

Les estadístiques ens indiquen que la visita al castell és molt desigual al llarg de l'any. Sobresurten els mesos de març (1.865 visitants) i els mesos de setembre (1.676 visitants) i octubre (1.525). Per individuals els mesos de més afluència són el setembre (amb gran diferència), seguit de l'octubre i el febrer. El comportament dels grups és una mica diferent. Els mesos on s'han fet més visites per grups són l'octubre, el març i el novembre. Els mesos amb menys afluència són els d'estiu, sobretot juliol i agost. El fet que març i setembre siguin els mesos amb més visitants, pot ser degut a que durant el març hi ha el Festival de Jazz, i es programen activitats molt participatives al Parc Vallparadis, a l'entorn més immediat del castell. Al setembre el museu organitza força activitats culturals als seus espais. No es comptabilitza la procedència d'aquests visitants.

Singularitats del Castell Cartoixa

- Declarat bé d'Interès Cultural per la Generalitat de Catalunya.
- Peces estrella: Talla del segle XIII de la Mare de Déu de Sant Cugat, sivella de Coll d'Eres d'època visigòtica, la Creu Gran, d'estil gòtic tardà.
- La seva ubicació al Parc de Vallparadís, artèria verda de la ciutat.
- Forma part de l'itinerari medieval de la ciutat.
- Els mesos amb més visitants són març, setembre i octubre (2012).
- Els mesos amb menys visitants són juliol (Tancat), agost i desembre (2012).
- El mes de juliol tanca per vacances.

5.3.3. Casa Alegre de Sagrera

Edifici construït a principis del segle XIX, i que funciona com a equipament museístic des de l'any 1973, any en que és adquirit per l'Ajuntament. Està situat al carrer Font Vella número 29, just al centre de la ciutat, en una zona peatonal.

L'actual planta de l'edifici té forma d'U, amb dues ales laterals, i un espai central amb pati, i està format per un soterrani, una planta baixa, un primer pis i unes golfes. Va ser dissenyada l'any 1911 com a habitatge per a una família burgesa, amb certes pinzellades modernistes. Del primer habitatge es conserven tres estances (la sala i dos dormitoris) decorades amb pintures murals originals de Josep Arrau i Estrada, pintor barceloní.

Els principals elements modernistes de l'habitatge es troben a l'interior, dels que en destaquen els treballs de forja, els mosaics, els vitralls emplomats i pintats, les pintures murals i els relleus escultòrics.

Un cop accedim a l'habitatge per l'entrada principal ens trobem en una petita estança que serveix de rebedor i espai d'acollida als visitants, amb un mostrador i una maqueta tàctil de la casa, amb textos en Braille. Des d'aquesta sala es pot accedir a tres espais, al lateral esquerra hi ha el *cuarto* de reixa (o sala d'estar), des del qual és pot accedir al despatx de Francesc Alegre. Si seguim recte accedim al gran saló, dividit en tres espais separats per columnes, aquest espai conté plafons amb pintures murals de Pere Viver i Aymerich. A l'esquerra del vestíbul hi ha la sala dedicada al menjador d'ús diari. Tan aquest menjador, com el *cuarto* de reixa o el despatx tenen finestres que donen al carrer Font Vella.

La sala d'estar o *cuarto* de reixa conserva tota la decoració i mobiliari originals. S'hi exposen quadres d'artistes com Teresa Romero, Alexandre de Riquer, Josep Ros i Coll o Melcior Domenge, entre d'altres. També destaquen les rajoles de la Casa Escofet, Tejera i Cia., de Barcelona. Aquesta sala comunica amb el despatx, el mobiliari del qual prové d'un altre habitatge de la segona meitat del S.XIX.

Des del saló és pot accedir a un lavabo, al menjador, a una galeria envidriada per la que s'accedeix al pati i al pis de dalt, a través d'una gran escalinata. Els murs del saló estan decorats amb plafons de pintures murals realitzades per Pere Viver i Aymerich.

El menjador és un gran espai destinat a celebracions especials. El centre del menjador està ocupat per una llarga taula (que prové de la Torre Salvans), envoltada de cadires, i a l'extrem de la sala, presidint el menjador, hi ha la llar de foc. Tres grans finestrals de l'empresa Maumejéan de Barcelona donen al pati interior. Decoren la sala pintures murals d'Alexandre de Riquer, pintades l'any 1901. A la planta baixa és completa la visita amb el pati, des del qual es pot accedir al jardí, d'estil romàntic francès.

A la primera planta si accedeix per la gran escalinata que surt del saló. La primera planta es divideix en l'ala de serveis, l'ala de dormitoris i les habitacions centrals, aquestes habitacions són la Sala Hernán Cortés, la sala Fèlix Mestre, la Sala Judici de Salomó i la Sala Salvans. La Sala Hernán Cortés és l'espai central del primer pis, que servia per distribuir l'accés als dormitoris. Es tracta d'una sala original i s'hi conserven pintures murals del

segle XIX. Des d'aquesta estança s'accedeix a la sala Salvans, la sala Judici de Salomó i la sala Fèlix Mestre. La sala Salvans, la funció de la qual era la de dormitori principal, acull, des de 1974, una col·lecció de 400 estàtues orientals provinents de la Xina, el Japó i el sud-est asiàtic dels segles XVII al XX. L'estança Sala Fèlix Mestres era el despatx del cap de la família, i conté diverses obres d'aquest pintor català.

L'Ala dreta de l'habitatge era l'ala de servei, on actualment s'hi exposa el fons del dibuixant local Mateu Avellaneda (Terrassa 1902-1949). A l'ala de dormitoris, a l'esquerra de l'edifici, hi ha quatre sales (destinades a dormitoris) i un lavabo. Al final d'aquesta ala hi ha la sala que conté el fons numismàtic del Museu de Terrassa.

2012 CASA ALEGRE DE SAGRERA			
MES	Indiv.	En grup	Total
Gener	751	297	1.048
Febrer	595	707	1.302
Març	866	521	1.387
Abril	340	249	589
Maig	9.920	500	10.420
Juny	1.823	595	2.418
Juliol	983	672	1.655
Agost	0	30	30
Setembre	1.691	115	1.806
Octubre	728	328	1.056
Novembre	391	248	639
Desembre	256	193	449
TOTAL	18.344	4.455	22.799

Taula 10. Visitants per mesos a la Casa Alegre de Sagrera l'any 2012

(Font: Àrea de cultura de l'Ajuntament de Terrassa)

La Casa Alegre de Sagrera, l'espai més visitat del museu, rep la majoria de visites concentrades al mes de maig, coincidint amb la celebració de la Fira Modernista. Després del maig, els mesos de més afluència són el juny (mes de la Festa Major i on s'hi programen moltes activitats) i el setembre, però amb molta diferència.

Per grups, es fan més visites durant els mesos de juliol, juny i març. Quant a visites individuals, guanya el maig, seguit del juny i el setembre. Els mesos més fluixos són l'agost, perquè està tancat per vacances), l'abril i el novembre.

Singularitats de la Casa Alegre de Sagrera

- Ubicada al centre de la ciutat.
- És l'espai més visitat del museu.

- Forma part de l'itinerari industrial i modernista.
- Escenari emblemàtic durant la celebració de la Fira Modernista.
- Els mesos amb més visitants són maig (Fira Modernista), juny i setembre (2012).
- Els mesos amb menys visitants són agost (Tancat), desembre i abril (2012).
- El mes d'agost tanca per vacances.

5.3.4. Claustre del Convent de Sant Francesc

El convent de Sant Francesc d'Assís, va ser bastit a començaments del segle XVII (1609-1612) i abandonat l'any 1835, que va passar a mans del consistori. Va pertànyer a l'ordre de frares recol·lectes i està situat a la Plaça Doctor Robert, a prop del Parc Vallparadís i el Castell Cartoixa. Conté un dels conjunts més importants de ceràmica catalana de Catalunya.

Es van dur a terme diverses reformes fins l'any 1907, i s'hi va construir la presó de l'estat. Al 1869 es converteix en hospital i Casa de la Caritat de Sant Llàtzer. Des de principis del segle XX i fins l'any 1989 l'edifici segueix patint reformes i transformacions. Aquell any, en motiu d'una intervenció arqueològica queden al descobert les diverses fases constructives de l'edifici i la presència de ceràmica als carcanyols de les voltes de la planta baixa del claustre. Actualment els elements que s'han conservat de l'edifici original són l'església, el claustre i dos murs de tancament exterior. No existeix massa informació sobre la distribució de la resta d'espais del convent. L'espai claustral és l'únic element obert als visitants i forma part del Museu de Terrassa. És un espai de planta quadrada de 20 x 20 metres, amb un pati interior de 13 x 13, i amb dues plantes superiors amb galeries d'arcs tancats per finestres.

Els plafons ceràmics del seu interior van ser fets entre 1671 i 1673, i es tracta de peces semicirculars formades per rajoles pintades, cuites i disposades en files. Hi ha un total de 26 plafons on es representa la llegenda de Sant Francesc d'Assís, des de la fundació dels 3 ordres, fins a la seva mort i canonització. Hi ha dos plafons que són de caràcter ornamental.

La realització d'aquests plafons s'ha atribuït a l'escudeller Llorenç Passoles de Barcelona, i va ser Salvador Alavedra qui va fer el primer pas de dignificar-ne les peces l'any 1976 i associar-les a aquest artista. Llorenç Passoles va ser una figura cabdal en l'art ceràmic català del segle XVII.

La importància d'aquests plafons rau en diversos motius, el primer és per l'alta qualitat de l'obra, també pel seu estat de conservació, que tot i la fragilitat dels seus elements ens ha arribat en molt bon estat fins als nostres dies. No hi ha cap museu que pugui dir que té una col·lecció de plafons ceràmics d'aquesta vàlua. Es tracta d'un exemplar preferent en el seu estil, i el fet que estigui ubicat en el lloc original pel qual van ser dissenyat li afegeix més valor encara. Es tracta d'una de les poques mostres d'art del segle XVII que conserva la ciutat de Terrassa. La seva ubicació (a les galeries d'un claustre) fa que es puguin admirar perfectament a la llum natural que proporciona el pati.

Pere de Fizes, castlà del Castell de Terrassa, va ser el promotor d'aquesta decoració, i a tots els plafons hi apareix el seu escut d'armes.

Destaquen també les obres d'ampliació que va patir l'edifici a càrrec de lluis Muncunill (1907), degut a la construcció del Seguro Terrasense, que més tard es convertir en la Clinica del Remei. Posteriorment al 1989, l'espai de l'antic convent és rehabilitat a través de la Funerària Municipal, i és aquí quan es posen al descobert les ceràmiques als carcanyols de les voltes de la planta baixa.

El programa decoratiu del conjunt ceràmic conté les següents escenes:

Galeria oest: Conversió de Francesc de Bernardone

1. El naixement de Francesc en una establia
2. L'homenatge del mantell al jove Francesc
3. El somni de glòries militars
4. La primera visió de Crist crucificat
5. La Verge Maria lliura el Nen Jesús a Francesc
6. La renúncia als béns terrenals

Galeria sud: Aprovació i ampliació de l'orde

7. Plafó ornamental amb l'escut de Pere de Fizes
8. Els somnis del papa Innocenci III
9. Francesc enmig de Pere i Pau a Roma
10. La revelació del crucifix de sant Damiano
11. Confirmació de la indulgència plenària a la Porciúncula
12. La conversió de fra Pacífic
13. La temptació de la carn i de la família

Galeria est: Penitències i miracles del Pobrissó

14. Francesc bastonejat per diables i confortat per un àngel
15. La prèdica de Francesc a les aus i als peixos
16. La conversió de l'aigua d'un pou en vi
17. L'amor diví abrusa Francesc d'Assís
18. Francesc refrega el seu cos en uns esbarzers
19. Francesc exhibit nu pels carrers d'Assís

Galeria nord: Humilitat de Francesc

20. Plafó ornamental amb l'escut de Pere de Fizes
21. L'extrema humilitat del sant d'Assís
22. L'estigmatització de Francesc
23. La mort de Francesc i la seva recepció celestial
24. La visió de Francesc en un carro de foc
25. Francesc alliberant ànimes del purgatori
26. Descobriment del cos incorrupte de Francesc

Cada lluneta o plafó ceràmic està format per unes 110 rajoles quadrades, d'uns 13 cms, pintades i encaixades en fileres. El conjunt presenta certs trets en comú, que són:

- Rajoles ben conservades i de bona qualitat.
- Presenten característiques pròpies del taller on van estar fets i que els diferencien d'altres tallers de Barcelona.
- Les ambientacions de les il·lustracions són molt acurades, correctes i detallades, i els colors s'han preservat amb gran qualitat.
- Hi ha dos plafons en mal estat on hi falten rajoles (nº5 i 20).

En total hi ha unes 3.000 rajoles policromades.

El claustre del convent de Sant Francesc s'incorpora al Museu el 2003, després de la seva rehabilitació. El museu i l'oficina de turisme són els encarregats de gestionar les visites a l'espai.

2012			
CLAUSTRE DE SANT FRANCESC			
MES	Indiv.	En grup	Total
Gener	118	0	118
Febrer	131	15	146
Març	58	25	83
Abril	55	0	55
Maig	230	0	230
Juny	110	0	110
Juliol	105	0	105
Agost	27	0	27
Setembre	113	0	113
Octubre	107	0	107
Novembre	362	76	438
Desembre	668	0	668
TOTAL	2.084	116	2.200

Taula 11. Visitants per mesos al Claustre de Sant Francesc l'any 2012

(Font: Àrea de cultura de l'Ajuntament de Terrassa)

El Claustre és l'espai menys visitat del museu. Els mesos amb més aflluència són el desembre, el novembre i el maig. Es un espai poc freqüentat per grups, la majoria de visites comptabilitzades han estat realitzades per individuals. Els grups només han visitat l'espai durant tres mesos, el febrer, el març i el novembre. Quant a visites d'individuals els mesos de més aflluència són el desembre, el novembre i el maig. El mes de maig torna a ser un dels mesos amb més aflluència, fet que constata la importància de l'esdeveniment de la Fira Modernista. El control de visitants d'aquest espai no és massa fiable, ja que no hi ha personal del museu, i ho realitzen des de la fundació que treballa al primer pis.

Singularitats del claustre del Convent de Sant Francesc

- No disposa de personal d'atenció al públic, l'entrada és lliure.
- És l'espai menys visitat del museu.
- Col·lecció de vint-i-sis plafons ceràmics policroms fets entre 1671 i 1673.
- Representa un dels conjunts més valuosos de ceràmica catalana del segle XVII.
- No hi ha informació in-situ de les peces.
- Els mesos amb més visitants són desembre, novembre i maig (2012).
- Els mesos amb menys visitants són agost, abril i març (2012).
- Tanca tres setmanes a l'agost per vacances.

5.3.5. Torre de Palau i Centre d'Interpretació i de la Vila Medieval de Terrassa

La Torre del Palau (juntament amb la Seu d'Ègara i el Castell-Cartoixa de Vallparadís) és declarada Bé d'Interès Cultural per la Generalitat de Catalunya l'any 1986. Va ser documentada per primer cop l'any 1016, i al 1990 és cedida a l'Ajuntament i s'inicien les obres de remodelació, adequació i excavació arqueològica. L'any 1994 s'obre al públic a través de visites concertades.

És l'edifici més emblemàtic de la ciutat perquè és el referent visible de la vila medieval de Terrassa, origen de la ciutat actual, i un dels pocs elements conservats de l'antic Castell Palau, edificat a partir del segle XII, a partir del qual es va anar poblant el que acabaria sent la Terrassa actual. No hi ha constància de la primera distribució urbanística, però dels segles XIII al XV hi ha constància d'un nucli central amb tres carrers principals i una plaça on s'hi concentraven els centres de poder: el castell-palau, l'església i el mercat. La vila estava rodejada d'una muralla defensiva, amb les seves corresponents torres i portes d'entrada. De l'antic castell no en consten restes arqueològiques ni documents, però s'esmenten l'existència de certs elements, com la torre, el claustre, l'escripcia, o les cases del castell. La façana donaria a l'actual Plaça Vella, i a darrera l'edifici hi hauria les hortes.

La Torre de Palau es tracta d'un edifici romànic de forma cilíndrica, de 26,7 m d'alçada i 7,5 m de diàmetre a la base. Compta amb un finestral gòtic del segle XVI, i al Castell de Vallparadís s'hi conserven altres finestres i portals gòtics originals. Està dividit en quatre nivells, el soterrat, la primera planta i dos nivells superiors. El coronament emmerlat és fruit d'una actuació posterior, de l'arquitecte municipal Lluís Muncunill, realitzada a finals del segle XIX.

A la baixa edat mitjana, el castell presideix la vila i és la residència del castlà. A partir del segle XVI la vila viurà una època prospera, que també es veurà reflectida en el castell amb la presència de nous elements constructius, que actualment es conserven al museu. La Torre també va ser reformada i les seves finestres decorades amb arcs rebaixats d'estil gòtic. Durant la Guerra dels Segadors, el Castell Palau va ser dipòsit militar, fàbrica de moneda, i durant els primers mesos de 1651, seu de la Generalitat de Catalunya. L'any 1661 el castell fou venut a un comercial barceloní, però la Torre va mantenir la seva funció de presó fins a principis del segle XIX.

El Centre d'Interpretació de la Vila Medieval està situat a la mateixa plaça de la Torre, i permet conèixer els orígens de la vila medieval de Terrassa a través d'un audiovisual, així

com a través d'una visita a la part del fossat de la vila dels S.XIII i XIV, a una galeria subterrània, a una fresquera del 1907 i a un forn de coure pa del 1839. El contingut de l'audiovisual ofereix un recorregut històric des dels orígens de la primitiva torre de defensa existent al segle IX fins a l'actualitat, repassant les diferents etapes i transformacions de l'espai.

Itinerari de visita recomanat des de la web del museu és el següent:

- 1) Centre d'Interpretació de la Vila Medieval de Terrassa
 - Audiovisual
 - Soterrani de la casa Torrella
 - Fresquera
 - Tram del fossat
 - Galeria subterrània
 - Soterrani de la casa Piñol
 - Forn de coure pa
- 2) Fragment de Muralla
- 3) Torre de la muralla
- 4) Torre del Palau
- 5) Pilastra del claustre del Castell Palau
- 6) Senyalització del fossat de la vila

El Centre d'Interpretació està ubicat a la mateixa plaça de la Torre de Palau, a la planta baixa de la Casa Geis, o la casa d'Antoni Josep Torrella i Maurí, habitatge construït per Lluís Muncunill l'any 1907. A la Plaça Vella i al Raval hi ha senyalitzat al paviment el tram del fossat que passava per aquesta zona, i a l'interior d'un establiment comercial ubicat entre l'encreuament del carrer Cremat i la Plaça Vella s'hi poden veure les restes del claustre del Castell Palau.

2012 TORRE DE PALAU			
MES	Indiv.	En grup	Total
Gener	144	0	144
Febrer	0	0	0
Març	0	165	165
Abril	0	36	36
Maig	0	46	46
Juny	0	77	77
Juliol	221	0	221
Agost	24	0	24

Setembre	91	0	91
Octubre	0	54	54
Novembre	0	104	104
Desembre	36	146	182
TOTAL	516	628	1.144

Taula 12. Visitants per mesos a la Torre de Palau l'any 2012

(Font: Àrea de cultura de l'Ajuntament de Terrassa)

La Torre de Palau, al ser un espai només visitable amb reserva prèvia, és el monument amb més visitants en grup que individuals. Els mesos amb més entrades es concentren al juliol, i al gener, tot i que durant set mesos a l'any no hi ha comptabilitzada cap visita. Per grups es concentren les entrades a la primavera i a l'hivern. Els mesos de més afluència de grups són el març i el desembre.

Singularitats de la Torre de Palau

- Construcció d'estil romànic.
- Declarat bé d'Interès Cultural de la Generalitat de Catalunya.
- És l'únic vestigi monumental visible de la vila medieval de Terrassa.
- La seva ubicació en ple centre comercial.
- Forma part de l'itinerari medieval de la ciutat.
- Només obre per visites guiades amb reserva prèvia.
- Els mesos amb més visitants són juliol (Festa Major), desembre i març (2012).
- Els mesos amb menys visitants són febrer, agost i abril (2012).

5.4. La gestió turística del Museu de Terrassa

El MdT no disposa de cap persona responsable de la gestió de públics turístics ni cap departament que es dediqui a la creació de productes i activitats per a aquest col·lectiu en concret. La difusora, que també és qui gestiona tota la part educativa del museu, és la que fa tasques de gestió turística i està en contacte amb el sector, fa tasques de publicitat, comunicació, màrqueting i gestió d'activitats. Les seves principals funcions són:

- Dinamització de les exposicions permanents i temporals
- Elaboració de material didàctic
- Disseny, execució i desenvolupament de l'oferta regular d'activitats
- Assessorament i orientació a mestres i professors

Els productes turístics organitzats directament pel museu són les visites guiades i els itineraris. En els últims mesos han començat a organitzar també algunes jornades fotogràfiques, com trobades d'Instagram, o rutes guiades fotogràfiques. També s'organitzen actes culturals com lectures dramatitzades, concerts, conferències i jornades de portes obertes. Tenen un extens programa d'activitats dirigides al públic familiar i infantil, que es basen sobretot en tallers i activitats manuals al voltant de festivitats o personatges relacionats amb el patrimoni. També es programen activitats de formació i cursos al voltant del patrimoni, com el "I Cicle de cultura Medieval", inaugurat recentment.

Tallers, itineraris i visites guiades 2012	Núm.	%
Seu d'Ègara. Esglésies de Sant Pere	84	18,18
Castell-Cartoixa de Vallparadís	24	5,19
Casa Alegre de Sagrera	29	6,28
Torre de palau i CIVMT	21	4,55
Claustre del convent de Sant Francesc	5	1,08
Itinerari Medieval	23	4,98
Itinerari Modernista	21	4,55
Itinerari Industrial	4	0,87
Itineraris i visites especials	25	5,41
Un dia en la vida dels obrers i de les obreres del tèxtil	1	0,22
Taller Eines i foc	25	5,41
Taller Construïm la Torre del Palau medieval de Terrassa	15	3,52
Visita Una casa molt alegre	16	3,46
Visita Un castell de conte	44	9,52
Visita Valentí, cara de pi	3	0,65
Taller El vitrall modernista	8	1,73
Visita al Cementiri Municipal	3	0,65
Visita Què hi pintes a la vila?	6	1,3
Itinerari La guerra civil espanyola a Terrassa	6	1,3
Tallers a mida i especials	51	11,04
Taller Va de retrats!	3	0,65
Itinerari romànic i gòtic	3	0,65
Toc, toc Déu vos Guard!	4	0,87
Un xic de la història de la Seu d'Ègara	3	0,65

Teatre Principal	2	0,43
Visita Amics de la Casa Alegre	2	0,43
Visita L'aventura de l'art	2	0,43
Visita El retaule de Sant Nin i Sant Non	6	1,3
Visita Terrassa ciutat d'art	2	0,43
Taller L'escriptura dels ibers	2	0,43
Taller La vila d'època moderna. Fem rajoles d'arts i oficis!	3	0,65
Total	446	96,81

Taula 15. Llistat d'activitats fixes programades pel servei educatiu del museu l'any 2012

(Font: Museu de Terrassa)

El desenvolupament i disseny dels tallers educatius van a càrrec de l'empresa Arqueolític SC des de 2003, la qual s'encarrega també de gestionar el servei de monitoratge i l'agenda d'activitats. Tal i com s'observa a la taula anterior, de tota la programació d'activitats, la més demandada ha estat la visita a la Seu d'Ègara (18,18%), seguit dels tallers a mida (11,04%) i la visita a la Casa Alegre (6,285).

Els elements del MdT també formen part d'altres itineraris com la Ruta Medieval i la Ruta Industrial i Modernista de Terrassa, juntament amb el mNACTEC, el CDMT i altres edificis de la ciutat. El museu també col·labora amb la Oficina de Turisme facilitant l'accés a les seves instal·lacions per al desenvolupament de les visites guiades que es programen i altres accions com presentacions de campanyes turístiques o rodes de premsa. També participa activament en la organització de dos dels esdeveniments turístics més representatius de la ciutat, com són el Festival de Jazz i la Fira Modernista.

Hi ha un article del director del museu, Domènec Ferran, de l'any 1995, titulat "Museu de Terrassa. Difusió i activitats", en la que es fa un repàs de totes les accions que s'han anat realitzant al museu des de 1989 per tal de difondre el seu patrimoni. Es curiós veure com en cap cas parla de turisme. Les primeres activitats de difusió van ser les exposicions temporals, i es destaca l'activitat "28 de març de 1918", un joc d'ambientació, que es va organitzar conjuntament amb el Museu Tèxtil durant el 28 de març de 1993. Aquesta activitat consistia en dues accions, la primera va ser una escenificació amb un grup de 30 actors, que van representar la vida d'un obrer de la indústria tèxtil de Terrassa i la seva família durant tota una jornada, des de que es desperten fins que se'n van a dormir, passant per diversos escenaris de la ciutat (estació de ferrocarril, fàbrica, herbolari, forn, etc), amb un guió establert. La segona acció va ser un joc, amb un centenar de participants

agrupats en equips, que havien de superar diverses proves en els diferents escenaris de la teatralització, com per exemple teixir un tros de tela, representar alguna escena dels actors, calcular la capacitat d'un magatzem de llana, etc. L'activitat també incloïa un dinar de l'època. La novetat i l'eventualitat de l'acte van fer que fos un èxit, i l'experiència va evolucionar, i a la memòria de l'any 1999 hi trobem una activitat similar, anomenada "Un viatge imaginari per la Terrassa de començament de segle XX. Un dia de fa 100 anys" en la que es va recrear amb actors la vida dels obrers i burgesos vinculats a la indústria tèxtil. Aquest any 2014, en motiu del Dia Internacional del treball, el museu programa l'activitat "Un dia en la vida de l'obrer i l'obrera del tèxtil", un recorregut guiat per diferents espais industrials, públics i privats de Terrassa freqüentats per la classe obrera.

L'any 2003 es va celebrar per primer cop La Fira Modernista de Terrassa, i ha arribat als 100.000 visitants en les últimes edicions. La presència del mNACTEC, i les construccions modernistes que resten a la ciutat fruit del moment de prosperitat que va viure Terrassa a finals del segle XIX, amb el tèxtil com a motor econòmic de la ciutat, formen l'escenari a partir del qual s'estructura aquesta festa, organitzada als seus inicis per l'Àrea de Comerç i Fires de l'Ajuntament. El Museu hi participa organitzant visites guiades i cedint l'espai de la Casa Alegre per a la realització d'actes.

El turisme industrial també és un dels productes turístics amb més difusió de Terrassa, degut a l'ampli patrimoni industrial que conserva la ciutat, que alhora és la seu de la Xarxa XATIC (Xarxa de Turisme Industrial de Catalunya), creada l'any 2006. El museu participa en aquest producte a través de la Casa Alegre de Sagrera, espai que forma part d'aquesta xarxa.

Durant l'any 2013 es va dissenyar un programa d'activitats específic a la Seu d'Egara que incloïa tan esdeveniments de turisme cultural com esdeveniments de turisme religiós. Es van celebrar misses catòliques, misses de ritu hispano-mossàrab, actes en memòria dels difunts enterrats al recinte, meditacions (sobre la redempció de la mort), concert de Tots Sants, litúrgia del cicle de Nadal, tallers infantils a l'estiu i per Nadal, lectures dramatitzades, concerts de música sacra, *gospel* o música clàssica, visites guiades nocturnes o converses amb el rector.

El sector museístic de Terrassa està força cohesionat, i tot i que el mNACTEC és el principal museu en quant a repercussió i volum de visitants, tots ells treballen

conjuntament en molts moments de l'any, i formen part dels productes turístics de la ciutat, ja que el patrimoni més important de Terrassa forma part d'aquestes institucions. El Museu Nacional de Ciència i Tècnica de Catalunya és l'espai més visitat de la ciutat, amb 78.598 visitants anuals, segons s'extreu de l'Anuari estadístic de Turisme de Barcelona i província 2012 realitzat per la Diputació de Barcelona. Aquest museu és el segon més visitat de la demarcació (sense incloure els de la ciutat de Barcelona), per darrera del Museu de Badalona.

MUSEUS DE TERRASSA	Any 2012
Museu Nacional de Ciència i Tècnica de Catalunya (mNACTEC)	78.598
Museu de Terrassa	55.218
Centre de Documentació i Museu Tèxtil (CDMT)	11.120

Taula 13. Total de visitants als museus de Terrassa

(Font: Elaboració pròpia a partir de la informació dels museus)

El Centre de Documentació i Museu Tèxtil (CDMT) durant el 2012 va rebre 11.120 visitants, i el Museu de Terrassa 55.218; durant aquell any, de tots els espais del museu, la Casa Alegre de Sagrera va ser la més visitada. Això pot ser degut a dos motius, la ubicació cèntrica de l'habitatge, que en facilita la seva visita, i el fet que és un dels recursos més importants de la Fira Modernista, un dels esdeveniments més emblemàtics i participatius de Terrassa. Durant aquest esdeveniment la Casa Alegre de Sagrera es pot visitar de manera gratuïta. A simple vista podríem suposar que la Seu d'Ègara és l'element més visitat, però només va superar a la Casa Alegre de Sagrera en nombre de visitants l'any 2009, any en que es va inaugurar després de les reformes.

SECCIONS	2012	2011	2010	2009	2008
Castell-Cartoixa	13.262	14.770	19.846	17.115	13.308
Casa Alegre de Sagrera	22.799	24.440	20.812	22.839	19.435
Seu d'Ègara	15.813	13.978	18.474	23.957	10.478
Torre de Palau	1.144	596	1.627	105	1.065
Claustre Sant Francesc	2.200	1.429	1.618	2.122	2.458
Total	55.218	55.213	62.377	66.138	46.744

Taula 14. Total de visitants a les seus del MdT (Font: Memòries anuals Ajuntament)

Els tres espais estrella són la Casa Alegre, la Seu d'Egara i el Castell Cartoixa. Tal i com ens indiquen les dades de visitants del Museu de l'any 2012. La secció més visitada va ser la Casa Alegre de Sagrera, seguit de la Seu d'Egara, el Castell Cartoixa, el Claustre de Sant Francesc i per últim la Torre de Palau. Els elements del MdT no és visiten conjuntament, no formen un producte global, ni és presenten de manera enllaçada i la seva ubicació a diferents espais de la ciutat col·laboren en aquest fet. Tampoc estan integrats dins d'una ruta conjunta, la ruta medieval és la única que enllaça tres dels cinc elements patrimonials. Cada una de les seccions del museu funcionen com a node per separat.

Quant a relacions externes, el museu col·labora i té presència dins d'entitats, institucions, fundacions, o xarxes relacionades amb els museus, el turisme, el patrimoni o la cultura. Aquestes relacions ajuden a promocionar i difondre el seu patrimoni, alhora que permeten enfortir les institucions que s'hi relacionen. Segons s'extreu de la memòria de l'entitat l'any 2011, el MdT col·labora de manera fixa amb les següents institucions:

- Direcció General del Patrimoni Cultural de la Generalitat de Catalunya: Presència de material promocional del museu al Punt de Difusió del Patrimoni Cultural del Palau Moja.
- ICOM (Consell Internacional de Museus): El MdT és soci de la institució amb el número 39.219, des de l'abril de 2003.
- Fundació Castells de Catalunya: La secció del Castell Cartoixa forma part d'aquesta fundació.
- Parròquia de Sant Pere: Col·laboració en la organització del cicle de música sacra celebrat a la Seu d'Egara durant una setmana d'octubre.
- *Réseau Art Nouveau Network* (Projecte Art Nouveau & Ecologie): La ciutat de Terrassa va ser sòcia fundadora de la Xarxa *Réseau Art Nouveau*, que té per objectiu la difusió del patrimoni Art Nouveau europeu, així com la promoció de la recerca en aquest àmbit.
- Servei de biblioteques de la Diputació de Barcelona: S'ofereixen descomptes i avantatges als visitants que mostrin el carnet de biblioteques de la xarxa. Per altre banda la Diputació de Barcelona difon els museu i les seves activitats a la web de biblioteques. El MdT també ofereix un descompte del 10% en la compra de publicacions mostrant aquest carnet.
- Targeta acreditativa a la discapacitat de la Generalitat de Catalunya: Els usuaris d'aquesta targeta gaudeixen d'avantatges i beneficis en diversos àmbits, inclòs el cultural. El MdT hi participa donant a conèixer els seus avantatges a través de la web de la Generalitat.

- Turisme de Catalunya: A la web de Turisme de Catalunya el MdT hi té presència a través d'una fitxa informativa.
- Turisme per a tothom: Programa de l'Agència Catalana de Turisme que promou el turisme accessible. El MdT a través de "La Seu d'Ègara" hi col·labora a l'apartat "Turisme Industrial Accessible".
- Xarxa de Museus d'Història i Monuments de Catalunya: El MdT forma part d'aquesta xarxa que aplega diversos museus d'història municipals, amb l'objectiu d'articular polítiques comuns de protecció, conservació i difusió del patrimoni.
- Xarxa de Museus Locals: El MdT ha col·laborat amb l'entitat en la realització de diverses accions, com l'edició de fulletons, l'organització d'activitats o la realització d'un directori.

Tot i la importància dels museus dins de l'oferta turística de qualsevol municipi, és difícil trobar literatura relacionada amb museus i turisme. Si que hi ha més volum d'informació sobre la relació patrimoni i turisme, però en el cas específic de les institucions museístiques, encara avui és troba molta més informació destinada a la gestió dels públics educatiu i local que no pas el turístic. Les institucions internacional (ICOM, OMT) reconeixen la importància dels museus dins dels viatges, i en alguns casos suposen el motiu principal del desplaçament, a Catalunya tindríem l'exemple del Museu de Dalí a Figueres. Però no és el cas que ens ocupa, el MdT, una institució de caràcter local, amb pocs recursos econòmics i ubicat en una ciutat amb poc públic turístic, cal que aprofiti el potencial demogràfic de la zona per atraure el visitant de dia.

Pet tal d'aconseguir arribar al públic turístic, els propis museus o institucions relacionades han creat diversos productes per tal de facilitar l'entrada als seus equipaments, com targetes de descompte o entrades conjuntes, per citar dos dels casos més comuns. En quant a productes turístics relacionats amb els museus, a Catalunya destaquen algunes iniciatives, que val la pena tenir en compte. A continuació se'n descriuen les més destacades:

- **Club Cultura**

Iniciativa de l'Agència catalana de Turisme, que agrupa empreses i institucions vinculades amb la cultura, i que té per objectiu l'ajuda a la comercialització i la promoció turística cultural. Entre els seus membres hi ha més de 100 empreses i entitats adherides, i més de 30 equipaments museístics, entre els quals hi ha el mNACTEC. El principal avantatge de pertànyer a aquest club és que els seus membre poden formar part en accions de promoció i comercialització, que de manera individual seria molt complicat participar.

- **Articket**

Es tracta d'una entrada conjunta que permet visitar els sis museus d'art més representatius de la ciutat de Barcelona, el MNAC, el MACBA, la Fundació Joan Miró, la Fundació Antoni Tàpies, el CCCB i el Museu Picasso. És vàlid durant 3 mesos i té un cost de 30 euros.

- **Arqueoticket**

Entrada conjunta per accedir als cinc museus amb fons arqueològic de Barcelona, el seu cost és de 13 euros.

- **Bus turístic de Barcelona (Descomptes)**

Amb el tiquet del Bus Turístic de Turisme de Barcelona, s'aconsegueix un talonari de descomptes amb un estalvi de més de 200 euros, entre els que hi ha entrades a diversos museus i monuments de la ciutat.

- **Museu d'Història de Catalunya (MHC)**

El MHC ha dissenyat una aplicació mòbil on es presenta tot el patrimoni gestionat per ell i repartir pel territori català. Amb informació bàsica sobre cada espai (horaris, preus, serveis, com arribar-hi), activitats i imatges. És compatible amb dispositius android i iphones.

- **Gironamuseus**

Carnet que permet visitar els sis museus de Girona a preus reduïts. Es pot aconseguir en qualsevol dels museus i té vigència per sis mesos. Amb aquest carnet l'entrada al primer museu que s'entri és paga el total de l'entrada, i a la resta s'hi aplica el 50% de descompte.

- **Barcelona Card**

Es tracta d'una targeta turística promoguda per Barcelona Turisme, semblant a una targeta de crèdit, que inclou ús limitat del transport públic, descomptes en entrades a museus i monuments i ofertes en visites guiades, excursions, oci o compres. Es presenta acompanyada d'una guia de la ciutat traduïda a sis idiomes.

De moment, el museu de Terrassa no s'acull en cap producte d'aquest tipus, tot i que forma part de la Xarxa de Museus Locals, la Xarxa de Museus d'Història i Monuments de Catalunya i el programa "Turisme per a tothom" de l'Agència Catalana de Turisme. No s'han trobat productes d'aquesta tipologia en els que el museu s'hi pugui acollir. A nivell de comarca, el Consorci de Turisme del Baix Llobregat ha creat uns vals de descompte que s'ofereixen a les oficines de turisme, amb ofertes i preus especials als espais museístics i d'oci de la comarca (Cripta Gaudí, Parc Arqueològic de les Mines de Gavà, Coves del salnitre o Museu de Montserrat entre altres). Aquests vals es presenten en un fulletó d'on pots anar-los arrencant. Aquesta es una acció conjunta de diversos espais que s'ajuden

entre si per arribar al màxim de públic, i que de manera individual els seria molt difícil arribar.

Vista la gestió del públic turístic i les principals característiques patrimonials de la institució, s'ha realitzat un breu anàlisi DAFO, que més endavant és completa amb l'anàlisi general.

D.A.F.O. GESTIÓ MUSEU DE TERRASSA	
Debitats	Fortaleses
Els elements del MdT no formen un producte global.	Ric en patrimoni i història.
Espais ubicats en diferents ubicacions de la ciutat.	Elements i monuments molt variats.
Falta d'un node suficientment fort i atractiu.	Permet viatjar en el temps. Els elements patrimonials que conformen el museu permeten explicar l'evolució històrica de la ciutat de Terrassa (Des de la prehistòria fins a l'actualitat, passant per totes les èpoques històriques).
Instal·lacions obsoletes en alguns espais	Extens programa educatiu.
Falta de personal.	
Poca formació en l'àmbit turístic del personal.	
Falta de recollida de dades estadístiques de visitants.	
Pocs visitants estrangers.	
Falta de productes turístics.	
Amenaces	Oportunitats
Poca afluència de visitants.	La proximitat amb Barcelona.
El mNACTEC atrau molts més visitants.	La Fira Modernista i el Festival de Jazz com a esdeveniments d'atracció de visitants.
Crisi econòmica i falta de recursos econòmics.	Infraestructures adequades per a la realització d'esdeveniments i activitats.
	La seva ubicació cèntrica i propera al Parc de Vallparadís.

Taula 16. Anàlisi DAFO de la gestió del Museu de Terrassa (Elaboració pròpia)

6. Desenvolupament del treball. Anàlisi del museu.

En aquest apartat s'analitzen els aspectes del museu més directament relacionats amb la gestió del públic turístic. S'ha dividit en quatre capítols, cada un dedicat a un paràmetre. El primer és el de l'accessibilitat, on s'analitzen la situació i accessos dels monuments, la senyalització externa, els horaris, i les tarifes i canals de venda d'entrada. En segon lloc s'examinen les eines d'interpretació, com la visita guiada, l'audioguia, els plafons i suports explicatius, i els fulletons i publicacions. El tercer capítol és el dedicat a la promoció, on s'analitza quin ús se'n fa de la publicitat, la web, les xarxes socials, el marxandatge, i quins són els esdeveniments i experiències programades. Per últim és fa un anàlisi de la imatge emesa en guies turístiques, premsa, pàgines web, xarxes socials, materials impresos i notícies generades en premsa.

6.1. Gestió de l'accessibilitat

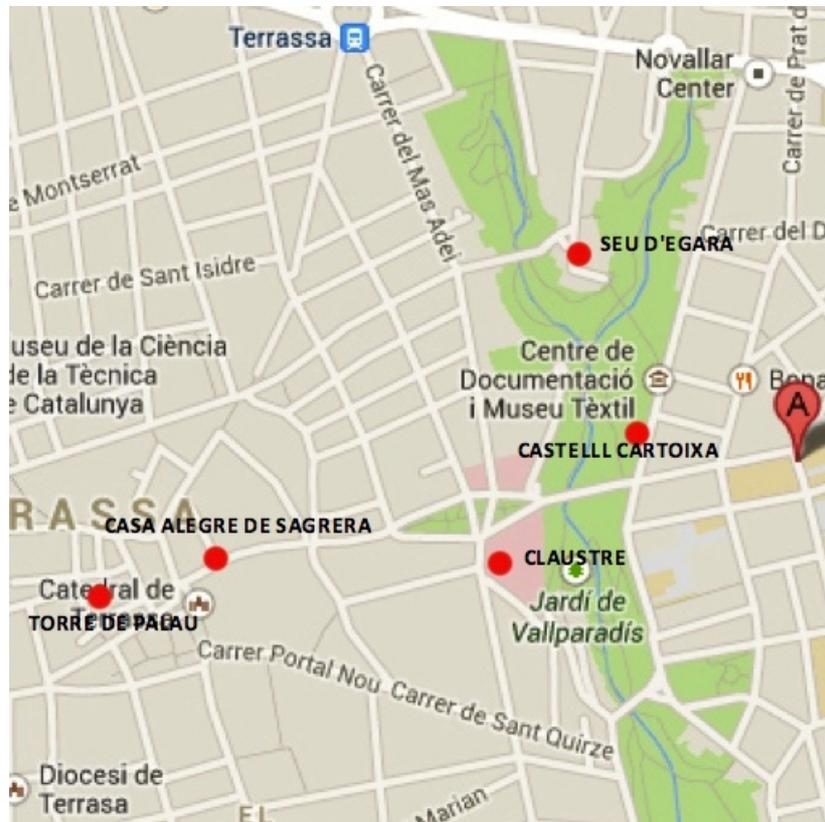
Alguns dels aspectes que més influeixen en l'experiència del visitants als espais turístics, entre d'altres, són el trajecte per arribar i l'accessibilitat als serveis, segons s'exposa al "Estudi de la imatge i pla de comunicació de la Catedral de Girona" (2005). La bona accessibilitat a un espai depèn de tots aquells aspectes que faciliten la visita a l'espai i el trajecte per arribar-hi, com són la senyalització, la qualitat dels accessos, els horaris, les tarifes o els canals de venda. L'accessibilitat al patrimoni urbà, a més a més, ha de tenir en compte factors com l'estacionalitat, o la segmentació de públics, ja que és pot haver de dirigir a molta diversitat d'usuaris amb diverses necessitats, persones amb mobilitat reduïda, disminuïts físics o psíquics, diverses nacionalitats que utilitzen altres idiomes que no són el propi del país, grups nombrosos, etc.

Aquest apartat s'ha estructurar en quatre apartats: situació i accessos, senyalització, horaris, i tarifes i canals de venda. Les dades d'aquest capítol han estat extretes a partir de visites in situ als espais i consultant la pròpia institució.

6.1.1. Situació i accessos

El Museu de Terrassa no té una seu física, sinó que es divideix en diferents seus ubicades arreu de la ciutat. Conformen el Museu de Terrassa: La Seu d'Ègara (o el conjunt de les Esglésies de Sant Pere), el Castell-Cartoixa de Vallparadís, la Casa Alegre de Sagrera, el claustre del Convent de Sant Francesc i la Torre de Palau i Centre d'Interpretació de la Vila Medieval de Terrassa. La direcció i els serveis del Museu estan ubicats al centre de la ciutat, just al costat de la casa Alegre de Sagrera, però el Castell-Cartoixa de Vallparadís es

considera sovint la seu principal del Museu perquè actualment acull l'exposició permanent i les exposicions temporals.



Gràfic 4: Ubicació dels diferents espais que formen el Museu de Terrassa

(Font: Elaboració pròpia a partir de *Google maps*)

Si agrupéssim els cinc elements que formen el museu segons la seva ubicació dins de la ciutat, ens sortirien dos espais clarament diferenciats, dos d'ells estan ubicats al centre històric i comercial (Torre de Palau i Casa Alegre de Sagrera), i els altres tres al Parc de Vallparadís (Claustre, castell i Seu d'Ègara), dividida entre els barris de Sant Pere i centre. És relativament senzill arribar caminant d'un lloc a l'altre, des dels dos punts més separats entre si (Torre de Palau i Seu d'Ègara) no hi tindríem més de vint minuts.

Anem a veure espai per espai, on estan situats els elements, com és el seu entorn més immediat i com s'ha gestionat l'accessibilitat a cada un d'ells.

La Seu d'Ègara actualment és un recinte tancat, està situat en un punt elevat de la ciutat de Terrassa, entre els torrents de Santa Maria i Vallparadís, a l'actual Barri de Sant Pere, molt a prop del centre de la ciutat. Al recinte de la Seu d'Ègara s'hi accedeix principalment per la porta de l'edifici de la rectoria, que alhora és el centre d'acollida i recepció de visitants;

però també s'hi podria entrar pel pati principal, on una reixa metàl·lica mòbil en restringeix l'accés normalment. Aquesta tanca permet veure l'espai exterior de la Seu sense accedir-hi i s'obriria en ocasions especials, com la celebració de casaments, misses, o altres actes. A aquests dos accessos s'hi accedeix per la Plaça Rector Homs. L'entrada de visitants (per l'antiga rectoria) queda una mica amagada i no és fàcil de veure pel visitant que arriba a la plaça.

De tots els carrers que van a parar a l'entrada de la Seu d'Ègara, n'hi ha dos que estan senyalitzats amb tòtems de benvinguda a l'espai, un d'ells és l'entrada des del Parc de Vallparadís, i l'altre l'entrada que hi ha des del pàrquing, situat darrera del conjunt. A la Seu d'Ègara només s'hi pot arribar a peu o deixant el vehicle estacionat a aquest pàrquing. La zona d'estacionament està formada per una trentena de places de zona blava i un espai per autocars o turismes que visitin l'espai per motius educatius.

La Seu d'Ègara forma part del Barri de Sant Pere, que té els seus orígens en l'antic poble de Sant Pere de Terrassa, que es va formar al voltant d'aquest conjunt d'esglésies. Els seus inicis es remunten al segle XVII, i al 1904 Sant Pere es va annexar a Terrassa i es va començar a estendre. Aquest barri forma part del centre de la ciutat, i es tracta d'una zona residencial i de petits comerços. Els seus principals punts d'interès són les esglésies de Sant Pere, el Parc de Vallparadís i el Parc del Nord. Als voltants del monument els carrers són peatonals, amb habitatges de planta baixa i sense comerços. És una zona tranquil·la on només hi transiten vehicles amb permís. L'únic establiment de restauració es troba a uns cinquanta metres de la Seu, el restaurant "La Cuina d'en Brics", força participatiu en les campanyes gastronòmiques que organitza la ciutat. La zona comercial més propera a les esglésies és el Passeig Vint-i-dos de Juliol, des d'on s'accedeix al pàrquing del recinte, o creuant el pont sobre el Parc Vallparadís i baixant pel carrer de la Creu gran, que ens portarà directament al centre.

El Castell Cartoixa de Vallparadís, igual que la Seu d'Ègara, està situat al Parc Vallparadís. Aquest parc, amb 395.207m² de zona verda, és el pulmó de la ciutat, i un espai lúdic i cultural que s'ha consolidat com un dels punts de trobada habituals dels terrassencs i terrassenques per als seus moments d'oci i de lleure. Va ser declarat Monument Històric Artístic per part del Govern de l'Estat el 9 de setembre de 1951, i actualment s'hi celebra un dels actes més populars del conegut festival de Jazz de Terrassa, el Pícnic Jazz.

Al Castell s'hi accedeix tan pel parc com pel carrer Salmerón, el mateix carrer on hi ha el Centre de Documentació i Museu Tèxtil. No disposa de zona d'aparcament pròpia, però just davant del castell hi ha un pàrquing privat i els carrers del voltant són de zona blava. L'entrada al castell queda amagada, i no és visible ni des del Parc ni des del carrer d'accés a l'edifici, però queda senyalitzada amb un plafó informatiu per la banda del carrer Salmerón.

El barri on està situat tan el castell com el claustre s'anomena barri del centre. En pocs metres de diferència d'aquests dos elements també hi trobem el Centre de Documentació i Museu Tèxtil, el Palau d'Indústries, actual Escola Industrial (de 1901) i la Casa Baumann (o Casa Coll i Bacardí), edifici modernista declarat bé cultural d'interès local.

El Convent de Sant Francesc d'Assís es troba situat a la Plaça Doctor Robert. A pocs metres del Castell Cartoixa, a tocar del torrent de Vallparadis. Es troba en una zona molt transitada a nivell de vehicles, primer perquè està al centre de la ciutat i segon perquè a l'altre cantó de la plaça hi ha l'Hospital Universitari Mútua de Terrassa i el propi convent acull les instal·lacions de l'Hospital de Sant Llützer, serveis que generen força volum d'activitat (entre setmana) i trobar-hi aparcament de manera gratuïta és difícil.

La Casa Alegre de Sagrera és un habitatge situat al carrer Font Vella número 29, al vell mig del nucli històric i comercial de Terrassa. El carrer Font Vella és peatonal, com la resta dels carrers de la zona centre, i va del passeig Compte d'Ègara fins a la Plaça vella, on hi ha la Catedral del Sant Esperit. La part posterior de la finca té sortida al carrer Cardaire número 21. Només s'hi pot accedir a peu, si s'hi arriba en cotxe hi ha diversos pàrquings a la Plaça Vella i els carrers dels voltants de la zona peatonal són zona blava. A prop hi ha dues de les tres estacions de ferrocarril de la ciutat: l'estació del Nord (Rodalies Renfe) al passeig del Vint-i-dos de Juliol i Terrassa-Rambla dels Ferrocarrils de la generalitat (FGC), a la Rambla d'Ègara. L'actual Plaça Vella va ser la Plaça Major, al voltant de la qual va créixer el nucli medieval de Terrassa. La Casa Alegre de Sagrera i la Torre de Palau pertanyen al nucli més cèntric de la ciutat, que forma part del barri del centre, que limita al nord pel passeig Vint-i-dos de Juliol (l'antiga via del ferrocarril Barcelona-Manresa de la RENFE), al sud per la carretera de Montcada, a l'est pel parc de Vallparadis i a l'oest per la Rambla d'Ègara (antic llit de la riera del Palau). El centre peatonal de Terrassa acull nombrosos comerços, i edificis remarcables com el Mercat de la Independència (1903), la Societat General d'Electricitat (1908), l'Ajuntament de Terrassa (1900), o la Quadra de la Fàbrica Izard (1921), entre d'altres.

La Torre de Palau està situada darrera la Plaça Vella, entre el carrer Cremat i el carrer Gavatxons. S'hi accedeix des de la Plaça de la Torre del Castell de Palau, on també hi ha ubicat el Centre d'Interpretació de la Vila Medieval de Terrassa. S'hi accedeix únicament a peu.

6.1.2. Senyalització

La senyalització urbana d'elements turístics és un dels aspectes bàsics d'informació entre els usuaris i els elements, i ha de permetre millorar i facilitar la mobilitat de les persones. Comprèn tota la senyalització exterior que indica direcció o informació.

El manual de senyalització urbana d'orientació de la Generalitat de Catalunya ens aporta informació de com ha de ser una bona senyalització urbana, extrapolable a la senyalització turística. Els requisits principals perquè una senyalització sigui directe i eficaç són:

- Els missatges han de ser intel·ligibles i fàcils de retenir.
- El contingut ha de ser clar, senzill, breu i concret.
- Els missatges han de poder ser detectats a la major distància possible i llegits a la distància suficient per permetre una reacció amb comoditat i seguretat.
- Els missatges han de mantenir la seva uniformitat, en contingut i forma.
- El conjunt missatge-suport ha de tenir trets diferenciats per a no ser confós amb altres elements.
- El sistema de senyalització ha d'actuar de manera respectuosa amb l'entorn.
- El sistema ha de ser sostenible. S'han de poder actualitzar amb facilitat.
- El sistema ha de respondre a un pla director de senyalització.

En síntesi, la senyalització ha de ser intel·ligible, clara, identificable, contínua, uniforme i sostenible.

El Museu de Terrassa no està senyalitzat com a tal, sinó que cada element està senyalitzat per separat. Tots els elements estan inclosos dins de la senyalització de dues rutes patrimonials, la ruta modernista i industrial i la ruta medieval. La Seu d'Ègara també disposa d'alguns elements de senyalització propis que no formen part de la ruta. Estem parlant de quatre tipus de suports diferents: fletxes direccionals, tòtems interpretatius, un faristol i plaques.

El projecte de senyalització d'elements i rutes turístiques de la ciutat és va iniciar l'any 2006, i enguany ja compta amb dues rutes completes senyalitzades, la ruta industrial i modernista i la ruta medieval. Dins d'aquestes dues rutes s'inclouen tots els espais

monumentals que formen part del Museu de Terrassa. La Casa Alegre de Sagrera s'inclou dins les rutes modernista i industrial, i la resta de patrimoni dins la ruta medieval. Aquesta senyalització turística inclou dues tipologies d'indicadors:

- Indicadors direccionals: Fletxes que indiquen la direcció cap a un monument o recurs turístic.
- Indicadors interpretatius: Indicadors o suports que no indiquen direcció, sinó que contenen informació de l'element, com una descripció, història, característiques, horaris, etc. Dels suports interpretatius n'hi ha de dos classes, les plaques fixades a la paret (amb el nom de l'edifici, data de construcció o els horaris d'obertura), i els tòtems verticals, que contenen molta més informació i el seu contingut està traduït a quatre idiomes: català, castellà, anglès i francès. Les dimensions dels tòtems són de 400 x 2000 mm, i el seu material acer vitrificat, estan ubicats just a l'entrada de cada un dels elements.

Aquest projecte de senyalització va ser desenvolupat per l'Ajuntament de Terrassa a través del servei de Turisme, i amb la col·laboració del museu i el Servei de Via Pública. La senyalització del patrimoni industrial i modernista es presenta en color negre, i per la ruta medieval es fa servir el vermell. La ruta medieval està integrada per 8 recursos: el Castell Cartoixa, la Seu d'Egara, el Convent de Sant Francesc i la Torre de Palau (que formen part del Museu), la Vila del Castell del Palau, la Catedral del Sant Esperit, la Creu Gran i el Pont de Sant Pere. La Casa Alegre de Sagrera està inclosa dins la ruta modernista i medieval, que la formen 28 elements, entre els quals destaquen el Vapor Aymerich, Amat i Jover (seu del mNACTEC), el Mercat de la Independència, la Confiteria Vídua Carné (Farmàcia Albiñana), l'Ajuntament, el gran Casino, la Casa Baltasar Gorina, el Teatre Principal i la Masia Freixa.

Tot i que aquestes rutes, com a productes turístics ja existien (hi ha fulletons dels anys 90 on ja es descriuen com a productes turístics), no va ser fins el 2006 que es va senyalitzar la ruta industrial i modernista, i fins l'estiu del 2013 que es va fer amb la medieval.

La senyalització direccional corresponent als elements de la ruta medieval consta de 29 fletxes, col·locades al llarg de la zona compresa entre la Rambla d'Egara i el carrer Salmerón i des del passeig 22 de juliol fins l'eix que va de l'avinguda Jacquard al portal de Sant Roc. Hi ha alguns espais importants de la ciutat a nivell de trànsit turístic on no hi ha senyalització, com són l'exterior de l'estació de Ferrocarrils de la Generalitat a la rambla Egara i l'exterior de l'oficina de turisme. A la oficina de turisme, ubicada a la Masia Freixa,

a 10 minuts a peu del centre, la senyalització turística més propera està situada a uns 100 metres i indica la direcció de la Ruta Industrial i Modernista. El mateix passa a l'exterior de l'estació dels FGC, els indicadors més propers estan a uns 70 metres, i només indiquen els recursos de la ruta modernista i industrial. Per trobar senyalització dels recursos del museu hem d'anar fins a la Plaça Vella, el punt més cèntric del nucli antic i comercial. Altres espais que he observat són l'estació de tren de rodalies. A l'exterior d'aquesta estació hi ha senyalitzada la Seu d'Ègara.

A part de la senyalització turística de les rutes, també hi ha alguns elements inclosos en la senyalització viària de la ciutat, com són la Seu d'Ègara i el Castell Cartoixa. En algunes indicacions la Seu d'Ègara encara conserva el seu antic nom, "Esglésies de Sant Pere", i en d'altres, s'ha tapat i s'ha actualitzat a sobre.

La Seu d'Ègara, mereix una menció a part. A part d'estar inclosa dins la ruta medieval, també disposa d'alguns suports propis, que són un faristol i dos tòtems.

La retolació de la Seu Egara presenta característiques particulars degut al Pla Director 1998-2009, on es va establir un pla de senyalització específic on es volien assolir els següents objectius:

- Establir, senyalitzar i potenciar un itinerari principal d'accés a La Seu d'Ègara, complementat amb una sèrie d'itineraris secundaris.
- Millorar la senyalització informativa i la de caràcter turístic i cultural.
- Potenciar la difusió d'aquests itineraris en suport paper o digital, entre professionals i públic especialitzat i entre el públic en general.
- Contribuir, amb la senyalització i altres actuacions en marxa, a l'increment del nombre de visitants a La Seu d'Ègara.

Es va establir un itinerari principal a peu des del nucli antic a la Seu i que enllaça pàrquings i l'estació de tren i ferrocarril (més el futur metro de Terrassa). El recorregut d'aquest itinerari comença per "Terrassa Centre" (en automòbil o ferrocarril/Metro) i segueix per Portal de Sant Roc - Carrer Major-Plaça Vella- Font Vella - Passeig del Comte d'Ègara - Carrer Salmerón (o ruta per Carrer del Castell i Parc de Vallparadís) - Passarel.la - Doble accés: camí de carena o carrer Rectoria - Entrada Centre de Visitants/La Seu d'Ègara.

Des del dossier de premsa de presentació d'aquest itinerari és recomanava consultar la web www.seudegara.cat, a l'apartat "Com arribar-hi", on s'hi troben diferents plànols

d'aproximació, les coordenades GPS i l'accés fàcil al servei de *Google Maps*. Aquesta web, però va deixar d'actualitzar-se el novembre de 2012. Tampoc es veuen aquests itineraris senyalitzats a la via pública, val a dir que de tot el Pla de Dinamització de la Seu d'Egara, algunes accions van quedar interrompudes a causa de la crisi per falta de pressupost.

Actualment hi ha dos tòtems de benvinguda instal·lats a l'exterior del recinte, un a l'entrada del pàrquing i l'altre a l'entrada al conjunt des del Parc Vallparadís. Es tracta de tòtems indicatius i direccionals alhora (S'hi indiquen les direccions al Parc de Vallparadís, el Parc del Nord, l'estació de rodalies, el Teatre o la zona comercial) i hi ha escrita la paraula "a reveure" en sis idiomes (català, castellà, francès, anglès, alemany i italià). A la mateixa entrada del pàrquing també hi ha dues torres de control urbà que han estat folrades amb imatges de la Seu d'Egara. Per altre banda, a la Plaça Rector Homs hi ha instal·lat un faristol d'acer inoxidable amb una imatge que recrea com devia ser el conjunt de la Seu d'Egara als segles VI i VII.

Per concloure cal dir que el MdT (o els seus elements) estan força ben senyalitzats, tan en quantitat com en qualitat. Els suports i materials són força nous i per tan presenten un bon estat de conservació. Tot i això, en alguns punts de la ciutat aquesta senyalització és un pèl insuficient i pot provocar confusió als visitants.

6.1.3. Horaris

Cada secció del MdT disposa d'uns horaris d'obertura propis, les oficines centrals del museu fan horaris d'oficina de 9 a 14h i els dimarts a la tarda de 16:30 a 21h. Els espais museïtzats obren de dimarts o dimecres a dissabte i diumenge al matí, excepte el claustre del Convent de Sant Francesc, que només obre de dilluns a divendres. Aquests horaris tenen en comú que tots els espais tanquen al migdia .

L'espai que obre més dies a la setmana és la Seu d'Egara, de dimarts a diumenge. La resta d'espais obre cinc dies a la setmana. La Casa Alegre Sagrera i el Castell Cartoixa tanquen durant la Setmana Santa, i durant la setmana de Nadal. El Castell Cartoixa també tanca les seves instal·lacions al mes de juliol i la Casa Alegre de Sagrera durant el mes d'agost.

La Torre del Palau només obra per grups amb reserva prèvia.

Espais	Horari
Museu de Terrassa. Direcció i Serveis	
Dimarts tarda	De 16.30 a 19 h
Horari d'estiu	De dilluns a divendres de 9 a 14 h
Castell Cartoixa de Vallparadís	
De dimecres a dissabte	De 10 a 13.30 h i de 16 a 19 h
Diumenges	D'11 a 14 h
Dilluns, dimarts i festius	Tancat
Vacances	Del 14 al 19 d'abril
Seu d'Ègara - Esglésies de Sant Pere de Terrassa	
De dimarts a dissabte	De 10 a 13.30 h i de 16 a 19 h
Diumenges	D'11 a 14 h
Dilluns no festius i els dies 1 de gener, 1 de maig, 25 i 26 de desembre	Tancat
Casa Alegre de Sagrera	
De dimecres a dissabte	De 10 a 13 h i de 16 a 20 h
Diumenges	D'11 a 14 h
Dilluns, dimarts i festius	Tancat
Vacances	Del 14 al 19 d'abril
Jardins de la Casa Alegre de Sagrera	
De dimecres a divendres	De 10 a 12 h
Dissabtes	De 10 a 20 h
Diumenges	D'11 a 14 h
Dilluns, dimarts i festius	Tancat
Vacances	Del 14 al 19 d'abril
Claustre del convent de Sant Francesc	
De dilluns a divendres	De 10 a 13.30 i de 17 a 19 h
Dissabte i diumenge	Cal concertar visita guiada
Torre del Palau i Centre d'Interpretació i de la Vila Medieval de Terrassa	Servei de monitoratge. Cal concertar dia i hora

Taula 17. Horaris del Museu de Terrassa (Font: Museu de Terrassa)

A trets generals podríem dir que hi ha una franja horària que abunda més que les altres, i és la que obre de dimarts a dissabte de 10 a 13:30 i de 16 a 19, i diumenges d' 11 a 14h,

aquest és l'horari de la Seu d'Egara, però el Castell Cartoixa i la Casa Alegre també el fan a partir de dimecres (anys enrere aquests dos espais obrien també dimarts però per manca de pressupost han hagut de reduir personal, i com a conseqüència, tancar algunes hores). Tots els espais coincideixen en l'hora d'obertura, les 10 del matí, com ho fan la majoria d'espais museístics del país. De mitjana els espais obren unes 7 hores diàries.

L'espai patrimonial amb un horari més extens és la Seu d'Egara, sis dies a la setmana, seguit de la Casa Alegre i després el Castell Cartoixa, que obren 5 dies. El Claustre també obre cinc dies, de dilluns a divendres, i la Torre de Palau només per grups amb reserva prèvia. Tots els espais tanquen al migdia, de 13:30h a 16h, excepte el Claustre del Convent de Sant Francesc, que ho fa a les 17h. Per l'hora de tancament, també coincideixen totes les seccions en fer-ho a les 19h de la tarda, excepte la Casa Alegre de Sagrera, que ho fa 1 hora més tard. Els horaris de claustre s'adapten als horaris del centre sanitari (Hospital Sant Llàtzer) que hi ha al primer i segon pis de l'edifici, que són els qui controlen l'accés a l'espai.

Durant la Setmana Santa el Castell Cartoixa i la Casa Alegre (aquest últim l'espai més visitat del museu) tenen tancat per vacances.

Els horaris del museu no es modifiquen segons temporada, són els mateixos al llarg de l'any, ja que Terrassa no és un municipi turístic, i de fet, segons les estadístiques de visitants de l'Oficina de Turisme, els mesos d'estiu les consultes baixen respecte les de la resta de l'any, fet que pot fer-nos suposar que també ho fan els visitants, ja sigui a la ciutat o als seus monuments. En canvi, sorprèn que per Setmana Santa tanquin el Castell i la Casa Alegre, ja que és un dels moments amb més turisme interior i en el que coincideixen fent vacances tan espanyols com europeus, en un espai molt curt de temps.

En general són uns horaris poc unificats, que convindria fer més homogenis per facilitar la visita.

6.1.4. Tarifes i canals de venda d'entrades

Els preus de l'entrada a les seccions del Museu de Terrassa i les seves exposicions, en dies i horaris regulars d'obertura al públic s'exposen a la següent taula.

Espai	Preu individual
Seu d'Ègara. Esglésies de Sant Pere	
Entrada regular	4 €
Entrada reduïda residents a Terrassa	3 €
Entrada reduïda (majors de 65 anys, estudiants, grups de més de 20 persones, persones amb discapacitat i famílies nombroses):	2 €
Menors de 6 anys, carnet ICOM, carnet AMC, personal docent i investigador acreditat, el 1r cap de setmana de cada mes, jornades de portes obertes i persones a l'atur acreditat	Gratuït
Servei d'audioguia	2 €
Casa Alegre de Sagrera i Castell-Cartoixa de Vallparadís	
Entrada regular	3 €
Entrada reduïda residents a Terrassa	Gratuït
Entrada reduïda (majors de 65 anys, estudiants, grups de més de 20 persones, persones amb discapacitat i famílies nombroses):	2 €
Menors de 6 anys, carnet ICOM, carnet AMC, personal docent i investigador acreditat, el 1r cap de setmana de cada mes, jornades de portes obertes i persones a l'atur acreditat	Gratuït

Taula 18. Tarifes del Museu de Terrassa (Font: Museu de Terrassa)

Existeix un abonament per visitar les tres seccions, a 7€, i reduït a 4€ per majors de 65 anys, estudiants, grups de més de 20 persones, persones amb discapacitat i famílies nombroses. Dels tres espais expositius de la ciutat, el MdT és el més car (tenint en compte que si es volen visitar els 3 espais el cost és de 7 euros). El mNACTEC té un cost de 4,50 euros, i el CDMT actualment no disposa d'entrada individual, ja que l'espai resta tancat al públic i només obra per grups amb reserva prèvia o per ocasions espacials.

Altres museus d'història municipals tenen un cost similar al de Terrassa, és el cas del

Museu Història de Girona, que val 4 euros, el museu de Badalona 6,48, o el Museu d'Història de Catalunya 6,50 euros. Tot i això cal tenir en compte que el MdT no té una sola seu física, sinó que el formen diferents espais patrimonials, en aquest sentit, he trobat dos casos similars amb el Museu d'Història de Barcelona (MUHBA), format per 12 espais repartits per la ciutat de Barcelona, cada un amb una tarifa pròpia i una entrada combinada a 7 euros, amb la que és pot accedir a vuit espais diferents, i el Museu d'Història de Tarragona, que ofereix una entrada conjunta a 11,05 per visitar tots els seus recintes.

Dels quatre espais visitables que formen part del MdT, només disposen de servei d'entrada la Seu d'Egara, la Casa Alegre de Sagrera i el Castell Cartoixa, i l'últim diumenge de cada mes l'entrada és gratuïta. També hi ha dies de portes obertes, com el Dia Internacional dels Museus (18 de maig) o durant certs esdeveniments com la Fira Modernista (maig), el PicnicJazz (març), la Festa major (juliol) o durant les Jornades Europees del patrimoni (setembre).

Al Claustre de Sant Francesc l'entrada és lliure i la Torre de Palau només és visitable per grups amb reserva prèvia o durant dos cops l'any, durant els dies de la Festa Major de la ciutat i en motiu de la celebració de les Jornades Europees del patrimoni. El preu per grups oscil·la entre 34 i 44 euros la visita, que inclou el guia i l'entrada a la Torre i al centre d'interpretació. El claustre, que és l'únic espai amb entrada lliure, és l'element que concentra menys visitants.

Per espais, la Seu d'Egara, el segon espai del museu amb més visitants segons les últimes estadístiques, és el més car. També és el recinte més gran, amb més patrimoni i amb unes instal·lacions àmpliament reformades. Si es vol fer la visita amb audioguia el preu és de 6 euros. La Casa Alegre és la secció més visitada del museu, i durant la Fira Modernista l'entrada és lliure.

No es detecta cap relació entre el preu d'entrada i l'afluència de visitants, per tan no és un factor determinant alhora d'escollir quin espai visitar. Destaca l'entrada reduïda pels residents a la ciutat.

6.1.5. Accessibilitat per persones amb discapacitat

Quant a adaptabilitat per a persones amb discapacitat (principalment mobilitat reduïda, i discapacitats auditius i visuals) es tenen en compte 3 tipus d'espais, instal·lacions o

serveis en funció del seu nivell d'accessibilitat. Aquests espais poden ser adaptats, practicables o convertibles. Cap dels cinc espais del museu és un espai adaptat, la Seu d'Ègara és el recinte millor preparat, i es tracta d'un conjunt practicable per a persones amb mobilitat reduïda, ja que disposa d'ascensor i cadira de rodes a l'espai museïtzat, tot i que manquen eines d'interpretació per altres col·lectius, com els discapacitats auditius o visuals. L'únic recinte amb suport per als discapacitats visuals és la Casa Alegre, on hi ha una maqueta de l'edifici que inclou text en braille. La resta d'espais no disposen de cap mena d'instrument d'adaptació a col·lectius discapacitats.

6.1.6. Conclusions accessibilitat

En resum, pel que fa a l'accessibilitat, tal i com és pot comprovar en aquest requadre, la Seu d'Ègara i el claustre són les seccions més ben posicionades. La dificultat d'aquest museu en quant a l'accessibilitat rau en el fet que es tracta de diferents monuments, ubicats en espais molt diferents, gestionats de maneres diverses.

	Seu Ègara	Castell Cartoixa	Casa Alegre Sagrera	Torre de Palau	Claustre
Cèntric	No	No	Si	Si	No
Pàrquing gratuït	No	No	No	No	No
Pàrquing privat	No	Si	Si	Si	Si
Zona blava	Si	Si	No	No	Si
Senyalització direccional	Si	Si	Si	Si	Si
Senyalització interpretativa	Si	Si	Si	Si	Si
Horaris a l'exterior	Si	Si	Si	No	Si
Accessible discapacitats	Si	No	No	No	No

Taula 19. Característiques de cada espai en relació a l'accessibilitat (Font: Elaboració pròpia)

El claustre és el que compleix amb més punts per fer-lo un lloc accessible, al contrari de la Torre de Palau que és el que reuneix més aspectes negatius alhora de puntuar aquest paràmetre.

D.A.F.O. DE L'ACCESSIBILITAT	
Debilitats	Fortaleses
<p>Els cinc espais estan separats entre ells.</p> <p>Les entrades als monuments Castell Cartoixa i seu d'Ègara estan una mica amagades.</p> <p>La senyalització viària de la Seu d'Ègara no està actualitzada.</p> <p>La retolació de la Seu Egara presenta característiques particulars.</p> <p>La falta de senyalització a l'exterior de l'estació de FGC.</p> <p>Cada secció disposa d'uns horaris d'obertura propis.</p> <p>Tancament per Setmana Santa i a l'estiu de la Casa Alegre i el Castell Cartoixa.</p> <p>Horaris poc unificats.</p> <p>Manca de serveis per a discapacitats.</p>	<p>Els cinc espais estan ubicats al centre de la ciutat.</p> <p>És pot arribar a peu d'un lloc a l'altre.</p> <p>Els elements del museu foment part de tres rutes turístiques i d'un pla de senyalització.</p> <p>No modifica els seus horaris en tot l'any.</p> <p>Entrada reduïda pels residents</p>
Amenaces	Oportunitats
<p>Falta d'aparcament gratuït.</p> <p>La separació entre els espais.</p>	<p>Nombrosos serveis al voltant de tots els espais.</p> <p>Situats a prop d'una gran zona verda (Parc Vallparadís)</p> <p>El preu d'entrada no és un factor determinant alhora d'escollir un espai a visitar.</p>

Taula 20. Anàlisi DAFO de l'accessibilitat al Museu de Terrassa (Elaboració pròpia)

6.2. Anàlisi de les eines d'interpretació

Saber interpretar el que s'està observant és fonamental per entendre, en aquest cas, els elements patrimonials que es mostren. La interpretació es basa en facilitar als usuaris la percepció de tot allò exposat, si les persones no sabéssim entendre el significat dels objectes exposats la mostra del patrimoni perdria valor.

Les eines d'interpretació en un museu són tots aquelles tècniques i experiències que ajuden al visitant turístic a comprendre el contingut de la institució, a entendre el significat del que estan veient. Poden presentar-se en diferents suports, des dels textos que acompanyen als objectes, fins a visites guiades, representacions teatrals, tallers, rutes, itineraris, conferències, audioguies, panells informatius, il·lustracions, senyalitzacions o suports multimèdia.

Tradicionalment el disseny de les tècniques d'interpretació d'un museu corre a càrrec del departament educatiu. La tasca dels educadors i intèrprets del patrimoni ha d'anar acompanyada d'altres departaments o de les mateixes instal·lacions, que esdevenen una part de la comunicació. Si es tracta d'un espai fred o desagradable afectarà al contingut del missatge. La interpretació del patrimoni avui en dia requereix utilitzar suports i materials molt visuals, degut a que estem en un moment altament dominat per la cultura visual i les noves tecnologies.

Les principals eines d'interpretació utilitzades pel MdT són la visita guiada, l'audioguia, i els plafons i senyalització de les peces i els espais. A continuació s'analitzen aquestes eines per separat.

6.2.1. Visita guiada

La visita guiada i l'itinerari representen una de les principals eines d'interpretació que el museu utilitza per donar a conèixer el seu contingut al públic turístic. Amb la visita s'aconsegueix acostar d'una manera més directe la institució a l'usuari i s'estableix un contacte directe entre el guia i el visitant que permet formular preguntes i obtenir informació immediata i fiable de primera mà. La diferència entre els itineraris i les visites guiades és que aquestes últimes es desenvolupen a un sol espai, els itineraris passen per diferents elements. Els itineraris s'organitzen en col·laboració amb l'àrea de turisme de l'Ajuntament.

En l'àmbit turístic hi ha molts tipus de visites guiades, la més comú és la genèrica, que explica un monument, conjunt patrimonial o destinació a través de la seva perspectiva històrica i els fets més destacats; però també es poden segmentar per temàtica o segons el tipus de públic. Altres variants de visita guiada són la visita teatralitzada o la visita nocturna. Últimament, amb la presència de les xarxes socials, s'han creat experiències innovadores com les visites guiades a través del twitter, o els *phototours* utilitzant la xarxa social Instagram.

Les visites guiades que s'organitzen des del MdT van dirigides bàsicament a grups educatius, però la mateixa oferta també es fa extensible a especialistes i públic en general. En moments puntuals, i durant esdeveniments concrets es programen visites, però al llarg de l'any l'únic espai que disposa d'un programa organitzat de visites és la Seu d'Ègara, a la resta d'espais es realitzen segons reserva. No existeix la visita guiada ni l'itinerari que enllaci tots els espais del museu.

El MdT publica anualment una guia didàctica d'activitats on s'inclou tota la seva oferta de tallers, visites guiades i itineraris. Dins d'aquest recull hi ha també les visites dirigides al públic turístic. La guia del curs 2013-2014 inclou un total de 52 activitats. L'oferta de visites guiades és la següent (aquí s'inclouen les destinades tan a públic turístic com educatiu):

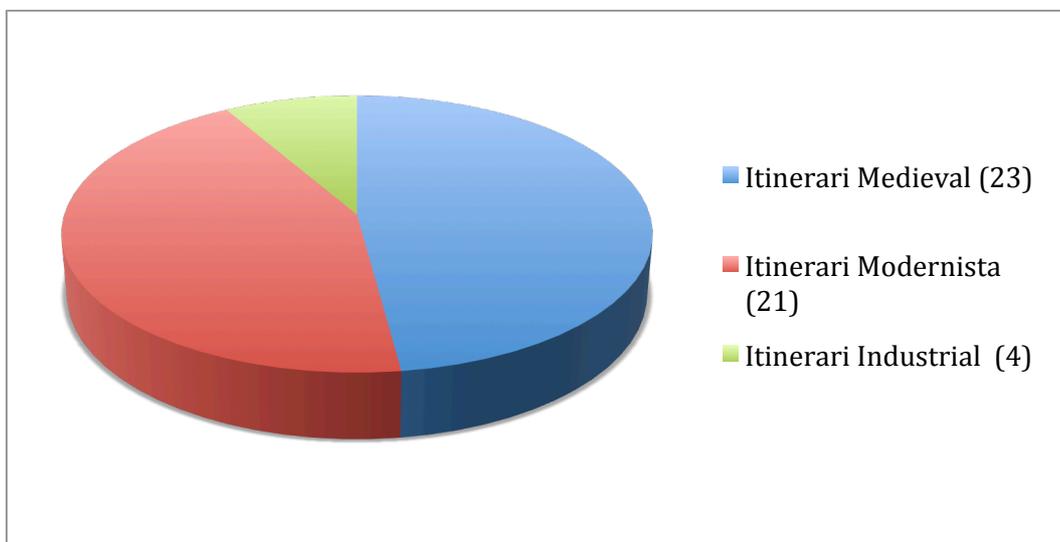
- Castell-Cartoixa de Vallparadís
- Seu d'Ègara. Esglésies de Sant Pere
- Casa Alegre de Sagrera
- Claustre del Convent de Sant Francesc
- Torre del Palau i Centre d'Interpretació de la vila medieval de Terrassa
- Què hi pintes a la vila medieval?
- Exposició permanent del Castell Cartoixa de Vallparadís
- Valentí, cara de pi
- Exposició temporal de llarga durada: Terrassa inspira
- El modernisme a les teves mans
- La Seu d'Ègara a les teves mans
- Cementiri Municipal de Terrassa
- Amics de la Casa Alegre de Sagrera
- Teatre Principal
- L'aventura de l'art
- Terrassa ciutat d'art

- Exposició “Les naturaleses de l’Art Nouveau”

I els itineraris:

- Itinerari medieval
- Itinerari romànic i gòtic
- Itinerari industrial
- Itinerari modernista
- Un dia en la vida dels obrers i de les obreres del tèxtil
- La Guerra Civil a Terrassa
- Terrassa durant els fets de 1713

Segons les dades estadístiques, l’any 2012 es van realitzar un total de 462 sessions de monitoratge concertat (el que inclou visites guiades, tallers i altres activitats), amb la participació d’11.367 usuaris (incloent tot tipus de públic). Quant a la procedència del usuaris d’aquestes activitats, el 63,71% són locals i el 22,68% de fora de la ciutat (el 13,61% de procedència no controlada). Per mesos, el març i el novembre són els mesos amb més afluència de visitants, fet que constata que gran part dels públic del museu prové de l’àmbit educatiu. Els mesos més fluixos són agost i setembre, això ens demostra que no és un museu massa freqüentat per turistes.



Gràfic 5: Participació als itineraris turístics organitzats per l'àrea de turisme (2012)

Font: Creació pròpia a partir de les dades de Àrea de turisme

Pel que fa a l'assistència als itineraris, durant l'any 2012 s'hi van apuntar 48 grups, l'itinerari més demandat va ser el medieval (49,8%), seguit del modernista (45,5%). Amb molta diferència és situa l'industrial en última posició.

Visites guiades 2012	Núm. Grups
Seu d'Ègara. Esglésies de Sant Pere	84
Casa Alegre de Sagrera	29
Castell Cartoixa de Vallparadís	24
Torre de Palau i CIVMT	21
Claustre del convent de Sant Francesc	5
Total	163

Taula 21. Assistència de grups als espais del museu l'any 2012

Font: Museu de Terrassa

La visita guiada més participativa va ser la corresponent a la Seu d'Ègara, que va suposar el 18,18% del total (84 visites organitzades), seguidament de la Casa Alegre de Sagrera (6,28%). Per sota hi ha la visita al Castell-Cartoixa, a la Torre de Palau, i per últim al claustre, l'espai menys visitat.

A continuació es descriu el contingut de la visita guiada a la Seu d'Ègara, l'única visita programada de manera fixa al llarg de l'any.

La visita guiada a la Seu d'Ègara centra el seu discurs en la història de l'espai i l'ús dels diferents edificis i elements. S'estructura al voltant dels quatre edificis que actualment conformen la Seu d'Ègara. Aquests quatre elements són el centre de visitants, antic edifici de la Rectoria, l'Església de Santa Maria, l'Església de Sant Miquel i l'Església de Sant Pere.

L'inici de la visita s'ubica a l'exterior del centre de recepció de visitants, en l'espai on hi havia ubicada la Catedral de Santa Maria. Per començar es fa un recorregut per la història de l'espai, donant valor a l'antiguitat excepcional del conjunt i la quantitat de diferents elements que conté. Es mencionen alguns d'aquests elements, com una gerra neolítica, Sitges ibers, elements romans o les pròpies esglésies visigodes. S'explica la història del conjunt posant èmfasi en el període en que es crea el Bisbat d'Ègara, que té una duració d'uns 300 anys, que van ser els de màxima esplendor del conjunt. En aquest moment apareixen alguns dels personatges importants en la història del conjunt, com el primer bisbe del bisbat d'Ègara, Ireneu o el Bisbe Nundinari de Barcelona, qui va separar el territori de la diòcesi de Barcelona en dos i va crear el bisbat d'Ègara, davant la

impossibilitat d'atendre degudament una diòcesi tan extensa. De manera anecdòtica s'explica com ser el procés de creació d'aquest nou bisbat i el fet que el bisbe de Barcelona, sense el consentiment del papa va prendre les decisions pel seu compte, fet que va provocar un seguit de problemes i correspondència durant 300 anys de duració del bisbat, fins que l'any xxx, a partir del S.IX perd capitalitat. Es posa sobretot en relleu l'excepcional antiguitat del conjunt, i el fet que es el més antic en funcionament de tot Europa.

A continuació, s'accedeix al pati de l'Església de Santa Maria, on breument es menciona el mosaic romà i s'expliquen les dimensions i la ubicació del que era la desapareguda Catedral d'Egara. En aquest moment s'accedeix a l'interior de l'Església de Santa Maria, i des de l'altar s'explica a nivell tècnic i artístic els diferents elements que conté l'edifici. Aquí es posa especialment interès en les pintures murals originals que es conserven tan a l'absis com a l'absidiola. També es posa en valor les diferents etapes constructives que es poden observar i les capçaleres originals del S.VI.

Aquí pren especial importància el contingut de les pintures murals romàniques del martiri de Sant Tomàs Becket, a l'absidiola dreta. Aquí es descriu el contingut de la pintura, es posa en valor l'atribut diferenciador de l'antiguitat, ja que son les pintures més antigues conservades a Europa. S'explica que la pintura del martiri va estar feta només 30 anys després dels fets ocorreguts a Anglaterra, i aquí s'enllaça la història de Terrassa amb els fets ocorreguts a Anglaterra. Un altre personatge que apareix en aquest moment, es l'arquitecte Josep Puig i Cadafalch, qui va ser un dels recuperadors d'aquesta pintura. Esmenten que la seva mare era de Terrassa.

La tercera part de la visita es realitza a l'interior del segon edifici, l'església de Sant Miquel. El discurs d'aquest element es centra en el seu ús, que va ser funerari, ja que durant molt de temps es va creure que era d'ús baptismal. S'expliquen les raons per les que es va determinar que l'ús de Sant Miquel va ser funerari, i son: el contingut de les pintures murals tracten el tema de l'apocalipsi, conté una cripta a la part inferior i la seva entrada dona al cementiri. Era un edifici molt important degut a que els enterraments eren el que donaven una major entrada d'ingressos. Aquí es torna a mencionar el personatge de Puig i Cadafalch, qui va instal·lar una pica baptismal al centre de l'edifici, pensant-se que aquella era la seva situació original, fins que l'any 1947 es va trobar la piscina baptismal, a l'interior del que era la Catedral de Santa Maria.

A continuació es baixa a la cripta i s'explica que havia contingut les relíquies de Sant Celoni.

El següent espai on continua la visita guiada és a l'exterior de Sant Miquel, tot i que molt breument, de camí a l'Església de Sant Pere. L'exterior de Sant Miquel es una esplanada que corresponia a l'antic cementiri de la Seu, on s'han conservat les posicions de les diferents tombes trobades. S'expliquen els treballs d'excavació i també com era l'espai abans d'aquestes obres de remodelació. També s'explica el perquè de la posició de les diferents tombes i la seva simbologia.

A continuació ens situem a l'interior de Sant Pere, on en el moment de la visita s'estaven realitzant treballs de remodelació i totes les seves pintures i peces (orgue i retaule) estaven cobertes i per tan no van ser poder vistes. En aquesta església s'explica que era la menys important del conjunt, i que per aquesta raó no s'hi ha trobat pintures murals. Es remarca el retaule de pedra, l'orgue i la pintura de Jaume Huguet. Aquí es suggereix venir a l'estiu a escoltar algun dels concerts d'orgue que s'hi organitzen.

Finalment, s'accedeix a l'últim espai de la visita, dins del centre museïtzat, al punt d'informació dels visitants. Abans, però, just a l'entrada s'explica breument *l'impluvium*, un dipòsit d'aigua conservat de l'època romana.

Dins de l'espai museïtzat la visita continua a través de quatre espais. Aquest edifici és on hi havia l'antiga rectoria; la primera part de la visita es a la sala dels retaules gòtics, on es descriuen algunes de les escenes. Seguidament es passa a la Terrassa de l'edifici, des d'on es té una vista panoràmica de tot el conjunt, i es poden observar més fàcilment els codis de colors utilitzats pels arquitectes alhora de reconstruir els diferents espais de les diferents èpoques, així com els diferents materials. De la Terrassa es passa a l'antic baptisteri episcopal, on s'observa l'antiga piscina octogonal i tombes romanes, i finalment la zona on s'han trobat un cementiri d'albats del S. IV, enterraments cristians romans. Per últim la guia comenta que qui ho desitgi es pot quedar a veure la projecció que es va projectant sobre tota la història de la seu, amb imatges en 3D. Abans de finalitzar la visita es comenta la promoció gastronòmica de la cuina de la caça i el bolet que s'està desenvolupant en aquell moment a la ciutat, i amb qui la Seu d'Ègara proposa un conjunt d'ofertes de visita guiada i menú.

En general el guia turístic posa èmfasi en el període en que es crea el Bisbat d'Egara. Es posa sobretot en relleu l'excelsa antiguitat del conjunt, i el fet que es el més antic en funcionament de tot Europa. Pren especial importància el contingut de les pintures murals romàniques del martiri de Sant Tomàs Becket. Dintre del recorregut es considera que és fonamental la visita de:

- Pintures murals del segle VI, a Santa Maria, úniques al món en el seu gènere.
- Pintures murals del segle VI, a Sant Miquel, úniques al món en el seu gènere.
- Inscripcions romanes de l'antic municipi d'Ègara, a Santa Maria.
- Interior i exterior del temple funerari de Sant Miquel.
- Mosaics i restes de l'antiga basílica i Catedral d'Ègara.
- Cripta de Sant Miquel.
- Retaule en pedra de Sant Pere (s. VI-VIII), molt singular al món en el seu gènere.
- Pintura mural dedicada a Sant Tomàs Beckett (romànic, s. XII).
- Retaules gòtics (s. XV) de Sant Miquel i dels Sants Abdó i Senén.

La principal procedència de l'usuari de les visites guiades al museu durant l'any 2012 és de la pròpia ciutat de Terrassa, i l'època en que mes visites es fan és l'hivern. La visita a la Seu d'Egara és la més demandada, tan per individuals com per grups. Quant a itineraris el més utilitzat és el medieval.

6.2.2. Audioguia

L'audioguia és un sistema electrònic molt utilitzat en museus amb el que és pot realitzar una visita guiada sense necessitat d'anar amb un guia. Al MdT només disposa de servei d'audioguia el conjunt de la Seu d'Ègara.

El contingut de l'audioguia està format per 27 audios, que corresponen a 6 zones diferents. Està disponible en quatre idiomes: català, castellà, anglès i francès. La visita guiada amb audioguia té una durada d'una hora aproximadament, i cada punt no dura més de 1:50 minuts. L'audioguia té un teclat amb el que es pot escollir el punt que volem escoltar, indiferentment de l'ordre en el que és trobi.

El contingut dels 27 punts és el següent:

- 1) A l'interior de l'edifici d'entrada (espai de recepció de visitants i antiga rectoria)
 - Presentació (0:43)
 - Introducció general (1:49)
 - Retaule de l'Altar Major de Sant Pere (1:35)

- Retaule de l'Altar Major de Sant Miquel (1:22)
- Baptisteri Episcopal (1:40)
- 2) Pati exterior
 - Residència episcopal (0:55)
 - Basílica i baptisteri (1:14)
 - Catedral La Seu Episcopal d'Ègara (0:55)
 - Catedral de tres naus (1:37)
- 3) A l'interior de l'Església de Santa Maria
 - Capçalera de la basílica i espai funerari (0:35)
 - Lauda sepulcral dels peons (0:47)
 - Pedestal referent al municipi flavi d'Ègara (1:11)
 - Baptisteri (0:54)
 - L'ara de l'altar (0:58)
 - Pintura mural (1:17)
 - Martiri de Sant Tomàs Becket (1:20)
 - Església Romànica de Santa Maria (1:54)
 - Retaule dels Sants Abdó i Senen (1:20)
 - Mare de Deu (1:09)
- 4) Pati Exterior
 - Sant Miquel (1:29)
- 5) A l'interior Sant Miquel
 - Pintura Mural (1:23)
 - Cripta (0:51)
- 6) Pati exterior
 - Església Parroquial (1:09)
 - Necròpolis del període episcopal (0:59)
- 7) A l'interior de l'Església de Sant Pere
 - Capçalera del segle VI i retaule petri (1:13)
 - Església romànica de Sant Pere (1:04)
 - Pintures gòtiques (1:21)

La informació és sobretot històrica. Al començament de cada audio hi ha música i la veu dels continguts és femenina. Quan s'entrega l'audioguia no es fa acompanyat de cap fulletó ni instruccions, la recepcionista explica el funcionament i indica el punt d'inici. L'audioguia té un cost de 2 euros, que es cobren per separat de l'entrada.

Val a dir que el dia que vaig utilitzar l'aparell, tenien problemes amb la bateria i no funcionava gaire bé. Durant la meua visita vaig haver de retornar l'audioguia fins a 3 vegades perquè es quedava sense bateria i em van retornar els diners.

6.2.3. Plafons i suports explicatius

La senyalització és un sistema bàsic de comunicació que permet interpretar l'espai i relacionar-s'hi adequadament alhora que facilita la mobilitat. En aquest apartat s'analitzen tots aquells suports que s'estan utilitzant a dins dels espais del museu tan per explicar el contingut de les exposicions com per guiar al visitant en la seva visita. Aquí s'engloben tan la senyalització de direcció, com la interpretativa o informativa.

Tota la senyalització interna dels espais que conformen el MdT està redactada únicament en català. No es disposa tampoc d'informació per visitants amb discapacitats visuals o auditives (a excepció d'una maqueta a la Seu d'Ègara). La senyalització exterior dels cinc elements segueix un mateix disseny, però la que corresponent a l'interior dels espais és diferent a cada edifici, a la Casa Alegre i el Castell és la mateixa, al claustre no n'hi ha, i a la Seu d'Ègara i a la Torre tenen un disseny propi.

La Seu d'Ègara, com a resultat del projecte de rehabilitació i museïtzació de l'espai l'any 2009 és l'element que presenta un millor i més actualitzat disseny de senyalització intern. Disposa de 10 plafons metàl·lics tan a l'interior com a l'exterior de l'espai, amb il·lustracions i explicacions dels elements més grans, i petits plafons penjats a les parets per informar sobre altres objectes. Tots els plafons estan vinculats a un punt de l'audio.

El disseny dels suports de la Seu d'Ègara és molt visual i descriptiu. És l'espai amb la senyalització més nombrosa i completa en quant a contingut. La gama cromàtica que s'ha utilitzat ha estat molt bàsica, blanc, negre, escala de grisos i un to vermell.

Quant als altres espais, la senyalització és mínima, obsoleta i presenta cert deteriorament. El Castell Cartoixa i la Casa Alegre mantenen el mateix tipus de plafons informatius. Es tracta d'un suport metàl·lic que s'aguanta a terra amb un peu, i té enganxat una làmina plastificada on s'hi explica el contingut de la sala o un episodi històric. En general hi ha un suport a cada sala del castell i de la casa. El disseny d'aquestes làmines és simple, amb el logo del museu al cantó esquerra superior, seguit d'una franja negra amb el títol de l'explicació, una imatge o il·lustració en blanc i negra i el text en negre sobre fons blanc, únicament escrit en català.

Seguint el mateix disseny hi ha les etiquetes dels elements exposats. Es tracta de petits suports en cartró ploma amb el nom imprès, també només en llengua catalana i alguns es veuen clarament malmesos pel pas del temps, amb el paper que es desenganxa, per exemple. Dins dels mateixos recintes hi ha altres indicadors (per exemple les icones del lavabo o la senyalització d'algunes sales) amb un estil gràfic totalment diferent, que transmet una imatge poc homogènia i gens atractiva.

Pel que fa al claustre, pràcticament no disposa de suports explicatius o informatius. Hi ha un suport que indica la sortida i un plafó enganxat a una de les parets amb un text en homenatge als terrassencs que varen morir durant la Guerra de Successió durant els dies 3, 4 i 5 de setembre de 1713 i que van utilitzar el convent per protegir-se de les tropes de Felip V. No hi ha cap tipus de suport amb explicacions sobre l'edifici, o les ceràmiques. A l'entrada del claustre hi ha una taula en no gaire bon estat, amb fulletons del museu, un cartell de prohibició de fumar i altres fulletons de ONG que no tenen res a veure amb l'espai expositiu.

A la sortida hi ha una altra taula amb un expositor de vidre amb productes de marxandatge exposats, reproduccions de rajoles ceràmiques del segle XVII i punts de llibre. L'Associació Alba és qui gestiona les vendes d'aquests productes, es tracta d'una associació instal·lada a la primera planta del mateix edifici del convent de Sant Francesc, i el seu àmbit d'actuació es l'ajuda i reinserció a la drogodependència. Els suports explicatius del claustre no mantenen cap tipus de homogeneïtzació entre ells, i la seva presentació no és atractiva i la transmet una sensació negativa i de deteriorament i deixadesa del conjunt.

6.2.4. Fulletons i publicacions

Els fulletons turístics o promocionals son instruments bàsics de comunicació turística, es tracta de documents impresos d'1 pàgina o més, que serveixen per donar a conèixer d'una manera ràpida i força visual un espai o producte. Contenen imatges i informació resumida del producte, i les dades de contacte. En l'àmbit turístic és positiu segmentar els fulletons segons la tipologia de visitants als que et dirigeixis, ja que cada segment presenta característiques molt diferenciades amb necessitats diverses i un llenguatge propi (no és el mateix dirigir-se al públic familiar, que al juvenil o al sènior). També és important distingir entre un fulletó promocional i un fulletó d'interpretació o informatiu, que s'oferiran en diferents moments; el primer servirà per atraure quan encara no s'ha fet la visita, i el segon pel visitant un cop està realitzant la visita in-situ. En aquest sentit, el MdT

només ofereix un únic document genèric, i és el mateix per qualsevol segment turístic, i per qualsevol moment de la visita.

En aquesta apartat es fa un recull dels fulletons impresos relacionats amb el museu, ja siguin editats per l'Àrea de Cultura de l'Ajuntament (o sigui el propi museu) o per l'Àrea de Turisme.

Els fulletons són documents necessaris i gairebé imprescindibles per donar a conèixer un producte turístic. Perquè un fulletó compleixi la seva funció, la d'informar i atraure, cal que sigui un document atractiu a primera vista, perquè vinguin ganas de llegir-lo. Si l'objectiu del fulletó és la de promocionar, no és necessari que contingui massa informació, simplement la justa per oferir una mostra del producte i despertar l'interès. El text ha de ser senzill, amb frases o paràgrafs curts i concisos. Pren molta importància el disseny del document, ha de ser un disseny clar, amb una tipografia neta, i unes imatges actuals, atractives i de qualitat. En general, es recomana que un fulletó inclogui textos descriptius, il·lustracions amb textos, títols informatius així com un plànol i dades de contacte, com a mínim adreça, horaris, telèfon i web. Altre informació important són els accessos i transports per arribar-hi, els preus o les xarxes socials. Si el fulletó està pensat per explicar l'espai, perquè el visitant pugui interpretar el que veurà in-situ, ha de proporcionar informació més completa.

A continuació és llisten els documents analitzats dividits en dos grups, segons pertanyin a l'àrea de Turisme o a la de Cultura.

Fulletons propis del museu editats per l'Àrea de Cultura:

- **Díptic del centre d'Interpretació de la vila medieval de Terrassa** (en català). Petit fulletó dues tintes amb informació del centre, un itinerari recomanat i un plànol amb la ubicació dels elements de l'itinerari. No conté imatges, sinó una il·lustració de l'antiga vila medieval de Terrassa. Es veu obsolet, caldria actualitzar tan el disseny com el contingut i afegir-hi alguna imatge.
- **Tríptic del Convent de Sant Francesc d'Assís de Terrassa** (en català). Inclou un breu text de l'espai, el llistat del conjunt ceràmic del claustre, tres fotografies en blanc i negre i il·lustracions del convent. Conté molt poca informació i convindria també actualitzar-lo, es veu obsolet.
- **Tríptic genèric del museu** (en català): Conté informació dels cinc espais patrimonials que formen part del museu. Fulletó en color dividit en cinc apartats, amb més imatges que text. Conté un plànol amb la ubicació dels elements. Els

continguts s'haurien d'actualitzar, els horaris estan rectificats en bolígrafs i l'adreça actual sobreposada a l'antiga amb un adhesiu. La Seu d'Egara encara s'anomena Esglésies de Sant Pere.

- **Plànol guia de la Seu d'Egara** (Publicat en quatre idiomes: català, castellà, anglès i francès). Guia per a visitar el conjunt monumental. Desplegable tipus tríptic amb un plànol del conjunt a les pàgines centrals amb les diferents etapes constructives. Conté un breu text presentació de l'espai i un plànol a darrera amb la ubicació de la resta d'espais del museu. Com a fulletó interpretatiu podria ser més complet.
- **Tríptic Terrassa museus:** amb informació dels 3 museus de la ciutat (en català). Fulletó conjunt del MdT, el mNACTEC i el CDMT. Amb tres breus descripcions dels centres, dues imatges de cada un d'ells i un text explicatiu. Ha quedat antic i obsolet.

Fulletons turístics editats per l'Àrea de Turisme i que fan referència a algun dels elements del museu.

- **Plànol turístic** (en cinc idiomes: català, castellà, francès, anglès i alemany): El mateix document conté informació en cinc idiomes, per un cantó conté el plànol turístic, amb els principals punts d'interès de la ciutat marcats al mapa amb un dibuix. Per l'altre banda hi ha explicacions dels principals punts d'interès, que són: el mNACTEC, la Casa Alegre de Sagrera, la Masia Freixa, el CDMT, la Seu d'Egara, el Castell Cartoixa, la Torre de Palau, la Catedral de Sant Esperit i el Claustre de Sant Francesc. Els cinc elements del museu apareixen en aquesta llista. El document també inclou el llistat dels principals esdeveniments turístics de la ciutat.
- **Benvinguts a Terrassa:** Fulletó d'introducció als recursos turístics de la ciutat, de catorze pàgines. El seu contingut està traduït a 4 idiomes (català, castellà, francès i anglès). Presentació de Terrassa i els seus principals atractius. Del MdT no en parla però si ho fa dels seus elements per separat, excepte del Claustre del Convent de Sant Francesc. Cobren especial protagonisme el patrimoni modernista i la Seu d'Egara.
- **La Seu d'Egara: un conjunt monumental únic a Europa** (Català i castellà). Petita guia de catorze pàgines, vuit d'elles dedicades al conjunt. Un primer apartat dedicat al període ibèric i romà del conjunt, un segon sobre el recinte episcopal, un tercer sobre el patrimoni romànic i l'últim dedicat als retaules gòtics. També inclou informació sobre la Terrassa medieval, amb informació de la Torre de Palau i el Castell cartoixa, el patrimoni natural i gastronòmic.

- **La Seu d'Ègara: un viatge a través de l'art, les creences i la història d'Europa.** Tríptic editat únicament en català sobre la seu d'Ègara, i informació de la ruta turística per l'espai que s'havia programat en motiu de la inauguració l'any 2009.
- **El Modernisme industrial amb els cinc sentits:** Tríptic editat en català, amb informació sobre la Ruta de Turisme industrial, inclou plànol amb els elements que formen part del recorregut marcats i força imatges, la majoria dels espais amb gent. Dels elements del museu només s'esmenta la Casa Alegre de Sagrera.
- **Ruta industrial i modernista:** Petit llibret de 18 pàgines que presenta un recull de 72 edificis pertanyents a la ruta modernista i industrial de la ciutat. Editat en català i castellà i pensat per a la realització específica d'aquesta ruta. Cada habitatge o espai que forma part de la ruta està descrit amb un text i una il·lustració. Inclou informació de la Casa Alegre de Sagrera.

En total s'han s'ha fet un recull d'11 fulletons, 5 d'ells del museu, i 6 de turisme. Hi ha tres espais del museu que disposen d'un fulletó propi de l'element, que són la Seu d'Ègara, el claustre i la Torre de Palau, però no existeixen documents específics del Castell Cartoixa ni de la Casa Alegre de Sagrera. L'idioma principal dels fulletons és el català, tot i que alguns també s'editen en castellà, francès o anglès.

En quan a qualitat, es diferencien clarament dos tipus de fulletó, els que pertanyen a l'àrea de turisme són documents actualitzats, atractius, i els que pertanyen a l'àrea de cultura han quedat obsolets, exceptuant els de la Seu d'Ègara.

Els cinc fulletons que s'han recollit editats per l'àrea de turisme són documents dirigits al públic turístic en general, tot i que la majoria només estan editats en català i castellà, són força atractius i motiven la visita. La mesura dels fulletons és poc convencional, ja que són força grans. En general presenten la informació de manera atractiva i combinen imatge i text de manera equilibrada. Incorporen força informació però molt genèrica.

Els fulletons editats per l'àrea de cultura, i per tan pel propi museu, són molt escassos, i els del claustre i el centre d'interpretació estan impresos només a dos tintes, fet que els fa poc atractius i es nota que són vells i han quedat obsolets, això genera l'efecte contrari a l'esperat. La motivació i l'increment d'intenció de visita generat pels tríptics del museu és baix, i tampoc són útils per utilitzar com guies durant la visita al monument. En general aquests fulletons no presenten la informació actualitzada i per tan no satisfan les necessitats d'informació. Es transmet una imatge poc unitària del museu i gens atractiva.

Els fulletons de turisme segueixen una mateixa línia gràfica (amb el mateix format i disseny) i es troben fàcilment a la Oficina de Turisme, així com a la seva web, on es poden descarregar en format pdf. No passa el mateix amb els del museu, que no es poden trobar a la Oficina de Turisme ni a la web, durant les meves visites només els vaig trobar a l'oficina d'informació de l'àrea de cultura de l'Ajuntament (a la casa Solé i Palet), i a les diferents seccions del museu, tot i que cada secció només disposa del fulletó del seu espai. Es troba a faltar un fulletó genèric del museu, amb informació dels cinc espais, actualitzat i amb imatges de qualitat.

A part dels fulletons, convé comentar que existeix un altre tipus de publicació semestral, que es diu Merlet, es tracta d'un butlletí informatiu del Museu de Terrassa, publicat per primera vegada l'any 1996. L'objectiu d'aquest document és el de donar a conèixer les activitats del Museu i dels Amics del Museu, així com d'altres institucions locals relacionades amb l'estudi i la difusió del patrimoni. Existeixen 43 números publicats i des de la pàgina web del museu es poden descarregar els 12 últims en format pdf. Es tracta d'una publicació semestral d'unes 10 pàgines aproximadament editat en català. Els seus continguts estan relacionats amb el museu, l'art i la història de la ciutat, i s'informa sobre exposicions, col·leccions, adquisicions, obres del museu, activitats realitzades, etc.

6.2.5. Conclusions de les eines d'interpretació

En general es distingeixen dues categories en quant a les eines interpretació, les corresponents a la Seu d'Ègara i la resta. La Seu d'Ègara disposa d'àmplies i actualitzades eines d'interpretació, que disten molt de les de la resta d'espais. Això és degut al programa de remodelació que va patir el conjunt monumental, i on s'hi va fer una gran inversió. Tot i així, s'hi troben també a faltar documents i informació en diversos idiomes.

En general la interpretació del museu va dirigida a dos grups de visitants, l'escolar i els residents i comunitat local. Hi ha una manca de suports informatius cap a altres col·lectius. La presència d'eines per a persones amb discapacitat també és molt dèbil.

La visita guiada és la principal eina d'interpretació utilitzada pel museu, sobretot a la Seu d'Ègara. Els fulletons turístics de la ciutat també representen un bon suport de promoció, ja que són atractius i molt visuals. En general, però, manquen eines d'interpretació.

D.A.F.O. EINES D'INTERPRETACIÓ	
Debilitats	Fortaleses
Poca homogeneïtzació dels plafons informatius i la senyalització entre els diferents espais.	La imatge gràfica i senyalització interior de la Seu d'Ègara. La senyalització exterior.
Tots els continguts estan escrits només en català.	L'audioguia de la Seu disponible en quatre idiomes (català, castellà, francès, anglès).
Senyalització interna insuficient (excepte a la Seu d'Ègara).	Gran oferta de visites guiades i itineraris. Els fulletons turístics.
Poca quantitat d'informació in situ.	
Falta d'un fulletó genèric actualitzat i disponible a tots els espais.	
Els fulletons del museu són obsolets i la informació no està actualitzada.	
No hi ha fulletons específics del museu a la Oficina de Turisme de la ciutat.	
Manca de documentació segmentada per públics.	
Recursos i materials didàctics antiquats.	
No es realitzen enquestes als usuaris de les visites guiades.	
Manca d'oferta de visites guiades i productes dirigits al turisme religiós a la Seu d'Ègara.	
Amenaces	Oportunitats
Degradació dels materials. Els fulletons obsolets desmotiven la visita.	L'Oficina de Turisme de Terrassa com a punt de promoció i informació.

Taula 22. Anàlisi DAFO de les eines d'interpretació del Museu de Terrassa

(Font: Elaboració pròpia)

6.3. Promoció i comunicació

Tal i com s'ha exposat al marc teòric, la promoció es pot dividir en diversos elements, com la publicitat, la promoció de vendes, les relacions públiques, les ventes personals, la publicity, el patrocini o el màrqueting directe, entre d'altres. La promoció és una de les tècniques del màrqueting que té per objectiu comunicar i incentivar al consumidor perquè compri. A nivell de promoció turística, algunes de les accions més conegudes són la

publicitat, les relacions públiques, la participació a fires d'àmbit turístic, els fam-trips, press-trips, *roadshows* o la creació d'esdeveniments. Amb l'ús de les xarxes socials també s'han popularitzat els *Blogtrips* o les trobades d'usuaris d'Instagram.

EL Museu de Terrassa no disposa de cap departament de comunicació o màrqueting, la persona que s'ocupa de la difusió és també qui gestiona aquest àmbit. Les accions de promoció més utilitzades pel museu són les relacions públiques, la creació d'activitats, el marxandatge, i el màrqueting directe, amb especial incidència en les xarxes socials. Aquest capítol s'ha dividit en set apartats, on s'analitzen les principals eines de comunicació que utilitza la institució: La publicitat, la web del museu, les xarxes socials, les relacions públiques i activitats, els materials impresos (en especials els fulletons), i el marxandatge.

6.3.1. Publicitat

Tot i que el museu realitza poques accions de publicitat, cal destacar-ne una per la visibilitat que té. És la instal·lació de dues grans tanques publicitàries, patrocinades per Coca-Cola, en una de les entrades de la ciutat. Aquesta publicitat té un gran impacte visual, ja que està ubicada en un lloc estratègic de pas obligat si et dirigeixes al centre la ciutat venint de Barcelona.

6.3.2. Web del Museu

El Museu de Terrassa no disposa de web pròpia, els seus continguts formen part de la web de l'Ajuntament de Terrassa. Es pot consultar en dos idiomes, català i castellà.

Hi ha diverses variables a tenir en compte alhora de valorar una pàgina web, com són l'accessibilitat, l'actualització de continguts, la seguretat, l'estructura i navegabilitat, el disseny o la universalitat. A mode de resum faig un breu anàlisi de la web del museu a partir d'aquestes variables.

L'Accessibilitat, compren tot allò que faci una web accessible a tot tipus d'usuaris (independentment de les seves capacitats tècniques so físiques), perquè un lloc web sigui accessible ha de comprensible, navegable i transformable. La informació ha de ser fàcil de trobar i recuperar. La web del MdT no disposa d'un domini propi, sinó que forma part del domini de l'Ajuntament de Terrassa. Tot i així es tracta d'un domini senzill (www.terrassa.cat/museu) i molt indicatiu. Tan al cercador Google com Yahoo apareix el primer de la llista. Al cercador Bing apareix en cinquena posició. En tot moment apareix el contacte de l'Ajuntament a la part inferior de les pàgines, amb la possibilitat de posar-s'hi en contacte. A la part inferior esquerra també hi ha la opció "Accessibilitat" on s'especifica

que l'Ajuntament de Terrassa està compromès a oferir la Prioritat 2 d'Accessibilitat (normes dictades pel World Wide Web Consortium), i ofereix la possibilitat de contactar amb el departament de Comunicació per a qualsevol incidència.

Credibilitat i solvència de la pàgina es el grau de confiança que s'atribueix als continguts i informació de la web. Queda molt clara l'autoria de la pàgina, fet molt útil per saber si estem davant d'informació fiable i "oficial". L'únic que pot provocar confusions és el fet de no saber a que la web del museu és la de l'Ajuntament, i esperar trobar una web pròpia de la institució. Quant a la política de tractament de dades, les transaccions, el copyright o les condicions generals d'ús de la pàgina queden clarament especificada a l'apartat "Nota legal", al costat de la opció "Accessibilitat". Aquests son aspectes relacionats amb la seguretat i es important per l'usuari per saber quin ús se'n poden fer de les seves dades.

La usabilitat d'un lloc web significa que mostra d'una manera clara i senzilla els seus continguts, que la informació és ràpida de trobar, i està actualitzada. L'actualització dels continguts d'aquesta web no és visible en cap moment, aquest fet aporta poca credibilitat ja que no possibilita saber de quan és la informació que hi ha publicada. La pàgina d'inici del museu és molt clara, està dividida en els diferents elements que conformen el museu, i s'accedeix ràpidament a cada contingut. Al no ser una web dedicada únicament al museu, la informació està estructurada en columnes, i només la central és la que conté la informació de la institució, a les columnes dreta i esquerra hi ha informació genèrica de l'Ajuntament, l'espai dedicat al museu en si queda estret. La presentació dels continguts és clara i neta, el text negre sobre fons blanc facilita la lectura, però visualment és un pèl avorrit, hi ha poca imatge i el seu format (tan de text com d'imatge) en comparació amb el disseny de la pàgina és reduït.

Universalitat, és la capacitat de dirigir-se a diferents perfils de mercat a través de l'idioma, el tipus de llenguatge, el contingut del text i la informació. Al tractar-se d'una pàgina dirigida a usuaris de diverses procedències es molt convenient valorar el grau de disponibilitat d'idiomes de la web. En aquest cas només es pot consultar en català i castellà.

Interactivitat significa que la web possibiliti la capacitat d'interactuar amb els continguts de la web, que siguis senzill per l'usuari contactar amb els responsables de la web, que es pugui participar activament en una activitat oferta per la web, com per exemple un joc. També es refereix a la possibilitat per part de l'usuari de generar contingut, per exemple a

traves d'un fòrum. Aquesta web no presenta massa interactivitat, l'usuari pot enviar un correu electrònic al responsables de la web, però no hi ha mecanismes d'interacció entre el museu i el client.

L'anàlisi del contingut d'aquesta pàgina, des del punt de vista del visitant turístic, és més aviat pobre. La quantitat d'informació és correcta, la pàgina s'estructura a partir dels seus diferents espais (Castell, Seu d'Ègara, claustre, Torre de Palau i Casa Alegre de Sagrera) però va dirigida a un sol tipus de visitant, més aviat local, no es presenta segons els diferents públics que té el museu. Seria convenient que els continguts d'aquesta web es dividissin en tres, segons les tres tipologies principals d'usuaris: el sector educatiu, els turistes i visitants i als especialistes o estudiosos. Un dels aspectes més negatius de la pàgina doncs, és la usabilitat, ja que tampoc es presenta en idiomes (només català i castellà). Com a aspectes més positius hi ha l'accessibilitat i la credibilitat.

També cal remarcar l'existència del Blog de la Seu d'Ègara, tot i que ja no estigui actiu. El març de 2009 el museu va crear un blog específic de la seu d'Ègara, amb informació bàsica sobre el conjunt monumental, llibres i opuscles descarregables gratuïtament en quatre idiomes i continguts audiovisuals. S'hi va deixar de publicar al novembre del mateix any i des de llavors està en desús. L'url del blog és www.seudegara.cat

6.3.3. Xarxes socials

La presència a les xarxes socials del museu es redueix a un perfil de Facebook que va ser creat el 15 de febrer de 2013, i a principis de 2014 compta amb 268 seguidors. Es un perfil força actiu actualment, on s'hi genera contingut més d'una vegada a la setmana, normalment per informar sobre alguna activitat cultural o turística organitzada pel propi museu o on hi participi. Com a museu segueix a 122 pàgines, la majoria perfils de l'àmbit cultural i museístic, entre els que destaquen altres museus i espais patrimonials catalans.

Cal esmentar que al febrer de l'any 2012 és va donar d'alta un perfil de facebook de la Seu d'Ègara, però actualment ja no està en funcionament. Es va deixar de fer servir el 9 de novembre de 2012. La url d'aquest perfil és <https://www.facebook.com/laseuegara>, i té 31 seguidors. Aquest compte de facebook va funcionar durant 9 mesos en els que és van penjar imatges d'algunes accions promocionals de la Seu d'Ègara, com una visita guiada de tour operadors, l'assistència a una fira de turisme, o imatges d'esdeveniments com el Festival de Jazz de Terrassa. Aquesta pàgina es va crear després de la inauguració de la Seu d'Ègara, al igual que un compte de twitter, que tampoc està actiu. El total d'imatges

que conté aquest perfil són vuit, cinc de les quals pertanyen a la Seu d'Ègara. Totes les imatges del conjunt d'aquest compte són de l'exterior de l'element, o de les maquetes que recreen la Seu d'Ègara en el seu moment de màxima esplendor.

Tornant al perfil del museu, <https://www.facebook.com/museudeterrassa>, a nivell de disseny, destaca el fet que les imatges publicades no estan retocades ni manipulades, com sol ser tendència últimament. Aquest fet fa que en conjunt es transmeti una sensació de no "estar a la última", poc atractiu. També cal mencionar que el contingut està escrit en català únicament. En quant als missatges o "posts", en general són informatius, no busquen generar feedback o participació.

6.3.4. Relacions públiques

Les relacions públiques impliquen totes aquelles relacions que el museu té amb els seus diversos públics, ja siguin els seus clients (entre ells el públic turístic), la premsa, la competència, els proveïdors, l'administració, la comunitat, les autoritats, etc. En aquest apartat ens fixarem en les relacions entre la institució i el sector turístic. Les eines de relacions públiques que el museu fa servir amb el seu públic turístic són bàsicament dues, les accions de comunicació i la realització d'activitats. Per altre banda és relaciona també amb el sector turístic a través de convenis, contractes, intercanvis o col·laboracions.

Les accions de comunicació entre el museu i els seus usuaris es realitzen a través d'internet i a través de publicacions municipals (Destaquen "Visquem Terrassa" i el "Butlletí de Relacions europees i internacionals"), on s'hi publiquen i difonen puntualment les activitats i notícies relacionades amb la institució. Mensualment també és publiquen les activitats a diferents agendes com la de l'Ajuntament, la de la Xarxa de museus locals, la Xmhcat, o La Vanguardia, entre d'altres.

Quant a activitats, les principals accions programades pel museu són les visites guiades, els itineraris i les jornades de portes obertes. Aquest 2014 com a novetat també s'ha iniciat la organització de diversos *phototours*, que és podrien considerar una tipologia de visites guiades, amb l'afegit que els participants van realitzant fotos durant el recorregut que van penjant i comentant a les xarxes socials, fet que potencia l'acció i dona visibilitat a l'element, alhora que és crea contingut de manera gratuïta.

De les últimes memòries que s'han consultat del museu, les del 2011 i 2012, destaquen la organització de les següents activitats relacionades amb el turisme:

- Participació al dia internacional dels Museus (18 de maig) organitzant una visita nocturna a la Seu d'Ègara i la Torre de Palau
- Visites comentades durant la Festa Major de la ciutat al Convent de les Josefines, el Refugi de la Guerra Civil, la Masia i Capella de San Cristòfol de Ca n'Anglada, el Cementiri Municipal i visites guiades nocturnes als espais del Museu.
- Tallers infantils específics per nadal i l'estiu.
- Accions especials com conferències, presentacions de llibres, actes commemoratius o cursos de difusió del patrimoni.
- Durant la Fira Modernista jornada de portes obertes a la Casa Alegre de Sagrera i instal·lació d'una parada informativa al raval de Montserrat durant la Fira de ciutats Modernistes.
- En motiu de les Jornades Europees del patrimoni jornada de portes obertes a la Seu d'Ègara.
- Desenvolupament de diferents accions dins del programa "Culture 2009-2013. Budget 2010" de la Xarxa Réseau Art Nouveau, com paquets educatius específics, seminaris tècnics per professionals, edició de material i realització d'una exposició itinerant.

6.3.5. Productes de marxandatge

Per marxandatge entenem tots aquells productes que es comercialitzen per tal de promocionar una marca, al sector turístic és una eina de promoció força recurrent, sobretot per destinacions o elements amb gran volum de visitants. Els elements més tradicionals del marxandatge turístic són els pins, els imants, les postals, les samarretes, gorres, bosses, punts de llibre o articles d'escriptori com bolígrafs, llapis o llibretes. També hi ha articles més sofisticats, però és tendeix a dissenyar articles senzills i econòmics, ja que l'objectiu principal és el de vendre'n el màxim d'unitats possible de la manera més ràpida, és tracta de productes de consum ràpid on normalment la quantitat està per sobre la qualitat. Els objectius dels productes de marxandatge són principalment donar a conèixer i potenciar una marca, associar una marca a una imatge, transmetre la personalitat i els valors de la marca i convertir el visitant en comprador, facilitar la compra.

El MdT no disposa de productes de marxandatge amb la imatge o logotip del museu, però si alguns productes relacionats amb els seus elements patrimonials, sobretot de la Seu d'Ègara, quan, a partir del Pla de Dinamització de l'any 2009, es va potenciar una línia de productes inspirats en les esglésies de Sant Pere com samarretes, llapis, imants, llibretes, i

diversos objectes d'artesanía i disseny. També es van editar en suport digital algunes publicacions sobre el conjunt monumental, versions digitals i descarregables tan a la web de turisme com al blog de la Seu (que ja no està en funcionament).

Els productes del museu estan a la venda a la recepció de la Seu d'Egara, a la Oficina de Turisme i també a través de la web de turisme.

A la web apareixen tots els productes de marxandatge disponibles, i els relacionats amb elements del museu són:

- Agulla de plata Esglésies de Sant Pere (108,78)
- Anell or 18 kts Esglésies de Sant Pere (432 €)
- Anell plata Esglésies de Sant Pere (53,35 €)
- Arracades Esglésies de Sant Pere ganxo plata (65,08 €)
- Arracades Esglésies de Sant Pere rodones plata (80,79€)
- Botons de puny Esglésies de Sant Pere plata (104,48€)
- Clauer Esglésies de Sant Pere plata (119,31€)
- Penjoll Esglésies de Sant Pere plata (100€)
- Punt de llibre llarg plata Esglésies de Sant Pere (83,27€)
- Punt de llibre quadrat plata Esglésies de Sant Pere (77,73€)
- Punxó Esglésies de Sant Pere plata (52,64€)
- Imant Seu d'Ègara (6,46 €)
- Llapis Seu d'Ègara (0,94 €)
- Llibreta Seu d'Ègara (5,27 €)
- Samarreta Seu d'Ègara (12€)
- Rajola estalvi Esglésies de Sant Pere (11,76 €)
- Rellotge sobretaula amb dibuix de les Esglésies de Sant Pere (24,76 €)
- Espelma Torre de Palau (7,30 €)
- Imants Torre de Palau (2,63 €)
- Teatre Torre de Palau (33,34 €)
- Cartera de pell amb pin de plata amb la imatge de la Torre del Palau (61,02€)
- Punxó de plata Torre de Palau (52,64€)
- Rellotges de polsera amb l'esfera gravada amb la imatge de la Torre del Palau (94,92€)
- Tapa de cava gravats amb la imatge de la Torre del Palau (25,27€)
- Postals Torre de Palau (1,91 €)
- Pòster vista panoràmica Torre de Palau (2,76 €)

- Pack punts de llibre Torre de Palau (10,54 €)
- Regla i goma d'esborrar Torre de Palau (3,96 €)
- Cullera de plata Torre de Palau (102€)
- Bufanda amb dibuix dels merlets de Torre de Palau (54,39€)
- Imant retaule gòtic dedicat als Sants Abdón i Senén (2,51€)
- Botó reproducció de la flor de la reixa de la casa Alegre de Sagrera (3,20€)
- Pòster Casa Alegre (2,09 €)

No tots els productes que apareixen a la web estan disponibles a la Oficina de Turisme o a la Seu d'Ègara, on només s'hi exposa una petita mostra. A la Seu només disposen de productes de les esglésies.

L'oferta de productes és variada, però en general es tracta d'articles una mica luxosos, l'element més representat són les esglésies de Sant Pere, seguit de la Torre de Palau, en canvi del Castell Cartoixa i del Claustre de Sant Francesc no hi ha cap producte. L'oferta es desigual entre els elements del museu. Crida l'atenció que la Torre de Palau, un dels símbols de la ciutat i una de les icones més representades en els productes de marxandatge, és un espai que no està obert al públic normalment, per contra, la Casa Alegre de Sagrera, l'espai més visitat del museu, no disposa de quasi cap article.

Tots els articles de la botiga de turisme (estiguin relacionats o no amb el museu) han estat dissenyats per artesans i artistes locals. Tots ells han estat inspirats en el patrimoni natural i monumental de Terrassa, així com en la cultura popular. Tots els productes, inclosos els senzills, són de qualitat i disseny exclusius. La botiga on-line només es pot consultar en català, tot i que hi apareixen les icones de cinc banderes, fet que sembla que és pugui traduir el contingut.

6.3.6. Conclusions de la promoció

La manca de personal destinat a la promoció i màrqueting repercuteix en les poques accions que es desenvolupen en aquest àmbit. En els últims dos anys el museu ha augmentat l'ús del Facebook, utilitzat com a canal de promoció i difusió de les seves activitats, però en general la promoció del museu és escassa i poc cohesionada. Destaquen la organització d'activitats al voltant de la Seu d'Ègara, com el cicle de cultura medieval, l'organització d'un *phototour* o els cicles de concerts. La resta d'espais queden una mica a segon pla.

Basant-nos en la definició anteriorment utilitzada al marc teòric on defineix promoció com “aquelles activitats que desenvolupen les empreses per comunicar els seus productes i persuadir als compradors” veiem que les activitats principals que utilitza son la *publicity* (Realitzen notes de premsa i fan arribar informació puntual a les diverses publicacions municipals) i el màrqueting directe (a través de la seva web i el facebook i penjant mensualment les seves activitats a diferents agendes, com la de l’Ajuntament, Xarxa de museus locals, Xmhcat o La Vanguardia). Aquests mitjans van dirigits bàsicament a un usuari català, local i consumidor de cultura o client i seguidor del museu. La promoció turística del museu es centra sobretot en l’àmbit de la ciutat, i es realitza poca promoció a l’exterior de Terrassa. Es podria incidir més en altres tipus de publicacions o webs dirigides al públic turístic.

Una altre acció que s'utilitza és la promoció en vendes a través dels descomptes en l'entrada que és fan per grups, les entrades gratuïtes als residents a Terrassa o les jornades de portes obertes.

D.A.F.O. PROMOCIÓ	
Debilitats	Fortaleses
No existeix un departament de comunicació i màrqueting.	Perfil del museu al facebook molt actiu.
Falta d'accions de difusió i promoció.	Museu participatiu en els esdeveniments de la ciutat.
No disposa d'una web pròpia.	Gran quantitat de productes de marxandatge.
Manca d'usabilitat de la web (només disponible en català i castellà).	Gran oferta de visites guiades.
Web poc atractiva.	Es generen publicitat a través de notes de premsa.
Blog i facebook de la Seu d'Ègara creats però en desús.	
La botiga de productes on-line només és pot consultar en català.	
L'oferta de marxandatge és desigual entre els elements del museu.	
La Casa Alegre de Sagrera (espai més visitat del museu) no disposa de quasi cap article de marxandatge.	
Amenaces	Oportunitats

Falta de recursos econòmics.	Les xarxes socials com a plataforma
Falta de personal.	gratuïta de difusió.

Taula 23. Anàlisi DAFO de la promoció del Museu de Terrassa (Font: Elaboració pròpia)

6.4. La imatge del Museu de Terrassa

El propòsit d'aquest apartat és el d'evidenciar quines son les característiques de la imatge que transmet el museu. S'analitzen cinc suports on la imatge té una forta presència: guies turístiques, notícies publicades a la premsa, pàgines web, xarxes socials i materials impresos, amb l'objectiu d'extreure'n certs patrons repetitius i poder definir com és aquesta imatge, els principals nodes o elements representats, quins valors transmet i si coincideixen amb els del propi museu.

Tal i com s'ha especificat al marc teòric d'aquest document, la importància de la imatge en la societat actual és de gran importància, en la era de la comunicació visual, una mala imatge pot provocar efectes molt negatius en un producte o empresa, i una bona imatge condiona molt positivament al consumidor, i per tan es transforma en una potent eina de màrqueting. Segons la literatura hi ha diferents tipus d'imatges d'un destí segons qui les hagi fet, i per a quin motiu. En aquest cas ens centrarem en la imatge emesa projectada tan per la pròpia institució (a través de la seva web, els fulletons i el seu perfil de Facebook) com per altres actors no vinculats amb el destí (la premsa, pàgines web de promoció turística, i guies turístiques). La majoria de les imatges són induïdes, ja que han estat creades per la pròpia empresa o per altres ens de promoció amb la voluntat de vendre el recurs o producte.

6.4.1. Guies turístiques

Per veure quina imatge es transmetia des de les guies turístiques se n'han consultat una vintena, tan d'àmbit europeu, com estatal o locals. De les vint guies només cinc parlen d'algun dels recursos del museu, i d'aquestes cinc quatre incorporen imatges. La majoria de guies turístiques revisades no fan referència al Museu de Terrassa, i les poques que ho fan esmenten sobretot les esglésies de Sant Pere. Es tracta de guies una mica antigues, amb imatges i informació desfasada.

Quant a l'àmbit geogràfic de la guia, les europees no parlen del museu de Terrassa, i tampoc de la ciutat, només ho fan les d'àmbit estatal o de comunitat autònoma. Destaca el fet que de les quatre guies amb imatges, dues siguin de temàtica romànica (*Las rutas del*

romànic en España”, “*Guía del romànic en España*”). Pel que fa al contingut, l’espai dedicat als elements del museu és d’entre mitja a quatre pàgines.

Podríem concloure que la presència d’imatges a les guies turístiques no és rellevant. No hi ha presència del Museu de Terrassa a les guies turístiques, i amb prou feines de la ciutat. Duna vintena de guies només s’han recollit nou imatges, dues del Castell Cartoixa, i set de la Seu d’Ègara, d’aquestes set, dues corresponien a les pintures murals del Martiri de Sant Tomàs, a l’interior de l’església de Santa Maria. El conjunt de les esglésies de Sant Pere, doncs, és el recurs amb més presència, tot i que cal dir que en cap moment és parla del museu, sinó dels elements per separat.

Total d’imatges del museu a les guies turístiques: 9

Seu d’Ègara: 7

Castell Cartoixa: 2

Casa Alegre de Sagrera: 0

Torre de Palau: 0

Claustre de Sant Francesc: 0

Altres: 0

Taula 24. Quantitat d’imatges a les guies turístiques (Font: Elaboració pròpia)

6.4.2. Premsa

El MdT no disposa de departament de premsa, la persona responsable de la difusió del museu elabora notícies i notes de premsa que fa arribar puntualment a diverses publicacions municipals. Ella és l’encarregada de fer d’enllaç entre el museu i els mitjans de comunicació. Les publicacions amb les que treballen més assíduament són Visquem Terrassa, Butlletí de Relacions europees i internacionals, La Vanguardia, l’agenda municipal, la web de la Xarxa de museus locals o a la xarxa de Museus d’Història de Catalunya (Xmhcat). Alhora també elaborem notícies per la seva web (que forma part de l’Ajuntament de Terrassa), i pel facebook del Museu. La majoria de notícies fan referència a temes d’agenda associats a la cultura i l’art (exposicions, cursos i activitats diverses que organitza la mateixa institució) gairebé no hi ha informació d’activitats destinades al públic turístic, però també s’informa (amb menys mesura) sobre la participació del museu en esdeveniments de la ciutat (destaca la Fira Modernista), balanços de temporada, la candidatura de la Seu d’Ègara a Patrimoni de la Humanitat, o les obres de restauració que és realitzen. Quant a temàtica turística, la majoria de notícies giren entorn el nombre de

visitants que visiten alguns dels espais, sobretot la Seu d'Ègara. No disposen de dossier de premsa ni tenen el recull de notícies disponible per consultar des de la web.

Per tal de veure quina és la imatge del museu a la premsa escrita s'ha fet una recerca a través de cinc vies:

- Les hemeroteques dels diaris La Vanguardia, Diari de Terrassa i La Torre
- El cercador Google
- El recull de premsa de l'Àrea de Turisme de Terrassa
- La memòria d'activitats del l'any 2010 i 2011 del Museu

S'han trobat notícies des de l'any 1989 fins el 2014. Destaca el fet que com a museu es generen poques notícies, la majoria són dels elements per separat. La Seu d'Ègara es el que agrupa més notícies. La majoria de notícies no van acompanyades de cap imatge així que l'anàlisi d'imatges en premsa s'ha fet només de 41 articles. Es tracta de notícies publicades als mitjans La Vanguardia (12), El Periódico (1), El Punt Avui (7), La Torre (14) i el Diari de Terrassa (7). El diari que ha publicat més notícies amb imatges és La Torre, mitjà terrassenc de format digital.

La Seu d'Ègara és l'element més fotografiat, de les quals onze són panoràmiques de tot el conjunt de les esglésies, set mostren només l'Església de Sant Pere i cinc l'església de Santa Maria. El conjunt de les esglésies compta amb 23 notícies de les 41 totals. La Casa Alegre de Sagrera compta amb set imatges, el Castell Cartoixa quatre, i el claustre i la Torre de palau només una cada element. La majoria d'imatges mostren els elements des de l'exterior.

Total d'imatges del museu publicades en premsa: 36

Seu d'Ègara: 23

Castell Cartoixa: 4

Casa Alegre de Sagrera: 7

Torre de Palau: 1

Claustre de Sant Francesc: 1

Altres: 5

Taula 25: Quantitat d'imatges publicades en premsa (Font: Elaboració pròpia)

6.4.3. Pàgines web

En aquest apartat s'analitzen les principals pàgines web d'organismes públics de gestió turística, com són Turespaña i Catalunya Turisme, així com la web de promoció turística de la província de Barcelona, la del propi Ajuntament de Terrassa, la web de la Xarxa de Museus d'Història de Catalunya de la Generalitat, i la de Catalunya Sacra, ja que és una de les que recull més imatges de la Seu d'Egara com a recurs turístic. A continuació es descriuen breument les webs consultades:

- Turespaña. Portal de l'organisme espanyol responsable de la marca turística Espanya i del màrqueting d'Espanya a l'exterior.
- Catalunya Turisme. Portal de promoció turística de Catalunya de la Generalitat.
- Barcelona és molt més. Portal de promoció turística de la Demarcació de Barcelona sobre la província.
- Xarxa de Museus d'Història i Monuments de Catalunya. Xarxa creada per la Generalitat de Catalunya amb la finalitat de potenciar museus i monuments relacionats amb la història del país.
- Catalonia Sacra. Projecte dels bisbats catalans per donar a conèixer el patrimoni vinculat a l'Església Catòlica.
- Web de l'Ajuntament de Terrassa. Aquesta web engloba la del propi museu i també la web de turisme de la ciutat.

Turespaña (<http://www.spain.info/es>). Una de les poques imatges que apareixen de la ciutat de Terrassa en aquesta web correspon a la Seu d'Egara, es tracta de la pintura mural del Sant Tomàs Becket, a l'interior de Santa Maria. En quant al contingut també esmenta la Torre de Palau i el Castell Cartoixa i comenta que tots tres elements formen part del museu. No inclou les dades de contacte del museu ni informació pràctica.

Catalunya Turisme (<http://www.catalunya.com>). Aquí s'inclouen tres imatges del museu, dues referents a la Seu d'Egara, i una al Castell Cartoixa. La informació de contacte dels tres espais també hi apareix, però la de la Torre de Palau no està actualitzada, ja que posa "Tancat per obres".

Barcelona és molt més (<http://www.barcelonaesmoltmes.cat/es/>). No s'esmenta el museu de Terrassa com a recurs turístic, però sí la Casa Alegre de Sagrera com edifici inclòs dins de la ruta modernista, i hi apareixen dues imatges del seu interior. També hi ha dues imatges panoràmiques de la Seu, amb un enllaç al fulletó de la Seu d'Egara en pdf, i s'informa sobre el Cicle de Cultura Medieval organitzat pel museu i celebrat a les esglésies de Sant Pere. No apareixen dades de contacte ni informació sobre horaris ni preus del museu.

Xarxa de Museus d'Història i Monuments de Catalunya (<http://www.xmh.cat/>). Xarxa formada per set museus catalans, entre ells el de Terrassa, i quaranta monuments, en el que s'inclouen la Seu d'Ègara, la Torre de Palau, la Casa Alegre de Sagrera i el Claustre de Sant Francesc d'Assis. Els monuments del museu estan ubicats dins de la web per duplicat. El total d'imatges del museu són vint-i-tres, deu de la Seu, sis del Castell Cartoixa, cinc de la Casa Alegre de Sagrera, una de la Torre i una altra del Convent. Son imatges tan de l'interior com de l'exterior dels monuments, i també d'activitats i tallers infantils. Conté informació actualitzada de cada espai, així com d'activitats que s'hi realitzen.

Catalonia Sacra (<http://cataloniasacra.cat/>). En aquesta web, només hi apareix la Seu d'Ègara, ja que és l'únic element del museu que alhora és propietat del bisbat. Hi apareixen dinou imatges del conjunt episcopal, vuit de l'església de Sant Pere, tres de Santa Maria, i una de Sant Miquel, la resta són panoràmiques on hi apareix més d'un element i una correspon al retaule dels Sants Abdó i Senén, que actualment es troba a l'espai museïtzat, dins de l'edifici de l'antiga rectoria. També hi apareix informació completa i actualitzada d'horaris (tan d'obertura com de misses), preus, accessos, contacte, recursos bibliogràfics i altra informació turística d'interès.

Ajuntament de Terrassa (<http://www.terrassa.cat/museu> i <http://www.terrassa.cat/turisme>). La web del museu forma part de la de l'Ajuntament, igual que la de turisme; les imatges del museu publicades en aquests dos links sumen 74 fotografies. Es la web que en conté més quantitat. L'espai més fotografiat és el Castell Cartoixa, amb 23 imatges, seguit del claustre de Sant Francesc, amb tretze, després ve la Seu d'Ègara, amb 11 imatges, la Torre de Palau, vuit, i per últim la Casa Alegre, amb set fotografies. La resta d'imatges són el logotip del museu, i fotografies d'obres i peces d'exposicions temporals.

El total d'imatges recollides en aquestes webs és de 124, d'aquestes 112 pertanyen als elements monumentals, la resta són imatges d'activitats on hi apareixen persones en altres espais, el logotip del museu o peces i obres d'exposicions temporals que no estan ubicades en cap espai.

Total d'imatges del museu a les webs analitzades: 124

Seu d'Ègara: 45

Castell Cartoixa: 30

Casa Alegre de Sagrera: 14

Torre de Palau: 9

Claustre de Sant Francesc: 14

Altres: 0

Taula 26: Quantitat d'imatges del museu a altres webs (Font: Elaboració pròpia)

6.4.4. Xarxes socials (Facebook)

En aquest apartat s'han analitzat les imatges que conté el perfil de Facebook del museu <https://www.facebook.com/museudeterrassa>, ja que és l'única xarxa social on hi són presents. Aquest perfil es va crear el 8 de març de 2012, i al mes d'abril de 2014 disposa de 300 seguidors. Es força actiu, s'hi penjen continguts més d'un cop per setmana, i sempre són continguts de creació pròpia, amb imatges fetes pel propi museu. La persona encarregada de gestionar aquesta xarxa social és la difusora del museu. Com s'han comentat anteriorment, durant el 2012 també es va donar d'alta un perfil de la Seu d'Egara al Facebook i al Twitter que ja no funcionen. Els seguidors d'aquest perfil de Facebook no són massa actius, i els missatges que el museu publica, sempre acompanyats d'imatges, no busquen feedback amb l'usuari, sinó més aviat informar. Tampoc fan servir aquesta plataforma per organitzar sorteigs ni concursos. Podríem dir que tot i que se'n fa un ús força actiu i atractiu, el museu no aprofita totes les opcions que Facebook ofereix per incrementar les relacions amb el seu públic.

S'ha fet el buidatge d'un total de 201 imatges. En aquest perfil s'especifica que es tracta d'un "espai on poder participar de l'actualitat del Museu de Terrassa, i descobrir el llegat del patrimoni de la ciutat". D'aquesta frase se n'extreuen els dos principals objectius d'aquesta eina, el d'informar i el de crear participació, generar feedback amb l'usuari, i per tan fer créixer el coneixement del museu a través de la xarxa.

Degut a la gran quantitat d'imatge d'aquest perfil, he agrupat les fotografies en sis grups, segons la temàtica a la que fan referència: activitats infantils, esdeveniments generats pel museu, esdeveniments no organitzats pel museu, informacions varies, Fira Modernista i altres. Aquesta classificació l'he fet a partir d'observar quines són les temàtiques més usuals de les imatges, i veure que no s'identifiquen tan amb els elements patrimonials, sinó amb esdeveniments i activitats, més amb "el que passa" que no "a on passa".

Al llibre "La imatge turística del patrimoni monumental de Girona" de N. Gali (2005) el tractament estadístic de les imatges es va fer seguint el mètode de R.S. Dilley (1986), en el que es classificaven les imatges en quatre grans blocs: a) Paisatge i natura, b) cultura, c) serveis, i d) oci. En aquell estudi també es va dividir el grup cultura en subapartats: monuments, museus, conjunts monumentals, elements patrimonials, turistes que consumeixen patrimoni, tradicions culturals, festivals i gastronomia. A partir d'aquest

estudi he creat la meva pròpia classificació, sobretot per ser més àgils alhora de visualitzar els resultats.

La majoria d'imatges fan referència a esdeveniments creats pel propi museu i que es realitzen en alguna de les instal·lacions del seu edifici. Aquest grup inclou vuitanta-set imatges. Entre les activitats més comuns que es promocionen hi ha exposicions, concerts o activitats relacionades amb la música, i actes públics com presentacions d'esdeveniments. El segon grup més nombrós d'imatges és el d'activitats infantils, amb 43 fotografies. Aquestes imatges fan referència sobretot a tallers infantils i activitats familiars. Curiosament moltes d'elles mostren titelles, a partir dels quals s'articulen els tallers de contes o els itineraris per infants. Les imatges d'aquest grup no mostren els elements patrimonials del museu, sinó que mostren imatges amb nens fent manualitats, els titelles amb els quals es fan els tallers, o dibuixos que il·lustren la celebració d'activitats com poden ser el Nadal, la Setmana Santa o la Castanyada, entre d'altres. En tercer lloc hi ha les imatges que fan referència a esdeveniments que no han estat creats pel museu, però que aquest ha cregut oportú promocionar i fer-ne difusió (26 fotografies). Es tracta d'esdeveniments culturals o turístics que transcorren a la pròpia ciutat i estan organitzats per altres museus, o entitats culturals de Terrassa, aquí s'inclouen visites guiades, exposicions, o celebracions tradicionals com Sant Jordi. Algunes imatges també fan referència a esdeveniments fora de la ciutat, però relacionades d'alguna manera amb el patrimoni del museu. A continuació hi ha les imatges que he etiquetat com a "Informacions varies", i que tenen a veure amb continguts merament informatius (no promocionen cap esdeveniment ni activitat), com pot ser la descripció d'algun element patrimonial de la ciutat, d'alguna peça del museu, o informacions històriques. Aquest grup compta amb 29 fotografies. Per acabar s'han agrupat les imatges referents a la Fira Modernista en un grup propi, ja que suposen onze imatges i comparat amb la resta d'esdeveniments es força, i per últim les imatges que no s'han pogut classificar, que són cinc, i fan referència a salutacions (per exemple quan s'utilitza una imatge per dir bon dia o donar la benvinguda a un període vacacional) i d'altres que s'han publicat sense cap mena de llegenda.

Les imatges analitzades al Facebook del museu, han estat observades per últim dia l'1 d'abril de 2014. El total d'imatges són dues-centes-tres, setanta-set de les quals mostren els espais monumentals del museu.

Quantitat d'imatges al perfil del Facebook: 201

Esdeveniments del museu: 87

Activitats infantils: 43

Altres esdeveniments: 26

Informacions varies: 29

Fira Modernista: 11

Altres: 5

Taula 27. Quantitat d'imatges al Facebook del museu (Elaboració pròpia)**Total d'imatges dels elements del museu al Facebook: 66**

Seu d'Ègara: 41

Castell Cartoixa: 7

Casa Alegre de Sagrera: 11

Torre de Palau: 1

Claustre de Sant Francesc: 6

Altres: 136

Taula 28. Quantitat d'imatges dels museu al Facebook del museu (Elaboració pròpia)**6.4.5. Materials impresos**

Per materials impresos ens referim a tots els fulletons promocionals o informatius editats per l'Ajuntament de Terrassa, tan per l'àrea de Turisme com pel museu. Aquest material ha estat descrit en l'apartat anterior "Eines d'interpretació". En total disposem de cinc fulletons del museu i sis de turisme. Els de turisme és poden aconseguir a la Oficina de Turisme de Terrassa, i els del museu a les instal·lacions de la seu de cultura de l'Ajuntament i a les recepcions de cada element patrimonial. Les imatges dels fulletons de turisme són molt més atractives i estan més actualitzades.

A continuació es detallen les imatges que conté cada fulletó:

- **Díptic del centre d'Interpretació de la vila medieval de Terrassa:** Díptic sense fotografies, només inclou un plànol d'ubicació dels elements que formen part del *sight*, i una il·lustració de l'antiga vila medieval de Terrassa.
- **Tríptic del Convent de Sant Francesc d'Assís de Terrassa:** Conté quatre imatges i una il·lustració de la façana del monestir i les construccions contigües. Una de les imatges és una panoràmica exterior de l'edifici, l'altre els arcs d'una de les galeries, i la resta són dels plafons, en concret el plafó núm.25, on es veu Francesc alliberant les ànimes del purgatori, i el núm.15, on es mostra el sant predicant a les aus i els

- peixos. La tercera pertany al detall d'un altre plafó que no s'identifica. Cal dir que totes les imatges són en blanc i negre.
- **Tríptic genèric del museu:** Conté dinou imatges i un plànol. Per seccions, del castell hi ha cinc imatges, i de la resta d'espais tres de cada. Hi ha una imatge d'una activitat infantil que no s'atribueix a cap espai, i una altre de l'interior de les oficines del museu, amb personal treballant. En general són imatges d'espais interiors, sense gent.
 - **Plànol guia de la Seu d'Ègara:** En aquesta petita guia hi apareixen sis fotografies i dos plànols, un de Terrassa i l'altre del monument. Tres de les fotografies són panoràmiques, i la resta mostren les pintures murals de Santa Maria i el sostre de l'interior de Sant Miquel.
 - **Tríptic Terrassa museus:** Mostra sis imatges dels diferents museus, una d'elles de les Esglésies de Sant Pere, i l'altre del Castell Cartoixa, totes dues exteriors.
 - **La Seu d'Ègara: Un conjunt monumental únic a Europa:** Aquest fulletó inclou quaranta cinc imatges de la Seu d'Ègara, dues del Castell i una de la Torre. De les imatges de la Seu, vuit són de l'església de Sant Miquel (sobretot de l'interior), set de l'església de Sant Pere, i set de Santa Maria, cinc són panoràmiques del conjunt, i la resta dels retaules gòtics ubicats dins de l'espai museïtzat, el paviment exterior, o detalls d'altres peces i elements, com les làpides, el baptisteri, etc. La majoria d'imatges són sense gent.
 - **La Seu d'Ègara: un viatge a través de l'art, les creences i la història d'Europa:** Tríptic que inclou 17 imatges del museu, la majoria de les esglésies de Sant Pere, però també una de la Torre, una del castell, i una de marxandatge variat del museu. La panoràmica de tot el conjunt és la més representada, seguit de l'església de Sant Pere i l'interior de Sant Miquel.
 - **El Modernisme industrial amb els cinc sentits:** Conté tres imatges de la Casa Alegre de Sagrera, dues són de la sala principal, una buida i l'altre amb gent realitzant una visita guiada, i l'altre és una pintura d'Alexandre de Riquer. També apareixen una imatge de la Torre i una panoràmica de la Seu d'Ègara.
 - **Ruta industrial i modernista:** Conté una imatge de la Torre i una panoràmica de la Seu d'Ègara, i tres de la Casa Alegre, una d'elles és una il·lustració de la façana principal, l'altre és una fotografia del menjador i de la sala principal, totes buides de presència humana.
 - **Plànol turístic:** Hi apareixen vuit imatges del museu, dues de la Torre de Palau (la mateixa repetida), tres de la Seu (una panoràmica del conjunt, una de l'interior de Sant Miquel i una de l'exterior de Sant Pere), una del Castell Cartoixa, una de les

galeries del claustre, i una de la sala d'estar de la Casa Alegre. Imatges sense gent o amb una mínima presència humana. La de la Torre i la del Castell són nocturnes i s'aprecia la il·luminació externa dels edificis.

- **Benvinguts a Terrassa:** Fulletó que conté 19 imatges del museu, nou de la Seu d'Ègara, quatre del Castell Cartoixa, cinc de la Casa Alegre i una de la Torre. La majoria són imatges d'exterior, sense persones. De la Seu hi ha tres imatges panoràmiques de tot el conjunt, dues de l'interior de Sant Miquel, una del retaule dels Sants Adó i Senen, una del mural de Sant Tomàs Becket, una del campanar de Sant Pere i una altra del campanar de Santa Maria. Les del Castell Cartoixa totes són exteriors excepte una del claustre, la de la Torre també es exterior, i les de la Casa Alegre són totes de fragments de vitralls modernistes excepte una de la sala principal.

Total d'imatges del museu als fulletons: 133

Seu d'Ègara: 84

Castell Cartoixa: 14

Casa Alegre de Sagrera: 15

Torre de Palau: 11

Claustre de Sant Francesc: 9

Altres: 2

Taula 29. Quantitat d'imatges del museu als fulletons (Elaboració pròpia)

6.4.6. Conclusions de la imatge turística

De tots els elements del museu, el més representat és la Seu d'Ègara, amb gran diferència, tot i que la resta també hi són representats en la majoria de suports analitzats. La menys representada és la Torre de Palau. Dins de la Seu d'Ègara podem destacar certs elements que es potencien més que altres. Els elements arquitectònics amb més presència en tots es suports són l'exterior de l'església de Sant Pere i el seu campanar i l'interior de Sant Miquel i la seva cúpula vist des de baix, amb la visió de les columnes. Quant a obres o peces artístiques, les pintures murals de Santa Maria, tan les de l'absis com la pintura mural de Tomàs Becket són les més reproduïdes. Els retaules gòtics, sobretot el dels sants Adó i Senen, també hi tenen una forta presència. Es l'espai que transmet més monumentalitat, elegància i prestigi, les imatges d'aquest conjunt són de més qualitat que la resta, per la il·luminació, l'enquadrament, el color o els punts de vista. S'associa amb un espai a l'aire lliure, ja que moltes de les imatges són de les esglésies de de l'exterior.

Espais	Imatges recollides
Seu d'Ègara	200
Castell-Cartoixa	57
Casa Alegre de sagrera	47
Claustre de Sant Francesc	30
Torre de Palau	22
Altres	143
TOTAL	499

Taula 30: Quantitat d'imatges analitzades per espais

(Font: Elaboració pròpia)

Quant al Castell Cartoixa, la segona secció del museu amb més representació després de la Seu d'Ègara, es repeteixen també certes imatges, que són la de la galeria del claustre del segon pis, l'interior de la sala d'exposicions que corresponen a les àrees del medi natural i la prehistòria, o la imatge exterior del monument amb l'entorn verd del Parc Vallparadís. En aquest cas no es mostren imatges del contingut de l'exposició, tot i disposar d'elements de considerable valor. Quan es mostra el castell, la imatge principal és la de l'edifici, les sales i el claustre. També les imatges aèries de l'exterior són nombroses.

En tercera posició es situa la Casa Alegre de Sagrera, que és l'únic espai en el que no es mostra la façana principal, totes les imatges d'aquest espai corresponent a l'interior, que de fet és la part més vistosa de l'edifici. En aquest cas es distingeixen entre les imatges d'estances i imatges de peces o detalls d'elements. Les sales més representades són el saló principal i la galeria envidriada. També la imatge de la façana posterior des del pati és una de les parts que més abunden en tots els suports. Les pintures d'Alexandre de Riquer, que presideixen el menjador, i els vitralls modernistes, són d'altres elements fortament representats.

El claustre de Sant Francesc és el quart element en quant a nombre d'imatges reproduïdes. En aquest cas hi ha tres imatges que es repeteixen constantment, una és la del claustre, on el pou central i els arbres que el rodegen, la següent de la façana exterior de l'església i per últim, però en menys mesura, d'algun detall de les ceràmiques dels plafons.

Per últim, la Torre de Palau és l'element menys representat en tots els suports. La imatge més representada és la de la Torre des de l'exterior, vista des de la plaça de la Torre del Castell Palau.

Les imatges que no pertanyen a cap dels recursos del museu formen part gairebé totes (136 de les 143 totals) del facebook. Pertanyen a altres espais de la ciutat on el museu hi organitza activitats, com el cementiri, el teatre, la Masia Freixa, i d'altres mostren episodis històrics (molts d'ells relacionats amb el període de la indústria tèxtil) o la realització d'activitats relacionades amb la programació infantil. Aquest últim grup d'imatges és el més nombrós, per tan se li dona molta més importància que a alguns elements com són la Torre de Palau o el claustre.

La imatge que emet el museu o els agents de promoció turística transmet una determinada percepció de l'element i la destinació Terrassa que influiran al turista o possible visitant durant el seu procés d'elecció de la seva destinació (Camprubí, 2009). Els tipus d'imatges aquí analitzades, ens demostren que el museu com a seu no existeix (i això és real), ja que no s'identifica amb un sol espai. Els espais que formen el patrimoni monumental d'aquesta institució no es relacionen amb un sol museu, sinó que es presenten com espai autònoms, que funcionen per separat. La imatge principal que es transmet és una imatge patrimonial, monumental, d'edificis amb història, amb un passat esplendorós, llunyà, de pedra. El més fotografiat és el patrimoni o fragments d'aquest, tan dels interiors com dels exteriors dels edificis, sobretot, com ja s'ha dit, del conjunt de les esglésies de Sant Pere i del Castell Cartoixa.

Les imatges deixen entreveure uns espais patrimonials i monumentals buits, espais tranquils i silenciosos. Es tracta de llocs ordenats, nets, espaiosos, relaxants, que conviden a la observació i l'aprenentatge en solitari, són espais per ser admirats. En general no es veu la ciutat, a excepció del Parc Vallparadís, en les imatges que mostren l'exterior del Castell Cartoixa. La majoria d'imatges en les que apareix gent, són grups d'escolars fent activitats, hi ha algunes imatges que mostren grups d'adults realitzant una visita guiada o assistint a algun acte, però són molt poques. D'això se'n desprèn que és un museu molt enfocat al públic escolar o infantil, i que el tipus de públic al que es dirigeixen les activitats és aquest. L'adult s'identificarà més amb una visita en solitari, quan visualitzi les imatges.

Pel que fa a les obres o peces dels espais, els més representats són les pintures de les esglésies de Santa Maria i Sant Miquel, els retaules gòtics de Sant Pere, o les pintures i vitralls modernistes de la Casa Alegre.

Segons el document “Estudi de la imatge i pla de comunicació de la Catedral de Girona” (2005), les funcions que hauria de tenir la imatge d’un museu són les següents:

- Transmetre la identitat del museu.
- Reflectir els valors del museu.
- Comunicar la feina del museu, les seves activitats, notícies, novetats.
- Posar en valor la importància dels seus elements.
- Atraure la participació d’assistents a les activitats i esdeveniments.
- Atraure a organitzacions o entitat per a la realització d’esdeveniments o activitats.
- Millorar l’actitud i la opinió del visitant i el públic de la institució.
- Guanyar poder d’atracció.

La Seu d’Ègara com a conjunt és el node dominant del museu. Com a aspectes positius podríem afirmar que les imatges emeses del museu transmeten un missatge d’espais patrimonials, valuosos, antics i històrics, nets i ordenats, tranquils, amb activitats dirigides sobretot al públic infantil, i per tan també al familiar. Els valors educatius i patrimonials són els més presents. Les imatges de les esglésies de Sant Pere destaquen amb força per sobre de la resta d’elements i activitats.

Quant a aspectes negatius, destaca el fet que es presentin els espais sense presència humana, poc utilitzats. No existeix una imatge que es relacioni directament amb la institució, per tan podem dir que la seva imatge com a museu en global és dispersa, feble i confusa. L’única representació del museu en si seria el seu logotip. Hi ha alguns espais, com el Castell Cartoixa o la Casa Alegre, dels que no s’aprofita tot el seu potencial per mostrar una imatge més atractiva.

D.A.F.O. IMATGE	
Debitats	Fortaleses
El museu no apareix a les guies turístiques. No és posen en valor les peces exposades al Castell Cartoixa. Imatge global confusa. La Torre de Palau com a element menys fotografiat.	La Seu d’Ègara com a node més representat. L’augment de l’ús de les xarxes socials, en especial del Facebook.
Amenaces	Oportunitats
El mNACTEC com a principal museu de la	Aprofitar l’ús gratuït de les xarxes socials

ciutat.	per difondre la imatge del museu.
Més coneixement dels recursos modernistes i industrials de la ciutat respecte els medievals.	Atractiu dels espais i gran potencial a transmetre.

Taula 25. Anàlisi DAFO de la imatge del Museu de Terrassa (Font: Elaboració pròpia)

7. Anàlisi DAFO

DEBILITATS

Relació amb el públic turístic. No hi ha prou activitats dirigides al públic turístic. La majoria d'activitats programades estan dirigides al públic escolar o infantil. Manca d'interès cap a aquest segment de públic.

Nombre de visitants. L'any 2012 el total des espais del museu van atraure 55.218 visitants, l'espai més visitat és la casa Alegre de Sagrera, amb 22.799. Un dels objectius que s'havien proposat assolir al Pla Director de la Seu d'Ègara de 2004 era el d'arribar a 50.000 visitants anuals a 5 anys vista. L'any 2009 van visitar les esglésies 23.957 persones, xifra que s'ha vist disminuïda fins arribar a 15.813 l'any 2012, menys de la meitat de l'objectiu.

Personal. Falta de personal amb coneixements del sector turístic. La persona encarregada de la difusió i l'àrea educativa és també qui gestiona els públics turístics.

Recursos econòmics. Falta de recursos econòmics. L'estat de les instal·lacions d'alguns espais, la poca promoció i la manca de personal fan evident la necessitat d'obtenir recursos econòmics.

Accessibilitat. La dificultat de trobar aparcament gratuït, la poca unificació en els horaris o la manca de serveis per a col·lectius amb discapacitats son les principals febleses de l'accessibilitat del museu.

Estat de les instal·lacions. Excepte la Seu d'Ègara, la resta d'espais museístics presenten un mal estat de conservació. Al claustre de Sant Francesc hi ha taques d'humitat molt visibles, despreniments de pintura al sostre, i equipament obsolet. Al Castell Cartoixa i la Casa Alegre els suports informatius estan en mal estat, i no presenten una imatge gràfica unitària. La retolació i senyalització interior d'aquests recintes està antiquada.

Idioma utilitzat. En la majoria d'espais les informacions estan únicament escrites en català, al igual que els fulletons. Es detecta una important manca d'informació en altres idiomes.

Eines d'interpretació. Falta d'instruments d'interpretació a tots els espais excepte la Seu d'Ègara. Al claustre de Sant Francesc, la única informació que hi ha és un tríptic. Els plafons de la Cas Alegre i el Castell són insuficients.

Fulletons i materials impresos de promoció. Falta de fulletons als espais.

Guies turístiques. Presència insuficient del museu o els seus elements a les guies turístiques.

Imatge emesa. La imatge que emet el museu a través dels seus suports de comunicació podria ser més atractiva. La principal imatge emesa és la de la seu d'Ègara, seria convenient augmentar la presència d'imatges de la resta d'espais.

Web de museu. El lloc web d'un museu ha de ser la seva principal eina de comunicació on-line. En aquest cas la web hauria de millorar la seva imatge, universalitat i interactivitat, els punts més febles de la plataforma.

Oferta de productes turístics. La oferta de productes turístics generats pel propi museu és escassa.

FORTALESES

Patrimoni artístic i monumental. Important patrimoni artístic i monumental, amb presència de peces de rellevància internacional.

La Seu d'Ègara. Actua com recurs principal del museu i node prioritari. Pot suposar un pol d'atracció cap a la ciutat i la resta d'espais del museu. Les seves obres de rehabilitació l'han convertit en un espai museïtzat de gran qualitat.

Preus d'entrada. Les tarifes per accedir al museu són raonables. El preu no sembla una barrera d'entrada per als visitants. Pels residents a la ciutat l'entrada és gratuïta.

Implicació amb la ciutat. Participació activa del museu amb els diferents esdeveniments culturals de la ciutat. Institució dinàmica i participativa, que amplia les seves propostes i activitats a la resta de la ciutat i a altres monuments. També col·labora amb altres col·lectius alhora d'oferir experiències diferents, com gastronòmiques o turístiques.

Programa educatiu. Ampli programa d'activitats escolars i infantils. Cada curs escolar es presenta un nou programa de difusió i didàctica, adreçat a tot tipus de públic, especialment a l'escolar i docent vinculat a diferents nivells educatius. El museu disposa d'una guia amb fitxes tècniques per a cada proposta, on s'especifica la descripció, durada, objectius de l'activitat i a qui va adreçada. També disposen d'eines i recursos didàctics de suport per a cada activitat i servei d'orientació i assessorament.

AMENACES

Altres formes d'oci i entreteniment. Actualment els museus formen part de l'oferta d'oci d'una ciutat o territori i competeixen amb altres productes que disposen de potents estratègies de màrqueting.

La resta d'oferta museística de la ciutat. El mNACTEC com a museu més visitat de la ciutat, i que el visitant pot considerar de més interès.

Visita prescindible. L'entrada als elements dels museu és prescindible dins d'una visita a la ciutat. Poc coneixement del patrimoni del museu. No s'identifica Terrassa amb el seu patrimoni medieval.

Accessibilitat i senyalització viària. És difícil accedir amb vehicle propi als espais museïtzats, i la majoria de recursos no estan senyalitzats a nivell viari. Falta de places d'aparcament.

Terrassa no és un destí turístic potent. Terrassa disposa de potencial turístic però la seva oferta no està estructurada. Només disposa de 1.000 places d'allotjament (5 establiments), i l'any 2012 l'Oficina de Turisme va recollir 19.500 consultes (A Girona més de 30.000), la gran majoria realitzades per residents.

Competència entre els propis elements del museu. Els cinc elements patrimonials que formen el museu es poden fer competència entre ells, ja que el visitant potser n'ha d'escollir un o dos per visitar durant la seva estada.

OPORTUNITATS

Situació geogràfica. Situat a prop de Barcelona i ubicat dins de la seva àrea metropolitana, amb més de 5 milions d'habitants.

Xarxa de comunicacions. El museu està ben comunicat, i disposa d'una ampla xarxa de comunicacions i ampla oferta de transport públic a prop seu.

Centre de la ciutat i els seus recursos turístics. El centre de Terrassa és un espai peatonal, net, i agradable per passejar, als voltants hi ha una gran oferta de recursos turístics amb els que poder complementar la visita al museu, o crear productes combinats.

Serveis complementaris de la ciutat de Terrassa. La ciutat compta amb una ampla oferta comercial, gastronòmica i de serveis.

Senyalització turística. Compta amb un bon pla de senyalització turística dels elements patrimonials als carrers de la ciutat.

Seu d'Ègara. Pot servir de pol d'atracció cap a la resta d'elements. Tan pel seu valor i atractiu, com per les seves instal·lacions renovades, és l'espai més emblemàtic des que disposa el museu.

Clima agradable durant tot l'any.

8. Línies estratègiques i propostes d'actuació

Un cop realitzat l'anàlisi DAFO, i vistos els punts dèbils de la institució pel que fa a la gestió del producte i el públic turístic, es proposen diverses propostes d'actuació adreçades a millorar la gestió del museu en l'àmbit turístic. Aquestes propostes s'agrupen en tres línies de treball estratègiques, que són la millora del producte, la millora de la gestió i les relacions amb el sector i la millora de la imatge i la comunicació. De cada proposta se'n detalla un objectiu principal i les actuacions que caldria dur a terme, alhora que s'especifica un calendari d'actuació i els actors que caldria involucra-hi, la prioritat amb la que s'hauria d'executar i quina en seria la periodicitat amb la que s'hauria de repetir l'acció principal.

A continuació s'enumeren les 15 propostes:

1. Millorar el producte

- 1.1. Creació de productes turístics
- 1.2. Edició de nous fulletons genèrics
- 1.3. Creació d'una línia econòmica de productes de marxandatge
- 1.4. Reconvertir la Casa Alegre en un exemple d'habitatge burgès de l'època industrial
- 1.5. Replantejament de les eines d'interpretació interna de la Casa Alegre, el Castell-Cartoixa i el claustre de Sant Francesc
- 1.6. Millorar l'estat de les instal·lacions del claustre de Sant Francesc

2. Millorar la gestió turística i les relacions amb el sector

- 2.1. Fomentar el patrocini
- 2.2. Augmentar el coneixement del públic turístic
- 2.3. Augmentar les relacions amb els ens de promoció turística
- 2.4. Tenir estudiants de turisme en pràctiques
- 2.5. Millorar el posicionament del museu en les propostes turístiques dels TTOO

3. Millorar la imatge i la comunicació del museu

- 3.1. Augmentar la relació amb els mitjans de comunicació
- 3.2. Reforçar la imatge del museu
- 3.3. Dissenyar una nova pàgina web
- 3.4. Augmentar l'estratègia en xarxes socials

CALENDARI D'ACTUACIONS

Accions	2014	2015	2016
1.1. Creació de productes turístics		X	
1.2. Edició de nous fulletons genèrics	X		
1.3. Creació d'una línia econòmica de productes de marxandatge		X	
1.4. Reconvertir la Casa Alegre en un exemple d'habitatge burgès de l'època industrial			X
1.5. Replantejament de les eines d'interpretació interna de la Casa Alegre, el Castell-Cartoixa i el claustre de Sant Francesc			X
1.6. Millorar l'estat de les instal·lacions del claustre de Sant Francesc			X
2.1. Fomentar el patrocini		X	
2.2. Augmentar el coneixement del públic turístic		X	
2.3. Augmentar les relacions amb els ens de promoció turística		X	
2.4. Tenir estudiants de turisme en pràctiques		X	
2.5. Millorar el posicionament del museu en les propostes turístiques dels TT00			X
3.1. Augmentar la relació amb els mitjans de comunicació	X		
3.2. Reforçar la imatge del museu		X	
3.3. Dissenyar una nova pàgina web			X
3.4. Augmentar l'estratègia en xarxes socials	X		

9. Conclusions generals

Tot i la vocació turística de Terrassa, és un dels principals destins de la comarca amb potencial per a desenvolupar un producte turístic coherent (al voltant del turisme industrial i el patrimoni modernista), no es pot considerar un municipi turístic. Aquest entorn evidentment no afavoreix al museu alhora de desenvolupar-se com a producte.

La majoria de museus com els de Terrassa, municipals, ubicats en ciutats o municipis amb pocs visitants, pocs recursos econòmics i falta d'icones o atributs diferenciadors es troben en una situació similar; en general tenen molt de públic escolar, al que dirigeixen gran part dels seus esforços (sobretot en creació de producte) però necessiten diversificar la seva oferta cap a altres perfils per tal d'augmentar el nombre de visitants.

L'equipament museístic que ens ocupa es un bon instrument d'interpretació de la ciutat de Terrassa i el territori, i seria un bon complement a una visita turística, però cal posar esforços en la creació de productes atractius, ja que la competència d'oci d'aquesta regió és molt forta.

Una línia de negoci que s'està treballant des de l'àrea de turisme de l'Ajuntament de Terrassa es la de MICE (*Meetings, incentives, conferencing and exhibitions*), o turisme de negocis, amb la que la ciutat de Terrassa podria posicionar-se, degut a la seva proximitat amb Barcelona i la seva ubicació en una comarca eminentment industrial. En aquest àmbit el museu podria desenvolupar productes per a empreses alhora que llogar espais singulars per a la realització d'activitats. El turisme de proximitat és també l'altre opció per la que pot treballar el turisme i per consegüent el museu. No només la ciutat de Barcelona suposa un àrea d'influència de més de 2 milions d'habitants, sinó que Terrassa es troba ubicada a prop de Montserrat (forta icona turística de Catalunya), a només 1 hora de Girona, Tarragona o Vic, o 160 kms de Lleida.

És un museu amb diferents espais poc cohesionats entre si, un d'ells funciona com a producte turístic i té molt de potencial (Seu d'Ègara), però la resta estan poc desenvolupats i no hi ha inversió. La Seu d'Ègara podria funcionar com a pol d'atracció cap a les altres seccions.

La falta de recursos econòmics és fa evident quan es visiten la Casa Alegre de Sagrera, el Castell-Cartoixa o el claustre de Sant Francesc, presenten cert deteriorament en les

instal·lacions, falta de manteniment, i algunes parts de la museografia han quedat obsoletes (il·luminació, escenografia, senyalització, eines interpretatives). En conjunt hi ha una manca de comercialització del producte turístic.

Sobre els objectius que s'establien a l'inici del document, la gestió del públic turístic és molt limitada, no es fan enquestes en profunditat dels visitants, i per tan es desconeix el perfil real d'aquests, al que cal sumar la dificultat en la comunicació entre el personal d'atenció al públic dels diferents elements, que no disposen d'ordinadors en xarxa. Les eines d'interpretació destinades al públic d'altres nacionalitats són mínimes i la promoció turística recau en l'àrea de turisme de l'Ajuntament principalment, amb qui el museu gestiona conjuntament algunes de les activitats dirigides a aquest col·lectiu. El públic turístic no és una de les prioritats d'aquest equipament, i tot i que s'estableixen certes accions concretes dirigides a aquest perfil, el missatge que transmet la institució és la de que no és un espai pensat per al turista

La implicació del museu amb la ciutat és molt forta, pel que s'entreu a partir de les activitats organitzades conjuntament amb tot el sector cultural de la ciutat i la seva participació activa amb altres esdeveniments. Al ser un museu municipal i gestionat des de l'Ajuntament, genera participació i ajuda a dinamitzar la ciutat en el seu conjunt. Pel que fa a les accions i productes turístics de la ciutat, la seva col·laboració és focalitzada en esdeveniments puntuals i generalment dirigides des de l'Àrea de Turisme, que n'és el principal impulsor.

L'anàlisi de la imatge emesa del museu ens permet descobrir que manca una imatge global del museu com a institució, tots els seus elements funcionen com icones per separat, i aquest fet pot ser un punt de partida des del qual estructurar una estratègia per tal de decidir quina imatge és vol transmetre i quines accions es poden emprendre per tal d'aconseguir-ho. Com a museu la seva imatge emesa és dispersa, feble i confusa.

Dels paràmetres analitzats l'accessibilitat és el que presenta millors resultats, tot i que hi ha fortes mancances quant a l'accessibilitat per a col·lectius amb discapacitat. Pel que fa a les eines d'interpretació, la Seu d'Ègara podria servir d'exemple a partir del qual reforçar tota la interpretació de la resta d'espais, els quals presenten un deteriorament important. Per últim, la promoció turística del museu és feble en conjunt, i bàsicament recau en l'àrea de turisme de la ciutat, qui s'encarrega de promocionar tot el destí en el seu conjunt.

En general i per concloure aquest treball, cal mencionar el fet que és necessari que les institucions relacionades amb el patrimoni i amb el turisme treballin conjuntament, el turisme es troba cada vegada més vinculat a la cultura, que necessita arribar a aquest públic. En aquest cas que ens ocupa, l'espai museístic no és relaciona suficient amb el sector turístic, tan amb el públic final com amb els ens de promoció o intermediació.

A les institucions municipals, com els ajuntaments, les àrees de cultura i turisme han de reforçar la seva col·laboració. Es força habitual, malauradament, que aquests dos departaments no treballin prou conjuntament. Tot i que el turisme té clar que els museus son un reclam a nivell d'atracció de visitants turístics, el sector cultural de vegades es reticent a convertir-se en un atractiu turístic, per por a banalitzar els seus continguts, entre d'altres motius.

En l'entrevista personal mantinguda amb el museu, la seva difusora està d'acord en que hi ha certs aspectes que necessiten millorar urgentment, com són la conservació dels elements, l'actualització de les eines d'interpretació i la promoció, sobretot pel que fa a la millora de la web, i destaca una nova iniciativa en l'àmbit de producte turístic en la que estan treballant i val la pena mencionar. Turisme i cultura estan treballant en la creació de paquets turístic que englobin transport, restauració i visita al museu dirigits a captar visitants de dia provinents Barcelona. Per ells la proximitat amb Barcelona és tan un inconvenient com una oportunitat, i en aquest sentit és la primera acció que és durà a terme.

La falta de recursos econòmics i la manca de col·laboració amb el sector turístic són els principals frens alhora d'invertir en la gestió turística. El present treball podria servir de base per crear un pla de comunicació i màrqueting de cara a millorar la comercialització de la institució i buscar fonts alternatives d'ingressos.

10. Bibliografia

Llibres

- Kotler, P., Kotler, N. (2001). *Estrategias y marketing de museos*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Altés, C. (1997). *Marketing y turismo*. Madrid: Editorial Síntesis. (Ariel Patrimonio Histórico).
- Lord, B., Dexter Lord, G. (1997). *Manual de gestión de museos*. Barcelona: Editorial Ariel. (Ariel Patrimonio Histórico).
- De San Eugenio, J. (2009). *Manual de comunicació turística: de la informació a la persuasió, de la promoció a l'emoció*. Girona: Documenta Universitària (Sèrie Plurals)
- Cerveró, J., Iglesias, O., Villacampa, O. (2001). *Màrqueting turístic*. Vic: Eumo Editorial.
- Messeguer, N. (2003). *El convent de Sant Francesc d'Assís de Terrassa, el claustre i els seus 26 plafons ceràmics*. Barcelona: Institut Edicions de la Diputació de Barcelona.
- Carreras, C., Munilla, G., Artís, M., Ballart, J. i Boada, M. (1999). *Gestió del patrimoni*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Ros, A., Munilla, G., Creus, J., Miralles, E. (2000). *Introducció a la gestió d'organitzacions culturals*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Munilla, G. (2004). *Patrimoni cultural*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Gali, N. (2005). *La imatge turística del patrimoni monumental de Girona*. Girona: Institut del Patrimoni Cultural de la Universitat de Girona (Treballs de Patrimoni Cultural, núm. 2). Consorci de Turisme del Vallès Occidental. *Guia de Museus del Vallès Occidental*.
- Cobrerros, J. (2005). *Guía del Románico en España: De la A a la Z*. Madrid: Grupo Anaya. (Anaya Touring Club).
- Cobrerros, J. (2003). *Las Rutas del Románico en España. Volumen II*. Madrid: Grupo Anaya. (Anaya Touring Club).
- RACC Automòbil Club (2005). *Els 40 millors racons de Barcelona i els seus voltants amb automòbil*. Barcelona: RACC-62, S.L.
- Martínez, X. (2005). *Els 40 millors racons del Vallès amb automòbil*. Barcelona: RACC-62, S.L.
- El País Aguilar (2003). *Barcelona y Cataluña*. Tercera edició. Madrid: Santillana Ediciones Generales, S.L. (Guías visuales).
- RACC Automòbil Club (2005). *Els 40 millors rutes per recórrer Catalunya amb automòbil*. Barcelona: RACC-62, S.L.
- Masegosa, J., Trepà, J. (1985). *50 itineraris històrics per l'art català*. Barcelona: Ediciones Ceac. (Col·lecció Educació i Ensenyança).
- Frommer's (2006). *Europe*. (Sisena edició). New Jersey: Wiley Publishing, Inc.

- Frommer's (2006). *Europe*. (Novena edició). New Jersey: Wiley Publishing, Inc.
- Frommer's (2008). *Europe*. (Desena edició). New Jersey: Wiley Publishing, Inc.
- Hannafin, M., Sarna, H. (2008). *European cruises & Ports of Call*. (Cinquena edició). New Jersey: Wiley Publishing, Inc.
- Olson, D., Albertson, L., Alexiou, J., McDonald, G., Childs, M., Porter, D., i altres (2011). *Europe for dummies*. (Sisena edició) Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.
- Frommer's (2004). *Europe from \$85 a day*. (Quaranta-sisena edició). New Jersey: Wiley Publishing, Inc.
- Frommer's (2006). *Europe by rail*. (Segona edició). New Jersey: Wiley Publishing, Inc.
- Eyewitness Travel (2007). *Cruise guide to Europe & the Mediterranean*. New York: DK Publishing, Inc.
- Eyewitness Travel (2004). *Great places to stay in Europe*. New York: DK Publishing, Inc.
- Ajuntament de Terrassa (1992). *Terrassa, museus, monuments i llocs d'interès*. IMCET (Institut Municipal de Cultura, esports i joventut).
- Kotler, N.G., Kotler, P., Kotler, W.I. (2008). *Museums marketing and strategy*. (Segona edició). San Francisco: John Wiley & Sons, Inc.

Articles de revista

- Besolí, A. (2002). L'ús de les tecnologies audiovisuals com a recurs didàctic en museus d'història i espais de presentació del patrimoni. *Temps d'educació: Didàctica del patrimoni*, 26, 99 - 115.
- Alcalde, G. L'ús turístic dels museus. *Revista de Girona*, 212, 75-77.
- Camprubí, R., Guia, J., i Comas, C. (2009). La formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual. *Pasos*, vol. 7, núm. 2, 225-270.
- Rodríguez Eguizábal, B. (2004). Comunicación para estimular la visita al Museo. *Museo: Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España*, 9, 115-124.
- Fatás, P. (2004). Estrategias de comunicación en museos. El caso del Museo de Altamira. *Museo. VII Jornadas de Museología*, 9, 131-144.
- García, LL. (2013). Sobre la relació entre turisme, patrimoni i ciutadania. *Revista bibliogràfica de geografia i ciències socials*. Vol. XVIII, núm. 1049, 10.
- Molina, A., Esteban, A., Martín-Consuegra, D. (2007). Análisis de los folletos de información turística: Una aplicación a destinos mediante la investigación de mercados. *Investigación y marketing*, 95, 47 - 54.
- Rovira, J. (2004). La Seu d'Ègara: una marca amb arrels en la història. *Terme*, 24, 45-48.
- Tura, J. (2011). Museus, estratègies de gestió i desenvolupament social i territorial. *Espai Despuig*, 7, 41-53.

- Gómez, D. F. (1992). Museu de Terrassa: Viure el Partimoni. *Terme*, 7, 7-8.
- Gómez, D. F. (1989). Els orígens del patrimoni museístic a Terrassa. *Terme*, 4, 4-6.
- Gómez, D. F. (2002). Museu de Terrassa. El Centre d'Interpretació de la Vila Medieval de Terrassa. *Terme*, 17, 17-20.
- Gómez, D. F. (1996). Museu de Terrassa. Cap a la consolidació d'un projecte. *Terme*, 11, 7-8.
- Gómez, D. F., i Romeu, E. M. (1995). Comunicació. Terrassa, 28 de Març de 1918. *Urtx: revista cultural de l'Urgell*, 8, 181-188.

Articles de revistes electròniques

- Gómez, D. F. (2005). Museu de Terrassa. Memòria d'un any. Desenvolupament del Pla Director del Conjunt Monumental de les Esglésies de Sant Pere. *Terme*, 20. Recuperat el 10 de març de 2014, des de <http://www.raco.cat/index.php/Terme/article/view/40847/122280>
- De Juan, M. (2010). Museu de Terrassa. Memòria d'un any. *Terme*, 20. Recuperat el 10 de març de 2014, des de <http://www.raco.cat/index.php/Terme/article/view/218933>
- Gómez, D. F. (2001). Museu de terrassa. Pla director del conjunt Monumental de les esglésies de Sant Pere. *Terme*, 16. Recuperat el 29 de març de 2014, des de <http://www.raco.cat/index.php/Terme/article/viewArticle/40713/0>
- Monistrol, R. (2009). Evolución y aplicación del marketing cultural en los museos. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, 23. Recuperat el 13 de febrero de 2014 des de <http://bid.ub.edu/23/monistrol2.htm>
- Monistrol, R. (2009). Evolució i aplicació del marqueting cultural als museus. *Textos univesritaris de biblioteconomía i documentació*, 23, desembre de 2009. Recuperat el 30 d'abril de 2014, des de <http://www2.ub.edu/bid/23/pdf/monistrol2.pdf>

Tesis

- Prats, LL., Jiménez, S. (2010). Oportunidades para la intensificación y extensión del turismo en el Vallés Occidental. (Treball de recerca, Escola Universitària del Turisme de Terrassa).
- Oliveres, M. (2012). Museus i turisme. La implicació dels museus de Girona amb el turisme. (Treball final de màster, Universitat de Girona).
- Crous, N. (2010). La gestió turística en els museus. El cas del Museu d'Art de Girona. (Treball final de màster, Universitat de Girona).
- Camprubí, R. (2009). Tesis Doctoral: La formació de la imatge turística induïda: El paper de les xarxes relacionals (Tesi Doctoral, Universitat de Girona).

UNESCO (2014). *Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural*. Recuperat el 10 de març de 2014 de s de <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>

Altres documents

Ajuntament de Terrassa (2011). *Museu de Terrassa. Memòria d'un any*. Àrea de Cultura.

Ajuntament de Terrassa (2010). *Museu de Terrassa. Memòria d'un any*. Àrea de Cultura.

Àrea d'Innovació i Desenvolupament Estratègic i Econòmic de l'Ajuntament de Terrassa (2011). *Memòria d'activitats de la legislatura 2007-2011*. Terrassa: Ajuntament de Terrassa.

Universitat Autònoma de Barcelona (2007). *Pla Estratègic d'Accessibilitat i el Pla de Mobilitat de la UAB*. Recuperat el 28 d'abril de 2014, des de

http://www.uab.cat/Document/696/128/PP_accessibilitat_cat.pdf

EuCAN – European Concept for Accessibility Network (2008). *EVA for administrations*.

Recuperat el 28 d'abril de 2014, des de <http://www.eca.lu/index.php/documents/eucan-documents/10-2008-eca-for-administrations/file>

Hicira (2005). *Centres d'interpretació del patrimoni*. Recuperat el 30 d'abril de 2014, des de http://www.diba.cat/c/document_library/get_file?uuid=20a2f8e9-dad9-4051-9af9-f3574f44524d&groupId=99058