

L'IMPACTE SOCIAL DELS MUSEUS. EL CAS DE LES ASSOCIACIONS D'AMICS DELS MUSEUS

Eva Jove Casabella

Per citar o enllaçar aquest document:
Para citar o enlazar este documento:
Use this url to cite or link to this publication:
<http://hdl.handle.net/10803/687452>

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

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

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



Tesi doctoral

L'impacte social dels museus

El cas de les associacions d'amics del museus

Eva Jove Casabella

2022



TESI DOCTORAL

L'impacte social dels museus

El cas de les associacions d'amics dels museus

Eva Jove Casabella
2022

Programa de Doctorat en Ciències Humanes, del Patrimoni i de la Cultura
(Línia de Recerca: Patrimoni Cultural)

Dirigida per:
Dr. Gabriel Alcalde i Gurt (†)
Dr. Xavier Roigé Ventura

Tutoritzada per: Dr. Josep Burch i Rius

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

A totes les nenes, perquè treballin
amb perseverança perseguint els seus somnis.

«Sense pathos que ens mogui, no hi ha vida que valgui», Eva Jove



Nationalmuseet Denmark.
Fotografia: Eva Jove

Llista d'abreviatures

AAM:	Associació d'Amics de Museu
AAMC:	Associació dels Amics dels Museus de Catalunya
AAMCNB:	Associació d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona
AECID:	Agencia Española de Cooperación y Desarrollo
al.:	altri
ANC:	Arxiu Nacional de Catalunya
BAFM:	British Association of Friends of Museums
BCN:	Barcelona
CC:	Ciències
CCCB:	Centre de Cultura Contemporània de Barcelona
CONCA:	Consell Nacional de la Cultura i de les Arts
COVID-19:	Coronavirus Disease
CRAJ:	Centre de Recursos per a les Associacions Juvenils de Barcelona
D:	dones
d.a.:	diversos autors
DOGC:	Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya
IERMB:	<i>Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona</i>
EEUU:	Estats Units
FEAM:	Federación Española de Amigos de los Museos
FCAM:	Federació Catalana d'Amics dels Museus
H:	homes
ICOM:	International Council of Museums
ICUB:	Institut de Cultura de Barcelona
IDESCAT:	Institut d'Estadística de Catalunya
ISO:	International Organization for Standardization
LACMA:	Los Angeles County Museum of Art
LPPM:	Laboratorio Permanente de Público de Museos

MAC:	Museu d'Arqueologia de Catalunya
MACBA:	Museu d'Art Contemporani de Barcelona
MHC:	Museu d'Història de Catalunya
MMBCN:	Museu Marítim de Barcelona
MNAC:	Museu Nacional d'Art de Catalunya
MET:	Metropolitan Museum of New York
MUME:	Museu Memorial de l'Exili
NEMO:	Network of European Museum Organisations
NSF:	National Science Foundation's
ONG:	Organització No Governamental
OPC:	Oficina de Patrimoni Cultural
OPPCC:	Observatori de Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya
OSAL:	Organitzacions Sense Ànim de Lucre
PMM:	Personal Meaning Mapping
QR:	Quick Response
SDPAN:	Servicio de Defensa del Patrimonio Artístico Nacional
SICUB:	Sistema d'Indicadors de l'Institut de Cultura de Barcelona
TIC:	Tecnologies de la Informació i de la Comunicació
UAB:	Universitat Autònoma de Barcelona
UNESCO:	United Nations Educational, Science and Culture Organization
UK:	United Kingdom
WFFM:	World Federation of Friends of Museums

Índex

Taula de continguts	17
Llista de figures	17
Llista de taules.....	19
Llista de fotografies	21
Resum.....	23
Resumen.....	24
Abstract	25
Agraïments	27
Capítol I. Presentació	31
1.1. Justificació personal.....	33
1.2. Motivació científica	36
1.3. Objecte d'estudi	37
1.4. Objectius.....	37
1.5. Hipòtesis de partida de la tesi	39
1.6. Metodologia	41
1.6.1. Lectura de bibliografia	41
1.6.2. El treball de camp.....	44
1.6.3. Anàlisi de les dades obtingudes.....	49
1.7. La perspectiva de gènere d'aquesta tesi	50
1.8. Problemes i dificultats.....	51
1.9. Estructura	52

Capítol II. Estat de la qüestió.

La interrelació entre el públic i els museus

i el paper de les associacions d'amics.....	57
2.1 Presentació.....	57
2.2. L'impacte dels museus a la societat i la dificultat d'investigar-lo.....	59
2.2.1. Definició d' <i>impacte</i>	59
2.3. La percepció de l'existència d'un museu a través dels estudis de públic.....	63
2.4. La participació del públic als museus.	
Oportunitats educatives dels museus.....	70
2.5. El visitant com a centre del museu. L'experiència del visitant	72
2.5.1. Les motivacions de la visita al museu.....	76
2.5.2. La contribució dels museus al benestar	79
2.6. Els estudis de públic als museus catalans	81
2.6.1. Els temes dels estudis de públic dels museus catalans	90
2.7. Les associacions d'amics dels museus.....	92
2.7.1. Presentació.....	92
2.7.2. Les associacions com a element d'enfortiment del poble	93
2.7.3. El voluntariat a les associacions	94

Capítol III. Evolució de la història dels museus

i de les associacions d'amics dels museus a Catalunya..... 103

3.1. Introducció	103
3.2. L'origen dels museus catalans (1834-1907).....	106
3.3. La reordenació del sistema de museus.	
De la Junta de Museus a la Guerra Civil (1907-1939).....	114
3.4. L'època fosca: el franquisme.....	117
3.5. La represa dels museus (1976-1990).....	122
3.6. L'ordenació del sistema de museus a Catalunya (1990-2007).....	128
3.6.1. L'organització d'un sistema de museus a partir de la Llei de Museus.....	128
3.6.2. La configuració de Barcelona com a destinació cultural i museística.....	132
3.6.3. La proliferació de museus arreu de Catalunya.....	134
3.7. La situació actual, després del 2007	137

Capítol IV. Les associacions d'amics de museus	143
4.1. Presentació.....	143
4.2. Què són les associacions d'amics dels museus i les seves funcions	144
4.2.1. Què són les associacions	144
4.2.2. Funcions de les associacions.....	149
4.3. Origen i evolució de les associacions d'amics dels museus	150
4.3.1. Les associacions d'amics dels museus a escala internacional	150
4.3.2. Les associacions d'amics dels museus a Catalunya.....	153
4.4. Les federacions d'associacions d'amics dels museus.....	156
4.5. El marc legal de les associacions d'amics.....	159
4.5.1. Marc general.....	159
4.5.2. Els estatuts de les associacions	164
4.6. El codi ètic de la WFFM.....	170
4.6.1. La política de públics als museus	171
4.6.2. Els voluntaris	171
4.6.3. La cerca de finançament	174
4.7. Conclusions	174

Capítol V. Característiques de les associacions d'amics de museus a Catalunya.....	179
5.1. Introducció	179
5.2. Les associacions d'amics dels museus existents a Catalunya	181
5.3. Característiques de les associacions.....	182
5.3.1. Ubicació.....	183
5.3.2. Any de creació.....	188
5.3.3. Composició.....	192
5.3.4. Nombre de socis.....	193
5.3.5. Les quotes d'associat.....	196
5.3.6. Serveis oferts per les associacions.....	199
5.4. Les activitats associatives	201
5.5. Tipologia de museu.....	204
5.6. Conclusions	205

Capítol VI. El perfil del soci, els seus hàbits i els seus sentiments	209
6.1. Introducció	209
6.2. Perfil	211
6.2.1. Associacions a què pertanyen les persones enquestades	211
6.2.2. Edat	213
6.2.3. Gènere	216
6.2.4. Nivell d'estudis	217
6.2.5. Lloc habitual de residència	218
6.3. Interessos / Hàbits	221
6.3.1. Anys de soci a l' Associació	221
6.3.2. Pertinença a altres associacions amics dels museus	224
6.3.3. Pertinença a altres associacions, diferents de les d'amics de museus	225
6.3.4. Visita de museus	227
6.3.5. Museus visitats en els darrers dotze mesos	228
6.4. Sensacions experimentades / Sentiments	229
6.4.1. Primer record de visita a un museu	230
6.4.2. Què li sol transmetre habitualment el museu del qual n'és amic quan el visita	232
6.4.3. Activitats desenvolupades amb major freqüència al museu en els darrers dotze mesos	234
6.4.4. Motius de visita al museu	235
6.4.5. Sensacions experimentades en finalitzar l'activitat al museu	236
6.5. Conclusions	238

Capítol VII. Anàlisi de resultats dels <i>focus groups</i> realitzats a les associacions d'amics dels museus	243
7.1. Introducció	243
7.2. L' Associació d'Amics del Museu Marítim de Barcelona	248
7.3. L'Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona	252
7.4. L'Associació d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona	256
7.5. L'Associació d'Amics del Museu-Arxiu de Sentmenat	259
7.6. L'Associació d'Amics del Museu de Gavà	265
7.7. Conclusions	269

Capítol VIII. Conclusions finals.....	273
8.1. Sobre el marc teòric	273
8.2. Sobre la metodologia	274
8.3. Sobre el context històric.....	275
8.4. Sobre les associacions d'amics i la seva relació amb els museus	276
8.5. Sobre les característiques i activitats de les associacions d'amics dels museus a Catalunya.....	277
8.6. Sobre els resultats de les enquestes.....	279
8.7. Sobre els resultats dels <i>focus groups</i>	280
8.8. Post-scriptum. Sobre les associacions durant i després de la COVID-19	282
8.9. Consideracions finals	285
 Bibliografia	 287
Webgrafia	299
 Annexos.....	 303
Índex d'annexos	303
Annex 1: Legislació	305
Annex 2: Estatut de l'Associació d'Amics del Museu Marítim de Barcelona	306
Annex 3: Estatut de l'Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona	316
Annex 4: Estatut de l'Associació d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona	321
Annex 5: Estatut de l'Associació d'Amics del Museu de Sentmenat.....	332
Annex 6: Estatut de l'Associació d'Amics del Museu de Gavà.....	344
Annex 7: Codi Ètic de la WFFM	349
Annex 8: Carta petició de col·laboració	354
Annex 9: Fitxa de l'Associació d'Amics del Museu	355
Annex 10: Enquesta al soci de l'Associació d'Amics del Museu.....	356
Annex 11: Codi QR amb la transcripció dels àudios dels focus groups...	357

Taula de continguts

Llista de figures

Figura 3.1.: Els sis excursionistes al Turó de Montgat. Gentilesa de l'Arxiu Fotogràfic del Centre Excursionista de Catalunya.

Figura 3.2.: Exposició Catalana, l'any 1877, al claustre de la Universitat de Barcelona. Font: *Diario de Barcelona*

Figura 3.3.: Portada del *Llibre Blanc dels Museus de la Ciutat de Barcelona*, Barcelona, desembre 1979 (segona edició). Font: elaboració pròpia.

Figura 3.4.: *Mapa dels Museus de Barcelona pertanyent al «Pla de Museus» de l'Ajuntament de Barcelona, 1983, pp 38-39.*

Figura 5.1.: Mapa de les poblacions on s'ubiquen les associacions d'amics de museus de Catalunya. Font: elaboració pròpia, 2019. Aplicació web: ezmaps.co.

Figura 5.2.: Nombre d'associacions creades per dècades. Elaboració pròpia a partir de la fitxa enviada a associacions, 2019.

Figura 6.1.: Associació a la qual pertanyen els enquestats. La llegenda es llegeix primer d'esquerra a dreta i després de dalt a baix. Font: elaboració pròpia a partir dades enquesta (2014).

Figura 6.2.: Franges d'edat dels socis. Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Figura 6.3.: Freqüència d'edat dels socis. Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Figura 6.4.: Freqüència d'edat habitants de Catalunya, a 1 de gener de 2018. Font: Idescat.

Figura 6.5.: Comparativa de la freqüència d'edat dels habitants de Catalunya i la freqüència d'edat dels socis de les associacions enquestades. Font: elaboració pròpia a partir de les dades de la figura 6.3. i figura 6.4.

Figura 6.6.: Gènere dels socis. Font: elaboració pròpia a partir de les enquestes (2014).

Figura 6.7.: Nivell d'estudis acabat dels socis. Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Figura 6.8.: Lloc de residència dels socis. Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Figura 6.9.: Anys de pertinença dels socis a l'associació. Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Figura 6.10.: Nombre d'associacions d'amics de museus a què pertanyen els socis. Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Figura 6.11.: Pertinença a altres associacions d'amics de museus. Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Figura 6.12.: Pertinença a associacions no museístiques. Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Figura 6.13.: Visita a altres museus. Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Figura 6.14.: Nombre de museus visitats els darrers dotze mesos. Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Figura 6.15.: Tipologia del primer record d'un museu. Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Figura 6.16.: Sensacions experimentades al visitar el museu amic. Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Figura 6.17.: Activitat com a soci. Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Figura 6.18.: Motiu visita museu. Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Figura 6.19.: Sensacions experimentades pels socis dins del seu museu. Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Figura 7.1.: Histograma de categories temàtiques del *focus group* complet de l'Associació d'Amics del Museu Marítim de Barcelona. Font: elaboració pròpia a partir del *focus group* realitzat el 2014.

Figura 7.2.: Histograma de categories temàtiques del *focus group* complet de l'Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona. Font: elaboració pròpia a partir del *focus group* realitzat el 2015.

Figura 7.3.: Histograma de categories temàtiques del *focus group* complet de l'Associació d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona. Font: elaboració pròpia a partir del *focus group* realitzat el 2015.

Figura 7.4.: Histograma de categories temàtiques del *focus group* complet de l'Associació d'Amics del Museu-Arxiu de Sentmenat. Font: elaboració pròpia a partir del *focus group* realitzat el 2015.

Figura 7.5.: Histograma de categories temàtiques del *focus group* complet de l'Associació d'Amics del Museu de Gavà. Font: elaboració pròpia a partir del *focus group* realitzat el 2015.

Llista de taules

Taula 5.1.: Associacions d'Amics de Museus registrades a Catalunya, ordenades per any de registre de menor a major. Elaboració pròpia. Font: Departament de Justícia (2019).

Taula 5.2.: Taula de les associacions d'amics de museus de Catalunya. Font: elaboració pròpia (2019).

Taula 5.3.: Poblacions on s'ubiquen associacions, ordenades de menor a major segons el nombre d'habitants, posades en relació amb el nombre de socis. Elaboració pròpia. Font: Idescat (2019).

Taula 5.4.: Anys de creació de les associacions d'amics de museus. Font: elaboració pròpia a partir de la fitxa enviada a associacions, 2019.

Taula 5.5.: Comparativa entre associacions atenent l'any de la seva creació, l'any de registre i l'any de fundació del seu museu. Font: elaboració pròpia (2021).

Taula 5.6.: Comparativa de persones fundadores de les associacions ordenada de menor a major nombre de dones en elles. Font: elaboració pròpia a partir d'enquesta a les associacions (2014).

Taula 5.7.: Percentatge d'augment dels socis de les associacions, ordenades de menor a major nombre i on també es pot veure el seu creixement mitjà anual (dades any 2019). Les associacions marcades amb un asterisc no faciliten dades. Font: elaboració pròpia, 2021.

Taula 5.8.: Índex de correlació entre el nombre de socis i el nombre de visitants dels museus de la ciutat de Barcelona. Elaboració pròpia. Font: Generalitat de Catalunya (2018).

Taula 5.9.: Índex de correlació entre el nombre de socis i el nombre d'habitants de diferents poblacions de les províncies de Barcelona, Girona i Tarragona (Idescat, 2019). Font: elaboració pròpia a partir fitxa enviada a associacions (2019).

Taula 5.10.: Comparativa de quotes de les associacions ordenada de menor a major import. Font: elaboració pròpia a partir de fitxes (2019).

Taula 5.11.: Nombre i tipologia d'activitats realitzades per les associacions, durant el període 2012-2016, ordenat alfabèticament per nom de l'activitat. Font: memòries anuals de cadascuna de les associacions. Elaboració pròpia (2017).

Taula 5.12.: Associacions d'amics de museus, ordenades segons el contingut dels seus museus. Font: elaboració pròpia.

Taula 6.1.: Mitjana en km de distància entre el museu i el lloc de residència dels seus socis. Font: elaboració pròpia a partir dades d'enquesta (2014) i Google Maps (2021).

Taula 6.2.: Mitjana i desviació estàndard anys del soci a l'associació. Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Taula 6.3.: Pertinença a entitats o associacions. Població a partir de 16 anys. Font: Idescat i ERMB (2011).

Taula 7.1.: *Focus groups* realitzats amb els noms de les associacions, els socis participants de cadascuna d'elles i els minuts totals de gravació. Font: elaboració pròpia a partir dels *focus groups* realitzats durant 2014 i 2015.

Llista de fotografies

Fotografia 1, portada: Nationalmuseet, Copenhaguen, Denmark. Fotografia: Eva Jove.

Fotografia 2, capítol 1: Riotinto, Huelva. Fotografia: gentilesa Parque Minero Riotinto.

Fotografia 3, capítol 2: Museu de la Garrotxa. Fotografia: gentilesa Arxiu Municipal d'Olot, Museu de la Garrotxa.

Fotografia 4, capítol 3: Museu Marítim de Barcelona. Fotografia: gentilesa Museu Marítim de Barcelona.

Fotografia 5, capítol 4: Museu d'Art de Girona (fulletó). Fotografia: Eva Jove.

Fotografia 6, capítol 5: Museu de Ciències Naturals (vitrina). Fotografia: gentilesa AAM CC Naturals de Barcelona.

Fotografia 7, capítol 6: Castell de Sentmenat. Fotografia: Eva Jove.

Fotografia 8, capítol 7: Museu de Gavà (façana). Fotografia: Eva Jove.

Fotografia 9, capítol 8: Villa Vauban, Luxembourg. Fotografia: Eva Jove.

Resum

Aquesta tesi, dins de la temàtica de l'impacte social dels museus i estudis de públic, tracta de les associacions d'amics dels museus a Catalunya. Per analitzar-ho s'ha realitzat una recerca a partir de diferents tècniques, tant qualitatives com quantitatives: entrevistes personals, fitxes, una enquesta i *focus groups*. Es parteix de la hipòtesi que els museus exerceixen un impacte social positiu sobre el seu entorn i sobre el seu públic més fidel. En aquest sentit, les associacions d'amics dels museus tenen un paper decisiu dins de l'estratègia dels museus per fidelitzar el seu públic i, alhora, són un element molt significatiu de la interrelació entre públics i museus. Com a punt de partida teòric, s'ha considerat l'impacte social dels museus com a element beneficiós i de benestar a la societat. Els museus produeixen un impacte social sobre el conjunt de la societat (difícil de quantificar i qualificar), sobre el seu entorn i sobre el seu públic, que hi viu una experiència positiva. Es va revisar la bibliografia existent, es van analitzar diferents associacions d'amics dels museus per veure'n les seves característiques i es van recopilar dades per analitzar-ho objectivament, estudiant les seves característiques, procés de formació i tipologies de públics que les formen.

S'explica d'aquesta manera un bocí del moviment associatiu cultural i el seu destacat paper en la història dels museus a Catalunya. El nombre de socis va augmentant amb els anys i això ens demostra la creixent puixança que comporten aquestes associacions per connectar amb persones amb els mateixos interessos i l'impuls de col·laborar de manera voluntària. A partir de les dades obtingudes, es pot concloure que les seves associacions d'amics repercuteixen positivament en la tasca dels museus a diferents escales, tot reforçant el seu paper social i la interrelació amb el públic.

Resumen

Esta tesis, dentro de la temática del impacto social de los museos y estudios de público, trata de las asociaciones de amigos de los museos en Cataluña. Para analizarlos se ha realizado una búsqueda a partir de diferentes técnicas tanto cualitativas como cuantitativas: entrevistas personales, fichas, una encuesta y *focus groups*. Se parte de la hipótesis de que los museos ejercen un impacto social positivo sobre su entorno y sobre su público más fiel: las asociaciones de amigos de los museos. Estas asociaciones de amigos de los museos tienen un papel decisivo dentro de la estrategia de los museos para fidelizar a su público, al mismo tiempo que son un elemento muy significativo de la interrelación entre públicos y museos. Como punto de partida teórico, se ha considerado el impacto social de los museos, como un elemento beneficioso y de bienestar para la sociedad. Los museos producen un impacto social sobre el conjunto de la sociedad (difícil de cuantificar y calificar), sobre su entorno y sobre su público, que vive una experiencia positiva. Se ha revisado la bibliografía existente, se han analizado diferentes asociaciones de amigos de museos para ver sus características y se han recopilado datos para analizarlo objetivamente, estudiando sus características, proceso de formación y tipologías de públicos que las forman. Las asociaciones de amigos de museos objeto de estudio están ubicadas en Cataluña y su fenómeno se da en todo el territorio y en diferentes tipologías de museo. Aparecieron a partir de los años cincuenta y, a pesar de la variedad de eventualidades, es una manifestación que ha llegado viva hasta nuestros días. Se explica de este modo un pedacito del movimiento asociativo cultural, así como aspectos muy significativos de la historia de los museos en Cataluña. El número de socios va aumentando con los años y eso nos demuestra la creciente pujanza que conllevan estas asociaciones para conectar con personas con los mismos intereses y el impulso de colaborar de manera voluntaria. A partir de los datos obtenidos, se puede concluir que sus asociaciones de amigos repercuten positivamente en la tarea de los museos a diferentes niveles, reforzando su papel social y la interrelación con el público.

Abstract

This thesis, within the theme of the social impact of museums and public studies, deals with the associations of friends of museums in Catalonia. To analyse them, a search has been carried out using different techniques, both qualitative and quantitative: personal interviews, a form, a survey, and focus groups. The hypothesis is that the museums make a positive social impact on their environment and on their most loyal public: the associations of friends of museums. These associations of friends of museums play a decisive role in the strategy of the museums to build up the loyalty of their public, while at the same time, they are a very significant element in the interrelationship between the public and the museums. As a theoretical starting point, the social impact of museums has been considered as a beneficial and welfare element for society. Museums produce a social impact on society, as a whole (which is difficult to quantify and qualify), on its environment and on its public, which has a positive experience. The existing bibliography has been reviewed, different associations of friends of museums have been analysed to see their characteristics and data has been collected to analyse it objectively, studying their characteristics, training process and typologies of audiences that form them. The associations of friends of museums under study are in Catalonia and the phenomenon is present throughout the territory and in different types of museums. They appeared from the 1950s onwards and, despite the variety of eventualities, it is a manifestation that has survived to the present day. This explains a little of the cultural association movement, and, also, a lot of very significant aspects of the history of the museums in Catalonia. The number of members has increased over the years, and this shows us the growing impetus these associations bring to connect with people with the same interests and the drive to collaborate on a voluntary basis. From the data obtained, it can be concluded that their associations of friends have a positive impact on the work of the museums at different levels, strengthening their social role and the interrelationship with the public.

Agraïments

En aquest apartat vull agrair molt sincerament a totes les persones que han contribuït amb la seva expertesa al desenvolupament d'aquesta tesi, que també ha estat una prova de vida. Totes elles hi apareixen, per un motiu o per un altre: pel seu ajut puntual, suport o guia en alguna qüestió concreta.

Primer de tot, al Dr. Gabriel Alcalde, per acceptar dirigir la meva tesi. Que la terra li sigui lleu. Al Dr. Xavier Roigé, per acceptar-ne posteriorment també la direcció, per la seva guia, tots els seus consells i acompanyament científic i moral. Un gran apassionat i dedicat professor i millor persona. Al Dr. Enric Saguer per la seva diligència en moments claus, així com al Dr. Burch, per la seva tutorització.

A Antoni Laporte, per les plàcides estones de conversa a la seva biblioteca particular, on vaig poder accedir a documents de literatura gris que també configuren aquesta tesi.

A Paula Gil, Joan Inglada, Pruden Panadès, Gloria Romanello, Daniel Solé, Dra. Teresa Sordé, Montserrat Tort (cito per ordre alfabètic) i a tots els professionals que m'han rebut al seu despatx com Joan Abellà (llavors gerent del MACBA), la seva secretària Arantxa Badosa; Maurici Dueñas, del MNAC; Inés Carci, dels Amics dels Museus de Catalunya i molt especialment, a Maria Ribas, del CCCB.

A tots els socis de les diferents associacions, que em van dedicar el seu temps i els seus pensaments més personals, durant les converses mantingudes:

De l'Associació d'Amics del Museu Marítim de Barcelona (també per ordre alfabètic): Toni Casals, Josep Marín, Jordi Massagué, Josep Ortet i Teresa Soldevila, responsable social del Museu Marítim de Barcelona.

De l'Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona (per ordre alfabètic): Marta Alemany, Raimunda Coll, Joan Gaià i Pere Parramon.

De l'Associació d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona (per ordre alfabètic): Beatriz Alpa, Joan Arnal, Margarida Loran i Francesc Uribe.

De l'Associació d'Amics del Museu de Sentmenat (per ordre alfabètic): Laia Coll, Montse Fortuny, Jaume García, M. Dolors García, Pepe Martínez, Francesc Rodríguez , Lluís Sala i Jaume Verdaguer.

De l'Associació d'Amics del Museu de Gavà (per ordre alfabètic): Teresa Balcells, Pepita Becerra, Ricard Cervera, Jordi Larruy i M. Carmen Peregrí.

I a la Dra. Collelldemont, a la Dra. Gutiérrez i Dra. Bach, «les meves Annes». Elles ja saben per què.

A tots ells, gràcies.

1



Riotinto, Huelva.
Fotografía: gentilesa Parque Minero Riotinto.

Capítol I. Presentació

Aquesta tesi, titulada *L'impacte social dels museus. El cas de les associacions d'amics dels museus*, pretén analitzar les associacions d'amics dels museus a Catalunya, dins la perspectiva de l'impacte social dels museus i dels estudis de públic. En concret, es tractarà de les interconnexions que s'estableixen entre els museus i el seu públic més fidel: els socis amics dels museus. La interrelació dels museus amb el seu públic és una experiència fonamental dels museus d'avui en dia, un tema que hem estudiat des de diferents perspectives, tant de la perspectiva de les motivacions i experiències dels visitants com de l'impacte beneficiós de les visites, creant benestar sobre el visitant (Packer i Bond, 2010). D'aquestes interaccions amb el museu, en destaquen les de les associacions d'amics, per ser les més estretes i les més perllongades en el temps, ja que es tracta del tipus de públic més estretament lligat als museus, amb una relació més continuada i fidel en el temps.

Aquesta tesi és una anàlisi de les associacions d'amics dels museus a Catalunya com a element que interactua directament amb el seu museu, analitzant com es realitza aquesta interacció, les formes de col·laboració i, especialment, l'experiència del seu soci: el seu perfil, els seus hàbits i n'analitza la seva motivació, els seus records, identitats, sentiments i com viuen la seva experiència de ser soci en relació amb l'associació i en relació amb el museu al qual estan vinculats. Es desgranaran les diferències i les similituds entre associacions, com han anat evolucionant al llarg dels anys, com s'han anat vinculant o desvinculant del seu museu, què han aconseguit, quina repercussió han tingut i si han retornat als seus socis allò que inicialment hi buscaven.

A banda d'un estudi general sobre les associacions existents a Catalunya, la tesi parteix de l'anàlisi del treball de camp realitzat en algunes associacions registrades participants, d'arreu de Catalunya. Es mostren les seves característiques (també analitzades des de la perspectiva de gènere), l'anàlisi dels resultats de l'enquesta realitzada i l'anàlisi dels resultats dels *focus groups*, amb dades i indicadors tant

quantitatius com qualitatis. La tesi no pretén ser un registre exhaustiu de les associacions actuals existents a Catalunya ni tampoc la seva història cronològica, sinó que és una recerca per entendre el seu funcionament actual i el seu impacte directe en relació amb els museus i la societat més propera. És un treball per comprendre les associacions d'amics de museus i, sobretot, revisar-les des de la perspectiva de l'usuari, del soci que hi participa i des d'una vessant cultural, social i humana. Per una altra banda, posem el focus en temes com el benestar social, la participació ciutadana, l'arrelament al territori o les associacions integradores i plurals (Hachuel, 2012).

A més, aquesta tesi posa de manifest la importància del moviment associatiu i, més en concret, de les associacions d'amics dels museus. Deixa palesa la rellevància de formar-ne part, de sentir-se partícip d'una comunitat amb la qual es comparteixen interessos i valors, de sentir-se igual, acollit, útil. També evidencia el benestar que genera el fet de participar en aquest tipus d'associacions de museus i la repercussió que tenen sobre el propi museu, sobre el barri i sobre el territori més proper. Posa l'accent en la necessitat que en perduri la seva existència i el seu treball constant, basat en la preservació del patrimoni, la recerca i la difusió dels béns del seu museu o del seu entorn més immediat, així com d'acollir totes les persones interessades. El cas contrari, és a dir, la pèrdua del vincle social, empobreix com a humanitat, desconnecta de la identitat social i ens fa dèbils davant dels embats i les injustícies polítiques, com veurem més endavant.

Les associacions d'amics dels museus objecte d'estudi estan ubicades a Catalunya i el seu fenomen es dona arreu del territori i en diferents tipologies de museu. Van aparèixer a partir dels anys cinquanta i, tot i la varietat d'eventualitats, és una manifestació que ha arribat ben viva fins als nostres dies. El 86,79% de les associacions estan presidides per homes i només el 13,21% estan presidides per dones, tot i que les associacions estan compostes majoritàriament per dones com a sòcies, independentment de la mida de l'associació. El perfil mitjà del soci és d'edat avançada (entre 61 i 80 anys), una edat més gran que l'edat del perfil de visitant mitjà dels museus. El que sí que coincideix és el nivell d'estudis que, en ambdós casos, és un nivell mig-alt, és a dir, que el soci té un nivell cultural alt, que no significa, necessàriament, un poder adquisitiu elevat.

1.1. Justificació personal

Aquesta tesi, com tota recerca, ha estat el resultat d'un llarg procés de gestació. A banda de la formació en Història de l'Art que estava cursant, de contingut eminentment teòric, sentia que tenia la necessitat de formar-me també en d'altres camps més pràctics. Per això vaig començar a llegir, pel meu compte, altres temes que no havia cursat mai abans de manera reglada sobre la gestió de l'art, la gestió de la cultura, dels espais museístics i dels llocs patrimonials. Però més enllà d'aquestes altres branques de coneixement, hi havia un altre aspecte que em neguitejava: les diferents lectures que es donen entre les «versions oficials» dels llocs patrimonials (els aspectes polítics, els elements relacionats amb el poder) i els temes més socials, sovint considerats de segona. I ara me n'adono que són sempre els temes que més m'han interessat: les cases, les persones, les persones com a conjunt social, les bruixes («creadores», en basc), les metzineres, els enigmes menys estudiats i tots aquells fets, manifestacions, esdeveniments i discursos que no formen part dels grans discursos ètics ni dels discursos històrics construïts, ni de la política, del poder, ni de la religió, ni de la part militar.

Així va ser com vaig arribar al llibre de Maria Ribas (Ribas, 1995), pionera en investigar i escriure sobre el públic als museus a Catalunya i a qui li agraeixo que em volgués atendre. Em va fer molta il·lusió conèixer-la (i molta admiració), per la càrrega que representava haver iniciat aquesta aventura «per culpa» del seu «capriciós» llibre. Les meves lectures inicials es van combinar amb les visites a diferents espais, amb la mirada a punt per aprendre. Volia saber perquè es presentaven les coses d'aquella determinada manera, com s'havia fet, amb quina intenció, amb quins missatges i per a qui s'havia fet.

Poc després vaig conèixer el cas de Riotinto de Huelva (García *et al.*, 2013), un cas que em va colpir fortament: unes mines d'extracció inicialment abandonades —i, en conseqüència, un poble despoblat, amb un alt índex d'atur, envellit— i posteriorment recuperades com a lloc turístic, i amb un centre d'interpretació que va repoblar i aportar vida de nou al poble. El pla turístic de recuperació de les seves antigues mines com a espai patrimonial cultural protegit va revitalitzar el poble econòmicament (creant nous llocs de treball) i va augmentar la seva població, tot fent baixar la mitjana d'edat de la població. El cas de Riotinto ha estat sempre el meu referent i sempre he sabut que jo volia explicar això: la rellevància del patrimoni, la seva importància sobre la societat, l'impacte que pot arribar a tenir el patrimoni sobre un territori, sobre les persones, com pot arribar a millorar les seves vides. L'impacte resultant d'una acció és, per una banda, la

repercussió que aquesta acció genera i, per l'altra, allò que pot produir un canvi que perdura un cert temps, un cop finalitzada una acció o un projecte concret. És a dir, que la llavor plantada durant l'acció portada a terme, dona el seu fruit i es veu recompensada per la seva continuïtat, d'alguna forma o altra. Tot plegat em va portar a voler investigar l'impacte del patrimoni.

Sabia que els Museus canviaven la vida, però no sabia de quina manera. Tenia molt clar que, en el cas de la música, aquesta tenia una forta connexió amb les nostres emocions, les nostres vivències, ens fa sentir vius i ens genera fortes emocions. La música ens posa els pèls de punta i hi connectem de seguida (potser pel fet d'anar sovint acompanyada de peces audiovisuals de suport). Però no sabia com poden arribar a impactar els museus, els seus objectes i les seves experiències en les nostres vides particulars ni en la nostra societat en general. Inicialment, vaig parlar amb amics que havien fet grans viatges visitant llocs culturals centenaris i espais patrimonials freqüentment visitats, considerats meravelles del món, d'aquells llocs que, popularment, tothom diu «que et canvien la vida», especialment, l'Índia. I els vaig fer diverses preguntes en relació amb aquest canvi vital, amb l'impacte d'aquestes visites, la seva transformació personal i en relació amb l'experiència que van viure en aquests espais per saber quins sentiments van experimentar, com els va impactar i analitzar els sentiments que més estesesament se'n desprenien.

Posteriorment, per intentar inspirar-me en algú creatiu d'un altre camp i usant el mètode comparatiu, vaig decidir documentar-me sobre els processos de treball de grans xefs: com ells recuperen aliments d'ús ja abandonat o receptes que han caigut en desús i que són patrimoni històric, com el renoven i l'ofereixen de nou, fent que aquest patrimoni gastronòmic es conservi i fent que l'usuari experimenti una vivència plaent. Vaig escollir l'ofici dels xefs perquè volia fixar-me en com treballen les idees immaterials els professionals d'un camp completament diferent al tema de la meua tesi. M'interessava aprendre d'una altra branca de la cultura i la creativitat, perquè, a més, m'apassiona conèixer el procés creatiu, la seva recerca i em fascina veure el treball d'elaboració de les coses. I en el cas dels i de les xefs, m'interessava veure com contextualitzen i converteixen una idea en tangible —i, de pas, comestible— usant un producte local conegut per tots. Volia saber com ells investiguen sobre aquests productes (primer aprenent del passat, per assolir nous objectius) per, finalment, servir la idea en un plat. Tots aquests grans xefs dediquen part del seu temps i recursos a la recerca, curiosament, en espais plens d'envasos amb diferents productes que s'assimilen al magatzem d'un museu. Treballen per la redescoberta de productes en desús, llavors perdudes o nous mètodes de cultiu, cocció o per saber més sobre processos químics, físics,

sobre microbiologia o tecnologia, tot col·laborant, sense complexos, amb experts d'aquestes altres disciplines de coneixement (com fan els curadors dels museus). Els i les xefs no paren mai d'aprendre, de repensar la seva feina i, a vegades, també de fracassar. I a banda del procés creatiu, m'interessava veure com es concep l'experiència plaent, de benestar i de lleure, des d'una altra disciplina com és l'alta cuina i que sol produir un gran plaer en els seus «usuaris». Per a la cuina actual, el client és el primer, l'experiència gratificant i totes les sensacions que se'n deriven són la seva raó de ser. I això és justament el que jo volia conèixer del públic dels museus: saber què experimenta el públic en contacte amb els museus i quines són les seves sensacions. Els i les grans xefs tanquen el cercle, a les seves cuines, essent respectuosos amb tot el seu entorn: miren quines persones productores tenen al seu voltant, quins productes tenen i procuren ser respectuosos amb el medi perquè tot i tothom pugui continuar treballant, guanyant-se la vida i l'entorn romanguí intacte per a les generacions futures. Amb aquests productes locals ideen i elaboren els seus plats. I, a més, amb aquest treball filosòfic i creatiu, expliquen la història d'aquell territori i, com els xefs, els socis amics dels museus són els missatgers de consciència sobre el patrimoni. Procuren retornar-ho tot als seus veïns propers i a qui els vulgui visitar. I és això el que els fa grans. I els museus i els seus amics fan el mateix: respecten i posen en valor el patrimoni i fan que aquest passi de generació en generació. Obren les seves portes i acullen tothom que estigui obert a una nova experiència, que vulgui fruir, que vulgui aprendre, explicant històries i esdevenint veu de la societat. I cadascú ha de tenir la seva pròpia veu, la seva identitat (com els artistes i els visitants dels museus). Un fet similar succeeix en algunes famílies, a l'àmbit domèstic, on les carmanyoles, les receptes i els trucs no escrits (memòria oral), van passant de generació en generació. Aquests àpats són capaços, fins i tot, de crear records i experiències inesborrables, de la mateixa manera que els avis que porten els nets a un museu per primera vegada (un record que no obliden mai). Els plats ens parlen del passat i ens expliquen com som, també, com a societat. De la mateixa manera passa amb les experiències a dins els museus (tothom recorda la seva primera vegada en un museu!). Els museus generen records i les bones experiències en ells generen aquests records inesborrables [el *numen* de què ens parla Tori Orr (Orr, 2004)]. Dintre els museus, les persones s'obliden de tot, s'obliden de la seva vida real, de les seves preocupacions. T'endinses en una altra època, en una altra vida. I aquest és un dels grans «superpoders» dels museus!

I a tot això li hem de sumar que el menjar ens agermana. Tot ho celebrem menjant i si no hi ha cap celebració especial a la vista es busca un dia per fer una

gran arrossada o un pa amb tomàquet, tal i com fan a les associacions d'amics en els viatges o en les trobades anuals. Quan cuines per a algú, li demostres que l'estimes; I això mateix fem la gent que ens interessem per la cultura: oferint-la a tothom com un plat ben cuinat, demostrem que estimem el patrimoni i la cultura, que ens importa i que volem preservar-ho perquè que passin de generació en generació, com si es tractés d'una recepta familiar, preservada al llarg dels anys.

I pels infants, com a primeres experiències, sempre resulten ser del tot educatives: amb els «rituals del menjar» s'aprèn higiene, a parar taula, a saber esperar, etiqueta, a fer anar els estris, a donar les gràcies, sorgeixen converses sobre la procedència dels aliments... i, d'altra banda, s'aprèn a socialitzar: a fer cua si cal, a cedir el pas, a fer silenci, a respectar els altres, a no molestar a ningú, es generen moltes preguntes i debats..., com també ocorre en visitar un museu o un espai cultural, on en un gran percentatge els visitants hi van a aprendre. Aprenem del passat i aprenem amb l'experiència per comprendre millor el present. Els museus i els espais culturals ens doten de sentit crític i de capacitat de pensament. Entrenen el nostre cervell perquè sempre estigui en forma, despert, activat i preparat per tot el que hagi de venir.

1.2. Motivació científica

Al marge de les raons personals que hem explicat, la tesi és el resultat d'una sèrie de factors científics que ens han dut a fer aquesta recerca. A excepció d'alguns treballs (que veurem en el capítol següent), hi ha pocs estudis sobre les associacions d'amics dels museus, malgrat el paper destacat que han tingut en el desenvolupament de molts museus. En aquest sentit, ens sembla que una aproximació a aquestes associacions permet apropar-nos alhora a tres components: a l'estructura institucional dels museus, als estudis de públics dels museus i als procediments de projecció i participació social dels museus. D'aquesta manera, el marc teòric parteix d'aquests tres aspectes que configuren, d'una forma o altra, les possibilitats analítiques de les associacions d'amics dels museus. Pretenem anar més lluny que els estudis de públic convencionals —molts d'ells centrats en el coneixement del nombre i característiques dels visitants— per centrar-nos en la interrelació dels museus amb els seus públics. Malgrat que a fora de Catalunya la bibliografia sobre visitants de museus és força prolífica, es coneix poc sobre el tema en els museus catalans (Alcalde i Rueda, 1989), qüestió per la qual una anàlisi de les associacions ens permetrà també un cert coneixement de quin és el públic més fidel dels museus.

1.3. Objecte d'estudi

Com hem dit, l'objecte del nostre estudi són les associacions d'amics dels museus de Catalunya i, més en concret, els seus socis, i s'analitzaran des del punt de vista d'aquests socis i com a col·laboradores dels museus. El socis són el públic més assidu o més fidel als museus als quals es vinculen, donant-li suport econòmicament i/o bé visitant-lo tot sovint, ja sigui individualment o en grup, en alguna de les activitats que organitza la mateixa associació. Es va decidir prendre com a objecte d'estudi el públic visitant i col·laborador de les diferents associacions d'amics de museus de Catalunya ja que una de les motivacions per fer-ho era, com apunta d'Armengol (d'Armengol, 1991:7)

[...] paradoxalment, un fenomen com l'associatiu, que aplega milers i milers de ciutadans, és encara poc o mal conegut. Ni els sociòlegs no tan sols aquí, també a tot Europa, es preocupen d'estudiar-lo ni els grans mitjans de comunicació de masses en reflecteixen les activitats.

1.4. Objectius

L'objectiu principal de la tesi és l'estudi dels socis membres de les Associacions d'Amics dels Museus d'Art i Patrimoni a Catalunya, entenen que hi ha un cert buit en l'estudi dels Amics de Museus (Hachuel, 2012). L'estudi d'aquestes associacions pretén contribuir, així, a ampliar el coneixement actual existent sobre l'impacte social que exerceixen els museus, estudiant-lo a través d'un sector que mostra una major fidelització respecte als museus, tant pel que fa a l'interès per les seves col·leccions com, molt especialment, pel respecte a les seves activitats i al fet de configurar unes xarxes socials de fidelització a través dels museus.

La tesi no pretén donar una fórmula ni cap pauta a les direccions dels museus de com fidelitzar públics, tot i que en mostra un exemple d'èxit i els museus ho podrien utilitzar i aplicar perfectament. I com a segon element clarificador de l'objectiu de la tesi, aquesta no busca tractar ni explicar com s'organitzen les direccions dels museus sinó les associacions d'amics dels museus, un fenomen antic a Catalunya, àmpliament estès i molt poc estudiat.

A partir de l'objectiu principal, la tesi té diferents objectius secundaris que veiem tot seguit.

- 1. Contribuir al coneixement dels públics dels museus**, tot constatant que hi ha encara una manca d'estudis sobre públic realitzats de forma sistemàtica (Hernández, 2010), que aquests estudis són quantitius i que pateixen una manca de continuïtat després d'haver-se iniciat (Falk, 2010). Entenem que gran part dels estudis que es realitzen sobre els públics només tenen en compte el vessant econòmic (García-Mainar i Marcuello, 2007) i a partir de petites campanyes que denoten una manca d'implantació d'una metodologia a llarg termini, dins el mateix museu. D'altra banda, molts dels estudis s'han portat a terme en museus de Ciències o d'Història Natural i no pròpiament en museus d'Art. Com diu Pérez-Santos (2018:28) «els museus es mostren contraris a realitzar estudis de públic i a aplicar els coneixements d'aquestes investigacions».
- 2. Analitzar l'impacte social dels museus** posant l'accent en temes com el benestar social, les emocions que es generen, la participació ciutadana, l'arrelament al territori o les associacions integradores i plurals (Hachuel, 2012).
- 3. Conèixer les característiques de les associacions d'amics de museus de Catalunya des del punt de vista organitzatiu.** Com s'han format i com funcionen; un altre objectiu és observar el perfil del soci que constitueix una associació d'amics de museu; també ens interessa analitzar com els socis incideixen en el museu i com el museu impacta en ells i en tot el seu entorn. Sobre el context històric de les associacions d'amics dels museus ens interessaven, principalment, dos aspectes: en primer lloc, veure les vicissituds de les associacions (quan es van crear, en quin context, si han tingut un recorregut regular d'activitat, etc.) i, per altra banda, investigar més sobre el fet associatiu i voluntari a Catalunya.
- 4. Conèixer les característiques dels associats dels amics dels museus.** Aquestes associacions són un col·lectiu de persones existent en molts museus, cadascun amb les seves particularitats, però amb un punt homogeni entre tots ells: ser el tipus de públic més fidel i arrelat al museu al qual pertanyen. No és un tipus de públic esporàdic, sinó que és un públic de llarga durada, de llarg compromís amb la institució museística. D'aquests amics dels museus ens interessa conèixer i aprofundir en diversos punts: qui són (el seu perfil), perquè s'han fet «amics» (els seus motius), els seus interessos, què comparteixen, quines diferències presenten, com es relacionen amb el museu, perquè han escollit aquell museu i no un altre, què els aporta el museu a ells, quins sentiments i emocions experimenten i d'altres qüestions que volem analitzar al llarg de la tesi plantejada. D'entre els diferents col·lectius que poden formar part i

que es poden englobar dins dels públics dels museus, ens interessa aquest col·lectiu del qual no se'n sap pràcticament res en el camp teòric: el conjunt de persones que formen els amics de les associacions dels museus. Amb la nostra investigació cerquem els interessos que motiven a fer-se soci, quin és el retorn que es busca i el que en realitat s'aconsegueix.

5. Altrament, un dels objectius és **comprovar si, en el cas dels socis amics dels museus, es repeteix el mateix patró del «visitant puntual» del museu** o, per contra, el seu perfil és un altre totalment diferent, ja que dels amics dels museus ens interessa conèixer i aprofundir en diversos punts: qui són, perquè s'han fet «amics», què comparteixen, quines diferències presenten, com es relacionen amb el museu, perquè han escollit aquell museu i no un altre, què els aporta el museu a ells i d'altres qüestions que anirem veient al llarg d'aquesta tesi. Un altre dels nostres objectius finals serà comprovar quines sensacions, emocions, records i sentiments experimenten els amics dels museus durant la visita al museu i amb el fet de col·laborar amb l'associació. Indagarem si aquestes qüestions produeixen benestar i un sentiment d'obtenir un major coneixement.
6. Per últim, com a darrer objectiu, **volem contribuir al coneixement de les associacions per oferir possibles solucions per a la millora de les seves funcions**. Amb l'anàlisi de la situació actual de les associacions d'amics de museus, aquesta tesi pretén oferir un mapa d'estat de les associacions i, d'altra banda, poder contribuir oferint millores per a la seva gestió.

1.5. Hipòtesis de partida de la tesi

En aquesta tesi s'intenta verificar la hipòtesi que les associacions d'amics dels museus són un element central de l'estratègia dels museus per apropar-se als públics, generant unes sinergies respecte a un públic fidel que contribueix a la millora de l'impacte social dels museus. Dins la voluntat del museu d'aconseguir una major participació social, les associacions s'han configurat com l'ens principal de participació del públic i que, a més, impacten directament sobre algunes decisions dels museus, tant pel que fa a activitats com per l'adquisició de fons o la restauració de peces pertanyents a aquest museu.

A banda d'aquesta hipòtesi marc, la tesi presenta una sèrie de subhipòtesis que veiem a continuació:

Primera. La participació social dins els museus és una peça indispensable pel al seu bon funcionament, que es pot quantificar i qualificar objectivament i que se centra en el públic del museu. El factor participatiu, vehiculat en diferents vessants (accions educatives, activitats de difusió i de divulgació, xarxes socials...) és un dels canals de connexió amb el públic i un dels pilars de la transferència de coneixements a la societat. La participació del públic als museus es pot dividir de diferents formes: per edats, per tipologia de grup, per activitat, etc. Un d'aquests grups de públic que participen més activament en la programació del museu i que, alhora, també col·laboren amb altres funcions del museu, són les seves associacions d'amics.

Segona. Les associacions tenen un paper destacat en la pròpia existència organitzativa dels museus. Si bé és cert que en un major nombre les associacions es creen posteriorment al seu museu, arran de la seva existència (i que hom pressuposa com a fet habitual), bona part de l'estratègia de participació social del museu s'articula a través d'aquestes associacions. A més, existeixen casos en què les associacions es funden, precisament, per impulsar i generar un museu nou. I encara més, existeixen algunes associacions que són associacions i museu alhora. És a dir, es tracta d'institucions en què museu i associació són la mateixa cosa, com podrem veure més endavant.

Tercera. D'altra banda, també creiem que els socis de les associacions són el públic més fidel al museu, tant en el temps com al seu museu originari. Es presumeix que el soci amic dels museus és un públic fidel en el temps i visitant freqüent del museu del qual n'és soci. En aquest cas, s'analitzen més detalls sobre la seva participació i sobre la seva relació i interacció amb el museu del qual n'és soci. Pressuposem que el desig de ser soci d'una associació i, en aquest cas concret, d'amics d'un museu, es fa per donar suport al museu i, a la vegada, per obtenir per a si mateix un retorn.

Quarta. El perfil dels socis de les associacions d'amics no repeteix el mateix patró que el públic dels museus, però això és diferent segons els museus. El públic dels museus presenta sempre el mateix perfil: el major nombre es concentra en una franja d'edat concreta de mitjana edat, nivell d'estudis mitjà-alt, té una gran inquietud cultural, etc. Un dels objectius és comprovar si, com creiem, en el cas dels socis amics dels museus es repeteix el mateix patró o, per contra, el seu perfil és un altre totalment diferent.

Cinquena. El fet de ser soci d'una associació cultural sol ser una experiència positiva, agradable i estimulante. Els amics dels museus durant la visita al museu, o quan realitzen una col·laboració amb l'associació experimenten diversos sentiments

positius i sensacions beneficioses. S'indaga si realment aquestes interaccions produeixen o no un benestar i un sentiment d'obtenir un major coneixement i quins impactes es produeixen en ambdues direccions.

1.6. Metodologia

Per presentar la metodologia emprada en la present recerca, s'ha dividit en tres grans apartats: l'apartat dedicat a la lectura de bibliografia, el treball de camp i, finalment, l'anàlisi de les dades obtingudes, que passem a veure tot seguit.

1.6.1. Lectura de bibliografia

La tesi es va iniciar amb la lectura de bibliografia internacional sobre diferents tipus d'estudis de públics, associacions i amics de museus, explorant els autors i autores que han tractat el tema per poder, així, elaborar el capítol de l'estat de l'art. Aquesta bibliografia versa sobre els temes i les àrees de coneixement següents: articles científics sobre exemples d'estudis de públic d'arreu del món, a partir de l'any 2000 (any que havíem agafat com a límit cronològic màxim). També sobre impactes en museus (des de la seva vessant més social) o una petita incursió en l'àrea de la psicologia en temes sobre sentiments, sensacions, benestar social i comportaments. Tot plegat ens va permetre elaborar el capítol d'estat de la qüestió (primer, en el terreny internacional i, després, focalitzat a Catalunya) sobre el tema tractat a la tesi i amb el qual es buscaren models útils per a la nostra pròpia recerca. Cal dir, fent referència a la perspectiva de gènere, que aproximadament un 20% de la bibliografia consultada és d'autoria femenina.

Els articles es van extreure, principalment, de repositoris digitals. Aquests articles són de diferents parts del món (sense fer cap mena de distinció geogràfica) i vàrem fer un buidat dels articles que fan referència a qualsevol tipus de museu, sense destriar-los per la seva tipologia.

D'altra banda, es va fer una lectura de manuals (manuals de suport com a eines tècniques) i llibres de caire més metodològic, com és ara la literatura sobre repetició semàntica, d'estadística, d'anàlisi d'enquestes, de recerca qualitativa, de recerca quantitativa, de com realitzar i moderar *focus groups*, així com ús de diccionaris. D'altra banda, també es va consultar bibliografia d'altres àrees de coneixement com la psicologia, l'estadística i la sociologia. Es van crear i fer

servir unes plantilles d'elaboració pròpia, a manera de resum de les lectures, per la detecció de temes o experiments comuns entre autors.

Pel que fa als estudis de públic a Catalunya, es repeteix el patró de la península Ibèrica: els estudis són pocs, aïllats (sense connectar entre si) i intermitents en el temps, desaprofitant aquest recurs de manera continuada i fent només petites accions, molt concretes, per conèixer *inputs* determinats, com dades relatives a una exposició temporal: el nivell de satisfacció del públic, el recorregut dins de les sales o el temps dedicat a cada expositor.

Vàrem començar amb la cerca de bibliografia publicada sobre el tema amb independència de la zona geogràfica on s'hagués produït o la naturalesa de l'espai cultural.

A banda dels estudis formalment editats i oficialment publicats, ben aviat es constata que existeix una gran quantitat de literatura gris, generada per les institucions. És la literatura que es genera com a documentació interna de treball (sense veure la llum pública), amb un seguit de dades elaborades pels mateixos treballadors i dirigida al personal directiu de la mateixa institució, per prendre algunes decisions.

Quant a la literatura gris, els informes i treballs que es van revisar són els de diverses institucions museístiques com el MNAC, MACBA, CosmoCaixa, el Museu Marès, Museu de la Ciència (d'una exposició en concret), Museus de Sitges, Museu de Vilafranca i Museu de Calafell.

Per últim, volem afegir que a l'inici de la realització de la tesi ens va interessar el tema perquè estava poc estudiat i poc publicat. Però aviat ens vàrem haver d'enfrontar amb dues problemàtiques importants a l'hora de preparar una tesi i, en concret, aquesta: el fet d'haver de dependre de la bona voluntat de les persones per a obtenir dades (un tema que espero que en el futur es pugui resoldre amb els repositoris digitals de dades de recerca) i, per altra banda, el fet que no existeix un arxiu històric on anar a consultar bibliografia antiga específica sobre el tema. Vàrem consultar diferents arxius però, com indicàvem, la falta de dedicació sobre el tema fa que la documentació sigui pràcticament nul·la o poc rellevant científicament. En primer lloc, es va consultar l'hemeroteca del diari *La Vanguardia* (que s'inicia el 1881) on hi apareixen inauguracions, banquets i alguna visita reial, i després vàrem consultar la documentació de l'arxiu de l'Associació dels Amics dels Museus de Catalunya (AAMC). Aquesta documentació de l'associació (nascuda el 1933), com dèiem, no està digitalitzada ni indexada i es redueix a les actes de les reunions de l'Associació, on bàsicament es registrava

l'estat de comptes i la relació d'accions a emprendre com alguna donació tal i com ens comenta Inés Carci, secretària de l'Associació dels Amics dels Museus de Catalunya (Carci, 2014). En segon lloc, es va acudir a l'Arxiu Nacional de Catalunya (ANC), on s'esperava trobar un gran volum de documentació. I les cerques a l'AAMC van ser quasi simbòliques, com la d'una fotografia del 1933, d'un banquet ofert a la premsa per part de l'Associació d'Amics dels Museus de Catalunya i la Junta de Museus, arran de la primera exposició que va organitzar l'Associació, que va ser l'exposició d'indumentària de Manuel Rocamora. La resta de documents també són actes, rebuts de pagament i targetes de socis. Pel que fa a la documentació que conserva l'ANC, lligada al Departament de Justícia, departament que gestiona les associacions, només hi ha dos registres dedicats a associacions de museus: l'Associació d'Amics del Museu de Gavà i l'Associació d'Amics del Museu de Molins de Rei, que no va voler continuar participant en l'estudi.

Quant als arxius de les associacions concretes amb les quals hem realitzat els *focus groups*, cal dir que l'Associació del Museu-Arxiu de Sentmenat no té arxiu de l'Associació.

L'Associació d'Amics del Museu de Gavà sí que té arxiu intern de la seva pròpia documentació (s'ubica a les dependències del museu), on hi arxiven les actes de les reunions de la Junta i de l'Assemblea i altres documents d'interès. Aquesta documentació està parcialment digitalitzada i és de consulta pública a la seva web.

Actualment, l'Associació dels Amics del Museu d'Art de Girona no disposa de cap arxiu oficial propi ni tampoc disposa d'un espai físic on ubicar aquest arxiu (més endavant veurem com la crisi sanitària ha afectat aquesta associació). Per contra, sí que compta amb una sèrie de peces artístiques cedides per artistes, que esperen poder ser catalogades i inventariades aviat.

L'arxiu de documents legals en paper de l'Associació del Museu de Ciències Naturals de Barcelona està sota la custòdia del seu secretari. Les actes i altres documents bàsics estan digitalitzats i els conserven compartits en un espai núvol (d'accés exclusivament privat). Altrament, els documents digitals generats per l'Associació (documents de caire administratiu i legal, imatges, vídeos, etc.) es desen en discs externs dipositats en dos espais diferents i allunyats de la ciutat de Barcelona i cada sis mesos aproximadament, se n'actualitza el contingut. Amb motiu de les assemblees anuals es distribueix informació de les finances i altres aspectes interns de caràcter associatiu. Aquesta associació s'ha plantejat la publicació dels documents bàsics de gestió, però de moment només és un projecte.

1.6.2. El treball de camp

Pel que fa al treball de camp, el vàrem dissenyar i dividir en quatre fases consecutives per organitzar-nos i tenir clar en tot moment en quin punt ens trobàvem amb cadascuna de les associacions participants. Des d'un bon inici d'aquesta recerca, ens vàrem plantejar el següent esquema de treball de camp: una fase inicial d'exploració, la fase zero, de cerca d'associacions d'amics per internet; seguidament, una fase d'aproximació —contacte— amb les associacions: és l'etapa on es van dur a terme les enquestes; per últim, els *focus groups* o grups focals. Vàrem contactar amb totes les associacions registrades existents però també amb totes les associacions detectades. Evidentment, com que la participació de les associacions era lliure, les dades amb què es va treballar no pertanyen a la totalitat de les associacions, sinó només a les que estan en actiu i que van accedir a participar en la recerca. La primera fase de contacte va consistir a crear una fitxa, d'elaboració pròpia, de dades bàsiques i característiques destacades —i resumides— de les associacions. La segona fase va consistir a crear una enquesta en línia, d'elaboració pròpia, per enviar a les associacions. També es van imprimir algunes enquestes en paper, per entregar a les assemblees, per als socis que no disposaven d'internet. I, per últim, la tercera i darrera fase va consistir en realitzar *focus groups in situ*, als locals de les associacions/museus.

1.6.2.1. Primera fase: fase d'exploració d'associacions

En aquesta primera fase del treball de camp de la tesi, un cop acabat el treball exploratori de la fase zero, es van utilitzar dos mètodes: les entrevistes personals amb professionals del sector i, posteriorment, la creació de fitxes, d'elaboració pròpia, per recollir les dades bàsiques i detectar les característiques principals de les associacions. Aquest format de fitxa ens va permetre veure ràpidament quines semblances i quines diferències tenien les associacions actuals en el seu funcionament.

Es van mantenir entrevistes amb un panell d'experts del sector: diferents directius i professionals de diverses institucions del sector, de manera individual:

- Joan Abellà, llavors gerent del MACBA (Abellà, 2013);
- Inés Carci, secretària de l'Associació dels Amics dels Museus de Catalunya (Carci, 2014);

- Maurici Dueñas, tècnic de gestió de públic del MNAC (Dueñas, 2013);
- Antoni Laporte, cosoci fundador i codirector d'Arismetria (Laporte, 2013);
- Maria Ribas, cap de la unitat de públics del CCCB (Ribas, 2014);
- Teresa Sordé, Investigadora del Departament de Sociologia de la UAB (Sordé, 2013);
- Montserrat Tort, cap del Gabinet tècnic de l'ICUB -que gestiona les enquestes culturals de la ciutat de Barcelona- (Tort, 2013);
- Francesc Viso, coordinador de Centres d'Estudis de Parla Catalana (Viso, 2022).

Les entrevistes amb tots ells van servir per prendre el pols del que estava fent cadascuna de les entitats. I en el cas de la investigació en Sociologia, la conversa amb la Dra. Teresa Sordé ens va servir per saber com es treballa en altres disciplines que tracten un volum important de dades, d'on extreuen ells les dades amb les quals investiguen i com les exploten posteriorment.

Una fase inicial del treball de camp va consistir, com dèiem, en la cerca de totes les Associacions d'Amics de Museus de Catalunya, a través del registre del Departament de Justícia (un total de 53), que és on cal registrar tot tipus d'associacions. Onze d'elles estan sense activitat, des de fa anys. També es va fer un sondeig entre «amics de museus», que en realitat són clubs de fidelitat, amb targetes de descomptes per gaudir a dins del seu museu corresponent. Posteriorment, es va fer un primer contacte amb totes elles, per demanar la seva col·laboració en la recerca. Un cop iniciada la col·laboració amb les associacions que van acceptar, se'ls va enviar una fitxa amb l'objectiu de conèixer les característiques de les associacions. Es demanava a cadascuna d'elles que retornessin la fitxa amb les dades bàsiques de la seva entitat (usant la fitxa estàndard que vàrem elaborar, per tal de recollir les dades d'una manera homogènia; veure annex 9). Els camps que podem veure en l'esmentada fitxa són: nom i lloc de l'associació, data de fundació (una dada que ens és important per saber en quin context va néixer l'associació), nombre de socis quan es va fundar, nombre de socis actuals, estatuts, dades de registre, finalitats, activitats, relació amb el seu museu, etc.

Els camps escollits ens ajuden a conèixer les dades fonamentals de cadascuna de les associacions participants, així com poder veure les diferències i/o similituds que hi ha entre elles.

Es va contactar amb un total de seixanta associacions d'amics de museus ubicades a Catalunya, sense fer cap distinció geogràfica específica ni tampoc cap filtre previ

per temàtica pròpia del contingut del museu. D'aquestes, vint-i-quatre ens van retornat la fitxa emplenada, onze han desaparegut, una es crearà properament, disset no van atendre la nostra petició de col·laboració i set de les seixanta no són en realitat associacions d'amics com a tal, sinó que, tot i que porten el nom d'*associació*, són en realitat un club social o un club de descomptes o avantatges per gaudir del museu al qual pertanyen. Per tant, aquestes darreres «associacions» es van quedar fora de la part final del nostre estudi.

1.6.2.2. Les enquestes

Posteriorment, ens vam plantejar què volíem saber, què volíem preguntar i vam dissenyar una enquesta d'elaboració pròpia (anònima i confidencial) (veure enquesta a l'annex 10). La mecànica consisteix a enviar l'enquesta *online* a totes les associacions contactades perquè la facin arribar a tots els seus socis junt amb el seu calendari previst d'activitats i trobades. També es lliuren algunes enquestes en paper a les associacions —*in situ*— per a aquells socis que no utilitzen internet i els resulta més còmode contestar a mà. Les dades de les enquestes de la fase dos del treball de camp es recullen de manera anònima, per tal de preservar-ne les identitats i així complir amb la llei de protecció de dades.

Es rep formació en Estadística per millorar la interpretació i anàlisi dels resultats obtinguts.

1.6.2.3. Els focus groups

Després de les enquestes, es fa una crida de voluntaris, per associacions, per dur a terme unes sessions de discussió (*focus group*) convocades a les seus de cadascuna de les associacions i així conèixer de primera mà les opinions, les sensacions i les emocions dels socis. Pensem de seguida en realitzar *focus groups*, perquè és parlant i a través de les històries que s'expliquen que es posen de manifest, de manera subtil, els comportaments i sentiments de les persones (Riera, 2019). Primer pensem a convocar a persones en concret: gent d'edat molt avançada, gent molt activa, el soci més jove i representació femenina. Però ho descartem pels motius següents: en primer lloc, per no interferir en els resultats (que són objectius i imparcials), per no obtenir unes dades esbiaixades i, després, perquè

les enquestes són anònimes i no podem saber a quina persona pertanyen en concret per poder-la convocar.

Els *focus groups* es van realitzar a la tercera fase del treball de camp de la nostra tesi. Cal recordar aquí, breument, que la tècnica dels *focus groups* (grup focal o grup de discussió), és una entrevista grupal (Merton, 1956) on tots els entrevistats es troben junts, al mateix lloc i al mateix moment, i donen la seva opinió personal i conversen sobre un mateix tema. Es caracteritza per tenir un caràcter qualitatiu i amb ella es busca saber el perquè de fets socials difícilment quantificables. És una tècnica de recerca on s'entra en el món subjectiu, de l'experiència i de les emocions dels participants. En el nostre cas, els diferents *focus groups* van tenir lloc a les seus de les mateixes associacions i van durar aproximadament una hora. Es van gravar amb gravadora mp3. Tot i que vàrem mantenir un rol actiu de moderadors (a l'inici, per trencar el gel i, després, mantenint el ritme de conversa i preguntant qüestions que ens interessaven), vàrem intentar no influir massa en els conceptes que van anar apareixent al llarg de la xerrada, que es basava en l'experiència personal de cadascun dels socis.

Quan fèiem la proposta a una associació per poder mantenir una xerrada, ho plantejàvem com un diàleg amb alguns socis, per parlar sobre la pròpia experiència personal a cadascuna de les associacions.

Nosaltres portàvem un esquema, amb sis ítems claus per a nosaltres que volíem que es tractessin, si no sortien de manera espontània. Aquests ítems o preguntes inicials —per trencar el gel— eren les següents: Quin any us vàreu fer socis? Què hi buscàveu en associar-vos? Ho heu trobat? Creieu que teniu punts en comú entre vosaltres? Quines motivacions vàreu tenir per fer-vos socis en el seu dia i per gaudir de les activitats que s'oferien? Comportaments. La seva relació amb el museu. Nous hàbits adquirits (si s'escau). Experiències; sensacions, sentiments, emocions.

La prova pilot dels *focus groups* la vàrem realitzar amb els Amics del Museu Marítim de Barcelona. Els vam escollir per tres motius: en primer lloc, perquè d'aquesta associació teníem un gran nombre d'enquestes emplenades; també perquè el museu havia col·laborat en estudis de públic amb anterioritat (Asensio, Pol, Gomis, 2001); per últim, perquè els socis mostraven una molt bona predisposició a participar en el *focus group*.

Tant en el cas concret d'aquest *focus group* com en la resta, vàrem intentar que en tot moment fos una xerrada lliure, participativa i que generés *contingut*, és

a dir, un nombre significatiu de conceptes i temes interessants per a nosaltres, objecte d'estudi i amb suficient entitat com per ser mencionats en aquesta tesi. Vàrem anar equipats amb una gravadora digital per enregistrar tota la conversa i, a més, vàrem prendre notes a mà. Aquests dos sistemes ens ajudarien a enregistrar tota la conversa sencera i no perdre cap detall per, posteriorment, poder-ne fer més fàcilment el seu buidat, per paraules, amb un programa informàtic de reconeixement de vocables.

Les dades de les enquestes de la fase dos són anònimes, així com el contingut dels *focus group*, per tal de preservar la seva identitat i complir amb la Llei de protecció de dades. El gènere dels participants en els *focus groups* es pot veure en la taula següent, amb el detall de tots els socis que hi van prendre part.

Taula. 1.1. Gènere i franja d'edat dels socis participants en els *focus groups*, per associació.

Informant número	Nom associació	Gènere	Edat
1	Amics del Museu Marítim de BCN	Home	61-80
2	Amics del Museu Marítim de BCN	Home	61-80
3	Amics del Museu Marítim de BCN	Home	61-80
4	Amics del Museu Marítim de BCN	Home	61-80
5	Amics del Museu de Girona	Home	21-40
6	Amics del Museu de Girona	Dona	0-20
7	Amics del Museu de Girona	Home	61-80
8	Amics del Museu de Girona	Dona	61-80
9	Amics del Museu de Ciències Naturals de BCN	Dona	21-40
10	Amics del Museu de Ciències Naturals de BCN	Home	61-80
11	Amics de l'Arxiu Museu de Sentmenat	Home	61-80
12	Amics de l'Arxiu Museu de Sentmenat	Dona	0-20
13	Amics de l'Arxiu Museu de Sentmenat	Dona	41-60
14	Amics de l'Arxiu Museu de Sentmenat	Home	41-60

Informant número	Nom associació	Gènere	Edat
15	Amics de l'Arxiu Museu de Sentmenat	Home	61-80
16	Amics de l'Arxiu Museu de Sentmenat	Dona	41-60
17	Amics de l'Arxiu Museu de Sentmenat	Home	21-40
18	Amics de l'Arxiu Museu de Sentmenat	Home	61-80
19	Amics del Museu de Gavà	Home	41-60
20	Amics del Museu de Gavà	Home	61-80
21	Amics del Museu de Gavà	Dona	61-80
22	Amics del Museu de Gavà	Dona	61-80
23	Amics del Museu de Gavà	Dona	61-80

Amb totes aquestes fases completades, donàvem per finalitzat el treball de camp sobre el territori (acudint presencialment als museus i a les associacions) i la part més experimental d'aquesta tesi.

1.6.3. Anàlisi de les dades obtingudes

Un cop recollides totes les dades —en brut— del treball de camp, es van anonimitzar, classificar i ordenar, i va començar la tasca de la seva revisió i anàlisi. També es van transformar per tal que la seva consulta resultés més entenedora a l'hora de presentar les dades obtingudes en els capítols corresponents de la tesi.

Amb les diferents dades obtingudes de les associacions¹ (fitxes, estatuts, bases de dades de socis, enquestes i *focus groups*), vam elaborar un estat de la qüestió d'aquestes associacions en concret i vam fer l'anàlisi final de les dades extretes, aplicant-hi tècniques estadístiques.

1 Es garanteix l'obtenció i tractament de les dades de manera ètica i responsable.

1.7. La perspectiva de gènere d'aquesta tesi

Com ja s'ha esmentat anteriorment, aquesta tesi té una part de treball de camp realitzada en el si de cada associació. La recollida de dades es va fer usant, principalment, tres mecanismes: en primer lloc, la fitxa de les associacions; en segon lloc, una enquesta als socis i, per últim, unes trobades en grup.

Pel que fa a la perspectiva de gènere d'aquesta tesi, cal mencionar que en cap dels dos últims casos hi va haver tria de socis. Quant a l'enquesta, es va decidir d'enviar-la a tots els socis perquè ells, voluntàriament i lliure, decidissin si la contestaven o no. El que sí que podem dir és que l'enquesta inclou una selecció de preguntes que, creuades, fan que puguem extreure conclusions en matèria de gènere, de la mateixa manera que ho hem fet amb les fitxes de les associacions.

En segon lloc, sobre les dinàmiques de grup, igualment, es va demanar de convidar un grup reduït de socis i van acudir a la convocatòria els socis interessats. Això significa que no hi va haver una «actuació» sobre la tria de les persones que van respondre a ambdues crides i no es va dirigir a cap persona determinada a contestar. En aquests grups de treball, la proporció d'homes i dones va ser la següent (taules 1.1. i 1.2.):

Taula 1.2. Recompte d'homes i dones participants en els *focus groups* per associació d'amics de museu.

<i>FOCUS GROUPS</i>	Homes	Dones
Museu Marítim de Barcelona	4	0
Museu d'Art de Girona	2	2
Museu de CC Naturals BCN	1	1
Museu de Gavà	2	3
Museu de Sentmenat	5	3
	14	9

Cal afegir també que es va controlar tot el procés del treball de camp i no es va delegar —ni subcontractar— cap tasca a ningú. Aquest fet fa que es pugui

garantir al cent per cent que no es va escollir ningú per emplenar l'enquesta, com tampoc no es va obligar ningú a participar en el treball de camp.

Malgrat la «no tria» de persones, sí que les dades entre dones i homes són analitzades segons la variable de gènere. Així mateix, s'analitzen posteriorment els motius i l'impacte que expliquen les diferències detectades entre aquesta variable (European Communities, 2009).

1.8. Problemes i dificultats

En la vessant científica, les dificultats amb què ens hem trobat en realitzar aquesta tesi, han estat diverses: la primera d'elles, la manca de bibliografia del tema que es volia investigar inicialment. Això va fer que variés lleugerament el tema de la tesi, passant de l'impacte dels estudis de públic als museus de Catalunya a l'impacte social dels museus, el cas de les associacions d'amics dels museus. Però de nou, ens vàrem topiar amb el problema de la manca de bibliografia i d'arxius històrics: la majoria d'associacions no tenen arxius, l'ANC no conté res específic, l'Associació d'Amics dels Museus de Catalunya no té la documentació classificada (té alguna caixa per anys i tenen pendent digitalitzar la documentació, però tenien l'oficina tancada) i es dona el cas concret d'una associació que té la documentació de les reunions en una carpeta virtual que custòdia el seu president, com ens comenta Inés Carci, secretària de l'Associació dels Amics dels Museus de Catalunya.

Una altra de les dificultats amb què treballem és el fet de no tenir unes dades periòdiques que es recullin i s'explotin sistemàticament, com sí és el cas de les dades que s'usen per a treballs d'investigació en altres àmbits, com són la Medicina o la Sociologia. En el primer cas, ja fa anys que es treballa per compartir les dades de manera comuna (creant bases de dades) i aconseguir així que tots els investigadors se'n puguin beneficiar. En el cas de la Sociologia, per exemple, es fan investigacions referides a centres escolars que prenen com a dades inicials de treball les dades que s'extrauen de manera sistemàtica, continuada i fiable, dins l'àmbit peninsular. Així doncs, ja no s'han d'ocupar de recollir aquestes dades ni de crear una metodologia inicial per captar-les, com tampoc de crear uns indicadors per explotar i mostrar aquests resultats, ja que tenen una font periòdica de dades d'on beure directament per als seus estudis. Per aquest motiu, vàrem haver de recollir aquestes dades, usant diferents tècniques i, posteriorment, crear uns indicadors per poder mostrar i analitzar les dades.

En tercer lloc, una dificultat important amb la qual ens vam topar va ser la desconfiança que va generar la petició de col·laboració en la majoria d'associacions per la por de ser «auditats» (tot i que la nostra intenció no fos aquesta).

La quarta dificultat va ser la baixa participació dels socis en l'enquesta (tan sols un 4,31% del total de socis).

En cinquè lloc, una poca col·laboració en la «metacerca» (en el cas d'una associació, cap membre es va presentar a la convocatòria acordada) i/o haver de reclamar documentació en diverses ocasions.

I per últim, pel que fa als àudios obtinguts dels *focus groups*, ens va costar trobar una bona eina per transcriure aquests àudios dels grups de treball, com també trobar la manera de crear l'algoritme per poder quantificar les transcripcions dels socis testimonis i poder oferir unes dades el més objectiu possible.

En un terreny més personal, diferents vicissituds al llarg d'aquests anys han fet que es perllongués l'execució de la tesi. Malauradament, el meu primer tutor, el Dr. Alcalde va faltar de resultes de l'empitjorament d'una malaltia. Degut a la seva defunció, el Dr. Roigé, professor de la UB, va agafar el relleu com a director de tesi. I, particularment, s'han encadenat diferents fets malastrucs però també hem de celebrar-ne algun d'alegre. Finalment, el cop que ha suposat la COVID-19 ha estat una situació que ens ha afectat, d'alguna manera o altra, a tota la societat i, òbviament, al desenvolupament d'aquesta tesi, que ja es trobava en la recta final.

1.9. Estructura

Aquesta tesi s'estructura en tres grans seccions: la primera està dedicada a l'estat de l'art del tema de la tesi i al context històric dels museus i les associacions de museus. En aquest primer apartat veurem la bibliografia corresponent a l'estat de la qüestió dels estudis de públic des de l'any 2000, així com uns capítols introductoris, de context, sobre el moviment associatiu i de conceptes bàsics que formen part d'aquest moviment i que ens ajuden a fixar els pilars sobre els quals s'assenten les associacions d'amics objecte d'aquest estudi.

En la segona, es tracta el treball de camp portat a terme. Aquest apartat, doncs, està dedicat a explicar amb detall les tasques desenvolupades a les associacions, els ítems investigats i les dades que se'n desprenen.

La darrera secció de la tesi segueix l'anàlisi dels resultats obtinguts en el treball de camp, on s'analitzen les dades recopilades sobre les associacions i els seus

socis i es presenten els resultats obtinguts. Aquest bloc consta, alhora, de tres subapartats principals: en primer lloc, la descripció de les associacions objecte d'estudi (mitjançant les seves fitxes), incloent-hi l'anàlisi dels seus estatuts i de les seves activitats. En segon lloc, l'anàlisi dels resultats obtinguts amb l'enquesta realitzada i, en darrer lloc, l'anàlisi dels resultats obtinguts amb els *focus groups*. La tesi finalitza amb un apartat de conclusions del tema investigat, basat en les hipòtesis plantejades al seu inici i seguint els objectius fixats. S'acompanya del darrer capítol, on hi consten els annexos documentals de la tesi.

En conclusió, podem dir que aquesta tesi versa sobre les associacions d'amics en general, sobre les associacions d'amics de museus més en concret, sobre aquests museus, però també sobre els socis de les esmentades associacions, i fa referència a tot el que representa i significa el fet de ser soci d'una associació determinada avui en dia. S'explica el sentit i la rellevància del fet de ser membre d'una institució que t'espera amb els braços oberts per a un fi comú: posar en valor el patrimoni del seu museu i de la societat que viu o gaudeix d'aquest museu. Aquesta recerca observa i analitza les diferents relacions actuals que s'estableixen en totes direccions al voltant de les associacions d'amics de museus, quin impacte produeixen i del que d'elles se'n desprèn. Es tracta d'un tema que pot tenir aplicabilitat en polítiques culturals, pel fet d'analitzar aquests processos de participació social i cultural i les interaccions de centres culturals amb el seu públic (i a la inversa). I en el capítol següent, veurem què s'ha dit sobre el públic que visita els museus, què s'ha dit sobre les associacions (un tema poc estudiat en el camp teòric) i, en un capítol posterior, veurem els orígens de les associacions i, amb més detall, les associacions culturals. Amb aquesta tesi esperem contribuir a aportar més llum a l'estudi de les associacions d'amics dels museus, obrir el camí cap a uns estudis més recurrents i consolidats sobre públics i participació social dels museus i les seves associacions, a diversificar-ne l'estudi combinat junt amb altres disciplines i a la implantació de l'ús de l'algoritme de recompte de paraules pels *focus groups*. Esperem també que la superació de la crisi de la COVID-19 permeti restablir al màxim l'activitat prèvia a la pandèmia i permeti tornar a programar totes les activitats amb la normalitat anterior i, molt especialment, que permeti els seus socis de gaudir plenament del fet de poder-se retrobar amb els companys d'associació, perquè, en alguns casos, aquest fet representa la vida social d'un soci o sòcia.

2



Museu de la Garrotxa.
Fotografia: gentilesa Arxiu Municipal d'Olot, Museu de la Garrotxa

Capítol II. Estat de la qüestió. La interrelació entre el públic i els museus i el paper de les associacions d'amics

2.1 Presentació

En aquest capítol es revisa l'estat de la qüestió dels estudis de públic, així com el de les associacions culturals. S'ha revisat bibliografia sobre el tema, però també bibliografia d'altres disciplines que tenen relació amb el tema de la tesi, intentant, així, tenir una visió el més transversal i interdisciplinari possible. Es revisa la bibliografia més destacada dels estudis realitzats sobre la matèria que, majoritàriament, s'han dut a terme en museus de ciències o ciències naturals. Amb aquesta bibliografia es constata que la literatura referida a les associacions a Catalunya i, més concretament, a les associacions culturals, és escassa.

El capítol de l'estat de la qüestió es divideix en dos grans blocs que contenen, ambdós, diferents apartats temàtics, que constitueixen el marc conceptual de la tesi. Aquests versen sobre els estudis de públic dels museus, centrant-se, en el primer bloc, en el/la visitant com a centre del museu, revisant la seva participació i la seva experiència dins del museu. Se'n descriu la seva història, així com les seves característiques i la seva connexió emocional amb el museu i la contribució al benestar per part dels museus. Pel que fa al segon bloc d'aquest capítol, dedicat més específicament a les associacions d'amics dels museus (AAM, d'ara endavant), s'examina quina és la relació de les associacions amb els museus, que significa el concepte d'*associació d'amics* i quina evolució han tingut museus i associacions al llarg dels anys.

Els museus, des dels seus orígens, han anat variant el seu concepte, les seves motivacions i les seves principals preocupacions. Des de la primera idea de

museu, entès com a «contenedor d'objectes», ha anat evolucionant a un museu més participatiu, més social, tal i com es planteja en alguns punts de l'ICOM. Aquesta evolució s'ha anat articulant amb diferents estratègies. Una d'elles ha estat la de convertir-se en museus més propers al seu públic, essent més participats i més participatius, en un primer moment. És en aquest instant quan comencen a néixer i a créixer iniciatives com les associacions d'amics dels museus i iniciatives anàlogues, com les dels centres d'estudis que no es tracten en aquesta tesi, que fan que els museus expandeixin les seves ales més enllà de les seves parets.

I, posteriorment, ens trobem amb un segon moment que posa al públic com a centre del museu, en un punt ja més avançat d'aquesta evolució on la programació gira al voltant dels seus visitants. S'arriba a un punt on es té interès pel públic (com també pel «no públic») que envolta els museus. Es qüestiona qui és el públic usant diferents tècniques i, sobretot, s'identifica quin és el perfil concret del públic assidu als museus. Tot i que el perfil del visitant se sospitava i no ofereix sorpreses, el punt innovador consisteix a posar el focus per primera vegada en el públic i no només en l'objecte. Tenir interès per a ell, voler saber qui és, conèixer-lo i saber què li agrada més. El canvi de paradigma rau en el fet que els museus programin en funció d'aquestes dades i dediquin part del pressupost a aquest fi i no només a restaurar o a publicar investigacions sobre el seu fons. La importància rau també en el fet que, per primera vegada, els museus es socialitzen de veritat, ja que s'entén que els museus són per a la societat i s'assoleix la fita de prendre el públic en consideració, al mateix nivell que pot estar-ho un objecte exposat en un museu. El meló s'acabava d'obrir i el debat estava servit. A partir d'aquí, amb la base ja fixada, comencen les diferents maneres de tractar l'assumpte: els museus que continuaran com fins ara, en un extrem, i els que bolcaran gran part dels seus recursos a fer un gir total en la seva concepció de museu, en l'altre. I com que Catalunya és un poble molt divers i, per tant, amb un catàleg de museus molt variat, les opcions disponibles també són molt variades. Cal dir també que, actualment, som un territori amb un gran volum de museus locals, independentment del valor de les peces que puguin contenir o en quina vila es trobin ubicats, on ja és un tret distintiu d'aquests museus un servei més personalitzat i més acurat cap al públic visitant.

2.2. L'impacte dels museus a la societat i la dificultat d'investigar-lo

L'impacte dels museus a la societat és un dels punts de partida de la nostra tesi, i s'inscriu dins d'una sèrie d'estudis que intenten debatre el paper dels museus a la societat o, dit d'una altra manera, conèixer quin rol i quin impacte tenen la creació d'un museu i tota la seva activitat associada. Pep Montes (Montes, 2019:2) així ho expressa en un seu article:

Si volguéssim explicar el món associatiu com a moviment tindríem serioses dificultats per descriure'n les característiques essencials perquè, més enllà de la simple constitució jurídica com a societats sense ànim de lucre, no tenim un coneixement gaire detallat de les seves formes organitzatives, dels mètodes de presa de decisions, de les estructures logístiques en què fonamenten la seva actuació, de la capacitat de producció d'esdeveniments públics o del seu impacte econòmic...

Per una banda, com veurem a continuació, ens trobem que és difícil definir amb precisió i d'una forma tancada què és *impacte*. I, d'altra banda, resulta altament complicat avaluar-ne els seus efectes, especialment si parlem de l'impacte social dels museus, ja que la falta de recursos fa que hi hagi una mancança d'estudis (i, alhora, d'indicadors i de mètriques) i, tot sumat, en dificulta enormement la seva investigació.

2.2.1. Definició d'*impacte*

Les formulacions sobre les definicions del vocable *impacte* són diverses pel fet que existeixen diferents tipus d'impactes i aquests es classifiquen i s'identifiquen amb un nom o una etiqueta. És important saber a què ens estem referint quan es tracta d'*impacte*, per detectar si tots els investigadors estan parlant del mateix concepte o no, i si l'aproximació al concepte és la mateixa en diferents entorns culturals.

La definició més recent del que significa i del que vol dir *impacte* la trobem a les convocatòries de projectes de recerca europeus. A les seves convocatòries competitives, l'Horizon Europe defineix *impacte* com aquells canvis capaços de generar-se en el món real, un cop acabat un projecte de recerca (European Union, 2018).

Entrant ja en el camp més específic dels entorns culturals, Pekarik (2010), de l'Smithsonian Institution, fa un estat de la qüestió sobre el tema de l'impacte social, fent un recull, en un primer moment, de les diferents teories existents, dels anys cinquanta als setanta i, posteriorment, de les sis categories d'impacte dels EEUU i de les cinc categories d'impacte del Regne Unit. Les sis categories d'impacte proposades per la National Science Foundation's (NSF) a l'Informal Science Education program, són aquestes: consciència, coneixement o comprensió, compromís o interès, actitud, comportament, habilitats i altres. Tot i que es tracta d'un treball d'estat de l'art bibliogràfic, innova en el fet de plantejar-se la importància de mesurar l'èxit a través de l'impacte.

Els Estats Units és el país amb un major nombre d'articles publicats sobre la temàtica de l'impacte. D'aquesta manera, els estudis que s'han pogut analitzar són els articles basats en treballs realitzats a diferents museus i, especialment, a museus de ciències o d'història natural, que són els espais on més es concentren aquest tipus d'estudis.

Falk inicia el seu discurs en una de les seves obres (Falk, 2010, 1) remarcant la problemàtica existent per fer aquests tipus d'investigacions: hi ha una dificultat espacial i temporal. És a dir, per una banda, el treball de camp s'ha de fer (o en part) dins del museu i, de l'altra, segons Falk, l'impacte real és el que se succeeix fora del museu, un cop el visitant ja es troba lluny d'ell. Probablement per fer una correcta avaluació de l'impacte (o dels diferents impactes), caldria implementar microprojectes i dirigir el treball i la direcció en microobjectius. Potser el problema i la dificultat rau en voler abastar massa i voler calcular un impacte en global del museu i segurament seria més efectiu iniciar de forma parcel·lada, per projectes o bé per temes concrets (per àrees concretes d'estudi) de cadascun dels projectes. Per posar un exemple, seria el cas explicat per B. Sheppard (2012): «l'impacte s'explica d'un cas en concret però no de tot el museu». Seguint amb Falk, creu que el segon problema que existeix és el fet que els museus treballen molt amb dades quantitatives de visitants (i categoritzant demogràficament, de forma tradicional, els visitants) i no es paren a analitzar les dades qualitativament, preguntant-se, per exemple, el perquè dels «no visitants» i fent l'esforç de comprendre l'experiència del públic del museu.

Voldríem aquí fer un esment especial a diversos treballs de recerca portats a terme per John H. Falk (Falk, 2007, 2009). Tot i que ell i algun dels seus col·legues —amb qui són coautors d'alguna publicació— treballen professionalment en museus de ciències, el seu punt de vista resulta revelador. Es tracta d'una extensa bibliografia amb unes propostes innovadores, clares i

directes, que fan d'aquest autor un dels més interessants del panorama actual en els estudis d'impacte dels museus. Pensem que l'aproximació a Falk cal fer-la detectant les seves quatre grans branques de posicionament sobre el tema: **a)** l'exposició de la problemàtica, **b)** la diagnosi de la realitat, **c)** el plantejament de preguntes i **d)** l'aportació de solucions.

Falk és un dels autors més citats per altres investigadors en els seus treballs. I no només això, sinó que les seves teories serveixen de base d'alguns articles, com és el cas de Dawson i Jensen o el cas de Christidou. Dawson i Jensen revisen —i emfatitzen— les teories de Falk (Falk, 2007, 2009) relacionades amb la identitat i amb un model de context d'aproximació al visitant més sensitiu i el ressaltem per posar en dubte la segmentació tradicional, en subgrups, de les dades de públic visitant. N'identifiquen una sèrie de desavantatges i creuen que és una metodologia reduccionista. Aposten per un agrupament més «psicogràfic», és a dir: agrupar els visitants per interessos compartits, per opinions, per actituds, etc., d'una forma més sensible i amb un nivell de profunditat més elevat i de més qualitat.

Falk classifica el visitant del museu en cinc perfils diferenciats: l'Explorador, el Facilitador, el Cercador d'Experiències, el Professional i el Peregrí. L'Explorador, és el perfil de visitant que valora el contingut i que relaciona l'aprenentatge amb la diversió. A aquest perfil li atreuen les exposicions noves, les oportunitats i els reptes. El perfil de Facilitador és el perfil del visitant de museu que actua com a intermediari, portant als seus fills o amics. Esta més interessat en allò que el museu li ofereix socialment que intel·lectualment. Li atreuen les promocions que impliquen diversió, activitats en grup, socialització, etc. El perfil del Cercador d'Experiències és el que busca el més conegut del museu: l'oferta *blockbuster* i les peces més publicades i reconegudes de la col·lecció. Li atreuen les experiències úniques i fa ús de totes les àrees del museu i els serveis que el museu pugui oferir: eines interpretatives dinàmiques i interactives, activitats, etc.

El visitant Professional és el més expert i entès sobre el tema, en conseqüència, sol ser més crític que la resta dels perfils. Se sent més atret pels esdeveniments relacionats amb les exposicions del museu, com ara tallers, conferències i activitats destinades al públic expert. Creiem que en aquest perfil hi podríem encabir també el soci de l'associació d'amics del museu. I, per últim, Falk parla del visitant Peregrí: que és la tipologia de visitant més espiritual, que se centra en la recerca del gaudi, la bellesa i la tranquil·litat del museu per refugiar-se. Se sent atret per l'aspecte estètic, sublim i espiritual del museu més que pel seu contingut.

TIPUS de VISITANTS als MUSEUS segons FALK

1. **Explorador:** Valora el contingut i relaciona aprenentatge amb diversió. Li atrauen les noves exposicions i els reptes.
2. **Facilitador:** Acompanya a familiars o a amics. Li interessa la part social del museu, les promocions que impliquen diversió, activitats socials en grup.
3. **Buscador d'experiències:** Busca les peces més reconegudes de la col·lecció. Li atrauen les experiències úniques i usa els serveis del museu.
4. **Professional:** És el perfil més expert i, per tant, el visitant més crític. Atret pels esdeveniments més professionals i especialitzats del museu.
5. **Peregrí:** és el visitant més sensible i espiritual, en busca de tranquil·litat. Atret per la bellesa de les peces.

Font: domoeducativo.com, Mèxic

Un dels nostres objectius era analitzar com els socis incideixen en el museu i com el museu impacta en els socis i també en tot el seu entorn. Els socis, en aquest sentit, reconeixen que s'organitzen l'agenda en funció de les activitats de l'associació i també dins l'àmbit familiar, s'organitzen per aquesta mateixa qüestió. Thomson i Chatterjee (2013) defineixen *impacte* com «la contribució demostrable que la recerca excel·lent fa a la societat i a l'economia», conclusió a la qual arriben després d'entrevistar, com en el nostre cas, a 250 persones, durant un any, a diferents museus i galeries del Regne Unit. Per la seva banda, Communities Channel Scotland defineix *impacte* com «aquells efectes —positius— sobre les persones i en una comunitat, que se succeeixen com a resultes d'una acció, activitat, programa o projecte». Aquest centre, finançat pel Govern escocès, també ofereix recursos per revisar impactes.

Amb tot, veiem que la definició d'impacte no és única i que també és variable al llarg del temps, fent que aquesta definició sigui viva i es vagi modificant a mesura que apareixen nous estudis i nous mètodes per a la seva avaluació.

2.3. La percepció de l'existència d'un museu a través dels estudis de públic

La gran majoria de la literatura sobre els estudis de públic a Catalunya és literatura grisa de les mateixes institucions. Es treballa amb dades internes, d'ús particular, que no es mostren al gran públic. És habitual que els museus usin els seus programes de gestió i venda d'entrades per extreure informació sobre quins públics els visiten. Aquests estudis, tot i que de manera aïllada, irregular i intermitent, es realitzen al llarg del temps.

Independentment de la mida i de la zona geogràfica dels museus, en tots ells es fa servir una metodologia de recerca i d'estudi molt similar, usant un mostreig de reduïdes dimensions. No existeixen uns criteris homogenis en l'obtenció de dades dels visitants dels museus (Joan Muñoz a d.a., 1999). Ni les dades sobre les quals es basen els treballs ni la seva posterior anàlisi es fan públics, envoltant els estudis de visitants de certa opacitat i ostracisme.

Al llarg dels anys, els estudis no presenten cap innovació remarcable, tret d'una progressiva millora en la seva anàlisi (creuament de dades), dotant-la de més rigor científic. És una pràctica usual encarregar els estudis a una empresa privada especialitzada (més habitual en els darrers anys) i usar els propis programes informàtics de gestió de venda d'entrades. Tots els estudis s'elaboren per al propi benefici, sense cap ens superior que els analitzi de manera conjunta i aporti solucions o idees de millora de manera consorciada.

Un dels tipus d'estudis de públic que existeixen és el que investiga la percepció o coneixement que té la població (visitants i no visitants) sobre una institució museística. Que existeixi un museu ubicat en un punt concret no significa, necessàriament, que els seus veïns del voltant coneguin l'existència d'aquell museu o que el visitin. Sovint ens passa que tenim més coneixement de centres més llunyans que no pas de patrimoni cultural que tenim més a l'abast. Aquest tipus de recerca és la que van portar a terme Victor Yocco *et al.* (2009). Aquests autors aporten un interessant punt de vista a la recerca ja existent fins al moment. Ells intenten avaluar la percepció que es té, en una comunitat, de l'existència d'un museu d'art. Per esbrinar-ho (i aquest és el punt innovador), també pregunten als «no visitants» del museu, amb la finalitat de crear estratègies de comunicació per atraure aquests grups de no visitants, que representa una de les grans novetats de la recerca del seu article. Aquest grup d'investigadors usa un bon model d'enquesta: empren una enquesta de dinou ítems (amb tres grups diferenciats de temes: de

característiques individuals, socials i econòmiques) creada a partir de la discussió de Carol Scott (2006).² També usen la teoria d'Smolensky (1986), on es diu que les oportunitats educatives que el museu ofereix a la comunitat són l'avantatge més gran que un museu pot oferir a la comunitat i el que realment justifica els subsidis municipals.³ Un altre dels punts interessants que incorporen els autors de l'article és la diferenciació (de Stephen Weil, 1997) entre les mesures internes d'èxit (és a dir, la qualitat de la programació), de les mesures externes d'èxit (els resultats socials que s'obtenen). Realitzen l'enquesta en un sol cap de setmana, en un festival local que se celebra i recopilen 460 enquestes. A més, verifiquen l'existència d'una categoria individual, una de social i una d'econòmica dins la comunitat. Destaquen en el seu article dos sistemes reals per mesurar l'impacte: un d'econòmic i un d'educatiu. El primer és un model de beneficis a la comunitat basat en la seva predisposició per pagar per un museu. A l'article citen Clark i Kahn (1988), que van desenvolupar un model de beneficis a la comunitat basat en la seva predisposició per pagar per l'oferta cultural. Es tracta d'un model econòmic, però que creiem imprecís i poc fiable. El segon model, que els autors creuen que és un instrument que es pot usar per avaluar, independentment d'estàndards econòmics, és de les oportunitats educatives que el museu ofereix a la comunitat, tot citant Smolensky (1986). L'article també destaca per posar en relleu categories de la comunitat: la individual, la social i l'econòmica;⁴ o d'altres teories, com considerar els resultats socials «mesures externes d'èxit» diferenciades de les «mesures internes d'èxit», és a dir, la qualitat de la programació (Weil, 1997).

El treball de Ian M. Johnson *et al.* (2004), es basa en la teoria de Michel Menou (2001), que es compon dels tres punts següents: a) la necessitat científica per comprendre quina és la informació i com afecta a la conducta humana; b) la necessitat de gestió per comprovar que la informació és un recurs crític i c) la necessitat política de proporcionar un fonament per a les polítiques i de justificar les inversions i, per tant, assegurar el suport popular. Johnson evidencia

2 Scott (2006) va usar el *Delphi Method*, que consisteix a implicar els mateixos individus en tres fases diferents i que permet avaluar la percepció de l'existència d'un museu d'art en una comunitat. També es pregunta als no visitants, amb la finalitat de crear futures estratègies de comunicació amb aquests grups que encara no visiten el museu.

3 «Smolensky va suggerir que la justificació del finançament municipal de museus de belles arts resideix en part en la responsabilitat del museu d'organitzar i preservar tresors. D'aquesta manera, la justificació econòmica d'un municipi per garantir l'existència d'un museu és [...] un recurs preciós que proporciona valor a una comunitat» (Yocco *et al.*, 2009: 153).

4 Aquestes teories també entronquen amb les teories socials de Zygmunt Bauman (2007).

la gran varietat d'enfocaments en els estudis de públic. Utilitza les dades que les biblioteques generen de manera sistemàtica⁵ com a font, per elaborar els seus estudis. Aquest fet, contràriament, no succeeix als museus, ja que no existeix la dinàmica d'observació d'indicadors ni de recopilació de dades com a hàbit natural.⁶ Volem destacar aquest estudi de Johnson *et al.* (2004) com a bon exemple metodològic a seguir, tot i no tractar-se estrictament d'un estudi de públic en museus,⁷ ja que és un exercici molt crític (que s'intercala amb la política, quant a l'adjudicació de recursos públics) i complet, que també inclou un aspecte comercial. Es remarca la necessitat de fer investigacions més àmplies per poder verificar clarament que les dades recollides representen un impacte.

Austràlia és també un altre dels països del món on hi ha una alta densitat en treballs de recerca destinats a aportar llum sobre les qüestions referides en aquesta investigació doctoral, amb la diferència que són uns estudis de més profunditat i d'un més elevat nivell qualitatiu d'anàlisi. L'article de Lynda Kelly (2006) és potser un dels més complets i dels més interessants que existeix al respecte. Utilitza enquestes realitzades a 294 residents locals. Amb elles, Kelly (psicòloga de formació) investiga quins són els impactes (en plural) dels museus en la seva comunitat i com es poden mesurar. D'aquestes enquestes, ella n'extreu que hi ha un acord generalitzat a opinar sobre unes afirmacions concretes en relació amb el paper dels museus locals. Menciona el concepte de *capital social*, tot citant Stone, 2001.

En la línia de Packer i Bond (2010), sobre museus de diferent tipologia d'Austràlia i el seu apropament psicològic a l'anàlisi del seu impacte, a Irlanda trobem un estudi (Gurian, 2010) que té com a tema principal la transformació dels museus en quelcom essencial per al benestar col·lectiu. Usa uns qüestionaris per copsar i avaluar l'estat del tema, amb un enfocament centrat totalment en la comunitat, i que fa un seguit de suggeriments.

5 Johnson *et al.* (2004) usa dades de biblioteques com a font, que ja existeixen, no sol·licita que es generin especialment per fer l'estudi. El mateix passa amb alguns projectes de l'àrea de la Sociologia, que per exemple, usen dades provinents de resultats escolars que es recullen de manera sistemàtica cada any.

6 En el mateix sentit que a la nota 4, hem pogut conversar amb la sociòloga Teresa Sordé de la Universitat Autònoma de Barcelona, investigadora principal d'un ajut europeu sobre escoles. En el seu cas, la seva recerca també parteix d'unes dades inicials que es recullen sistemàticament anualment (les qualificacions i barems escolars).

7 Cal dir, però, que les dades d'origen amb què treballa Johnson formen part d'una estadística més àmplia que també inclou els museus i arxius d'Anglaterra.

A. Russo (2011) ens presenta un article que, segons ella, és el fruit de sis anys de metacerca en centres del tot món, sobre l'intercanvi entre el públic i els museus. Tot i això, es focalitza molt en promocionar un esdeveniment que té lloc al 2014, que commemorà el centenari de l'inici de la Primera Guerra Mundial. L'autora cita molts conceptes interessants com *networking society*, *connected communities*, *social media content*, malgrat no aportar llum amb cap metodologia concreta. També cita autors rellevants, com Gilmore (2007).

A banda del Regne Unit, que en realitat, formaria part d'una espècie de lliga anglosaxona d'investigació, Europa compta amb algun altre país interessat en els assumptes sobre l'impacte social dels museus. D'aquesta manera, trobem que els països nòrdics són els més prolífics en aquesta matèria (Dinamarca, Finlàndia, Noruega, i Holanda).

Finlàndia publica a la revista *Curator* l'impacte a la comunitat dels centres de ciències pures. Resulta rellevant el fet que posin de manifest, obertament, problemàtiques i dificultats que presenta el tema a l'hora de ser estudiat i que, posteriorment, en facin unes clares propostes. Persson (2000) creu que, fins ara, els mètodes no s'han desenvolupat suficientment ni han estat resoltes les qüestions més crítiques sobre la metodologia. Creu que un dels principals problemes és la dificultat de l'obtenció de les dades o l'accés a les dades recopilades per les institucions, que no es fan públiques.⁸ L'autor proposa que les dades es facin públiques, que es recullin de manera sistemàtica com a part de les tasques habituals dels museus i que es faci més recerca urgentment. Pensa que l'impacte econòmic és molt fàcil d'avaluar (amb dades d'imports, despeses, etc.) i que el més difícil és calcular l'impacte social. Remarca que no ens podem quedar amb la mera recopilació de nombre de visitants, ja que aquesta dada no descriu la rellevància d'una institució cultural ni la qualitat de l'experiència d'una visita.

Finalment, com a gran innovació, divideixen aquest impacte en quatre subtipus: impacte d'aprenentatge (àmpliament estudiat i demostrat segons l'autor de l'article), impacte econòmic, impacte polític (els museus entesos com a part d'un pla d'urbanisme que revitalitza zones) i impacte públic (que es trobaria situat al mateix nivell que la premsa, segons l'autor). Sens dubte, el treball de Persson és un treball a tenir en compte.

8 Aquesta és una afirmació amb la qual probablement estaran d'acord tots els estudiosos i estudioses de la matèria, sigui quin sigui el seu país objecte d'estudi, ja que una de les principals dificultats és l'obtenció de dades en brut per poder treballar. Per aquest motiu, entre d'altres, es va crear l'obligatorietat de l'Open Access en els projectes europeus.

En el cas de Noruega, Overskaug (2010) tan sols analitza les estadístiques de públic recollides per un museu però el més curiós i destacat de la recerca és que es tracta del recull de dades dels anys que van del 1954 al 2006. Amb aquesta anàlisi s'avaluen patrons de comportament de visitants. Si relacionem aquest article amb el de Persson (de Vantaa, Finlàndia), els seus autors tenen les dades degut a que són treballadors del museu i han tingut aquesta facilitat a l'hora de fer-ne l'estudi. És un article «dur» per la gran quantitat de dades, però, justament per aquest fet, és dels pocs que contenen aquest llarg recorregut d'elements en els anys.

The Heritage Agency of Denmark (KULTURARV) fa una enquesta a tots els museus danesos, sigui quina sigui la seva naturalesa. Això significa que són museus que poden albergar material de qualsevol època, que poden ser museus de qualsevol mida i ubicats a qualsevol ciutat o població del país. Es fa la mateixa enquesta a tots els museus, sense distinció. Cada museu, però, té la seva pròpia metodologia a l'hora d'organitzar-se per fer l'enquesta. Les enquestes són gestionades per una empresa privada: TNS Gallup,⁹ que en fa el buidat i ofereix un entorn web on poder consultar els resultats de forma privada, accedint amb unes claus personals. Els museus envien les enquestes recol·lectades, quatre cops l'any, a l'empresa TNS Gallup i ells n'obtenen el *feed back* dels resultats cada sis mesos. Els resultats es fan arribar als museus i aquests no es fan públics enlloc ni la ciutadania no hi té accés. La presentació dels resultats és, bàsicament, l'explotació de les dades pures i dures en brut, sense la seva anàlisi qualitativa. L'enquesta s'ofereix en tres idiomes diferents: danès, anglès i alemany (tot i que té molt poca consulta). L'enquesta té vuit pàgines però algunes persones les deixen buides a partir de la quarta pàgina perquè la troben massa llarga.

Als Països Baixos, ens trobem amb un estudi realitzat a l'Aquàrium de Rotterdam, que consisteix a analitzar el comportament dels visitants (Zwinkels, 2009). El més innovador és que per estudiar-lo s'usen càmeres de vídeo per fer l'estudi i, en segon lloc, que els seus autors no són investigadors ni professionals del món de l'art ni de la gestió cultural, sinó que són biòlegs. Com dèiem, els investigadors observen les imatges gravades en vídeo del comportament dels visitants. N'estudien el

9 L'empresa danesa TNS Gallup, s'autodefineix en el seu web com un dels instituts de recerca d'Europa amb més experiència, proporcionant als mitjans de comunicació, sociològics i als serveis públics d'investigació de l'opinió, una àmplia gamma de clients nacionals i estrangers. Ofereix tots els sistemes de mesura d'audiències a Dinamarca, com a l'únic proveïdor d'informació de mercat publicitari. Treballen en tots els sectors d'activitat principals: béns de consum, tecnologia, finances, mitjans de comunicació d'Intel·ligència, salut, automotriu, polítiques i socials.

comportament real i espontani del públic i avaluen com reacciona la gent a cada punt. És també un bon article a tenir en compte ja que, a banda de la innovació tecnològica que aporta a la investigació, en el seu article detallen molt bé tota la metodologia emprada, de manera molt precisa i científica.

Tot i que els estudis sobre públics es fan a diversos països del món, són més abundants en el món anglosaxó, com deïem, on compten amb una trajectòria més dilatada. A banda del món anglosaxó, s'han revisat articles d'altres parts del món, com Brasil, Hong Kong o Espanya, per veure les seves característiques i les seves diferències. Per elaborar aquest capítol d'estat de la qüestió s'han tingut en compte les aportacions més innovadores i més rellevants. En general, la constatació que tenim, però, és que són treballs d'investigació que s'elaboren de forma aïllada i sense tenir massa en compte teories i treballs realitzats amb anterioritat en d'altres països.

En el cas del Brasil, ens trobem amb el treball d'Álvaro Santi (2005), encarregat per l'Ajuntament de Porto Alegre, per tal d'ajudar les seves polítiques públiques. En aquest article, doncs, queda clara la voluntat d'una institució pública per desenvolupar un mecanisme que ajudi a implementar les seves polítiques públiques i, en aquest cas concret, les polítiques culturals de la ciutat. Santi (2005) proposa una sèrie d'indicadors¹⁰ que fan referència, tots ells, a indicadors culturals. Aquests, però, són indicadors quantitius, per a l'explotació de dades. Novament, creiem que aquests indicadors són el pas previ a una avaluació més profunda que, en aquest cas, no s'inclou en aquest article.

En el cas de Hong Kong, trobem el cas de l'estudi del Ministeri d'Interior (d.a., 2006) i la seva publicació especial. En ella es presenten diferents dades quantitatives i una classificació d'indicadors culturals. La novetat que presenta aquesta publicació rau en què intenta crear una metodologia d'indicadors, realitzant un gran esforç metodològic, que contribueix enormement a la comprensió dels indicadors analitzats. També resulta interessant l'aportació que es fa introduint nous conceptes com els de les «Tres Tes»: Talent, Tecnologia i Tolerància. D'altra banda, també recuperen l'antic concepte de les «Cinc Ces», ja vist anteriorment en Newman (2004): resultats de Creativitat, Capital institucional, Capital humà, Capital social i la cinquena C es tracta del Capital Cultural. A banda dels nous conceptes proposats, és un bon treball metodològic que podríem prendre com a referència.

10 Santi (2005) proposa una sèrie d'indicadors quantitius que, en el seu article, es llisten en unes àmplies quadrícules, posats en relació amb els objectius a assolir, segons unes lleis municipals de patrimoni cultural.

A Argentina es va crear el Laboratorio de Estudios de Públicos, gràcies a un ajut competitiu finançat per l'Agencia Española de Cooperación y Desarrollo (AECID), liderat per la Dra. Hervás, de la Universidad de Murcia (Espanya). En el capítol cinc del seu informe (Hervás, 2009) també es posa de manifest que a Argentina són molt escassos els estudis de públic i que els existents, majoritàriament, són de caràcter quantitatiu.

En el cas de la península Ibèrica, ens trobem un cas similar com el de la resta d'Europa (exceptuant els països anglosaxons i nòrdics), és a dir: treballs de recerca aïllats i investigacions concretes o de molt curta durada, que es fan en un lloc i moment molt puntuals, però que no tenen una continuïtat en el temps. També es comprova que no existeix cap marc institucional que obligui a realitzar aquests estudis de públic [malgrat l'existència del Laboratorio Permanente de Público de Museos (LPPM)] i la investigació és parcial, dispersa i en àmbits diversos (García, 2009). A més, cal dir que el Laboratorio va concentrar els seus esforços únicament en els setze museus espanyols que pertanyen a la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales y de Archivos y de Bibliotecas. Aquest Laboratorio, pertanyent al Ministerio de Educación (Ministerio de Educación y Cultura posteriorment), comenta així la seva activitat a la seva web:

Entre marzo de 2008 y abril de 2009 el Laboratorio realizó la primera fase de la investigación denominada «Conociendo a nuestros visitantes», con el objetivo de conocer las principales características sociodemográficas del público de los Museos Estatales, sus hábitos de visita, expectativas, motivaciones, necesidades, uso y valoración de los servicios y conocimientos previos sobre los museos. Los resultados se presentaron en un informe general y en los once informes individuales que han ido publicándose después. En años sucesivos la investigación se ha ido llevando a cabo en los museos no integrados en la primera fase por estar cerrados en aquel momento, y en los museos que se han ido incorporando al Laboratorio mediante convenio.

La necessitat d'aprofundir en la recerca sobre públics als museus ha estat destacada per diferents autors. Ángela García Blanco (2009) ens presenta un acurat discurs sobre la necessitat de la recerca sobre públic als museus, situant el públic al mateix nivell que el fons de la col·lecció que pugui allotjar-se dins d'un museu. A part, destaca que els resultats obtinguts amb estudis de públic són una eina important i destacada, al servei del disseny d'exposicions i del correcte trasllat del missatge de l'exposició al públic (García, 2009).

Seguint amb Espanya existeix la Federación Española de Amigos de los Museos (FEAM). Tot i que el seu objectiu principal no és l'estudi del públic en concret, sí que tenen interès en l'estudi dels amics dels museus, que són un tipus de públic. La seva federació aglutina tot tipus de museus (malgrat no ser exhaustiva), sense discriminar-los per cap raó i tot tipus d'associacions (de diferent naturalesa jurídica). A Catalunya, com veurem en el següent capítol, hi ha hagut alguns espais museístics que han realitzat estadístiques, desenvolupant alguns indicadors econòmics i estudis puntuals de visitants,¹¹ però no existeixen gaires estudis específics —ni exhaustius— i les dades que se n'obtenen són bastant escasses, i més encara si ens referim a museus de determinades tipologies (Hernández, 2010).

2.4. La participació del públic als museus. Oportunitats educatives dels museus

Malgrat el seu paper social i educatiu, els museus estan sovint en el punt de mira de les retallades, s'usen com a cavall de batalla política i es qüestiona contínuament el seu paper social, el seu contingut, la seva política d'adquisicions o la seva existència en si mateixa. A «Assessing the impact of Museums» Falk (2000:5) ens exposa que el major problema dels museus consisteix en la generació de confiança a la societat «la impossibilitat de justificar la confiança i, objectivament, l'existència dels museus, que és el major problema que enfronta la comunitat museística d'avui».¹² Per a aquest autor, els museus tenen en compte xifres d'assistència i proves puntuals «però que no ofereixen una mirada profunda del tema».¹³ L'autor es planteja una sèrie de qüestions per, posteriorment, proposar i oferir algunes solucions com: Tenen les experiències gratuïtes d'aprenentatge beneficis a llarg termini? Els museus i institucions similars avui en dia faciliten l'aprenentatge dels visitants? Compleixen amb les seves missions educadores? Contribueixen econòmicament i socialment, de manera significativa, a les seves comunitats? Aquestes preguntes

11 Alguns dels museus que han realitzat estudis de públic són: el Museu Marítim de Barcelona, el Museu d'Art de Girona, el Museu Dalí, el Museu Picasso, el jaciment d'Empúries o el jaciment del Born, després de la seva museïtzació, a Barcelona.

12 Als EEUU, on la majoria de museus depenen de les donacions econòmiques privades per a la seva subsistència i per mantenir el ritme d'activitats anuals, és especialment rellevant el fet de generar confiança entre la seva comunitat i els seus mecenes.

13 Aquesta mateixa conclusió a la qual arriba Falk (2000), sobre el fet que les dades de públics són massa limitades i massa disperses la podríem aplicar als museus dels territoris català i espanyol.

fonamentals estan relacionades amb la missió dels museus, la naturalesa de com s'aprèn, i la interrelació entre l'oci i l'educació en la nostra societat.

Les solucions aportades per Falk, passen per canviar aquest paradigma existent fins ara, considerant que cal un nou enfocament sistemàtic d'avaluació del seu impacte global i unes estratègies de recerca que siguin prou consistents com per obtenir dades generalitzables i fiables. En concret, Falk creu que cal assumir quatre presumpcions. En primer lloc, ser conscients que els museus representen una llarga i diversa, però vital, importància dins el sector públic. És fonamental saber apreciar que són promotors del patrimoni intel·lectual, del natural i del patrimoni cultural de la societat. En segon lloc —segueix Falk— cal tenir present que els museus formen part de l'estructura educativa, juntament amb les escoles, les universitats i els diferents mitjans de comunicació i són totalment responsables que s'entenguin temes concrets, actituds i comportaments. En tercer lloc, cal considerar que vivim en un món molt canviant, on el coneixement i la informació és molt important. I, finalment, cal assumir les presumpcions que els museus contribueixen al benestar de la comunitat (un punt rellevant per a la nostra tesi).

El mateix autor té altres estudis més relacionats amb nivells d'aprenentatge i on classifica l'aprenentatge d'una forma qualitativa (Falk, Adelman, 2003). Però, per a fer-ho, segueix usant la mateixa metodologia: fa enquestes a un grup de persones. A Baltimore, Falk i Adelman estudien a cent visitants fent enquestes a l'entrada i a la sortida de l'Aquàrium. Falk en classifica les seves actituds en tres categories diferenciades: la minimal, la moderada i l'extensiva.

En la mateixa línia que Falk, Tori Orr (2004) investiga també sobre el comportament, a l'hora de cercar informació dels visitants, en un estudi on presenta diferents maneres d'abordar l'interès cognitiu del visitant, al museu. A través de diferents treballs d'enquestes, Orr ens mostra el visitant com a persona motivada per una cerca d'experiències socials i amb *numen*.¹⁴ Resulta interessant, també, com l'autora, en diferents punts de l'article, desgrana la importància de crear un millor ajust entre les persones (i les necessitats humanes) i els serveis dels museus (és a dir, el que significa ser museu actualment, contraposat a la funció del museu del segle XIX. I sens dubte, una de les grans funcions dels museus, com veurem també més endavant tractant les associacions d'amics de museus, és la d'oferir aprenentatges i coneixements als seus públics).

14 Tori Orr (2004) ens parla del concepte de l'*Impuls Numen*, que consisteix en la connexió personal amb el passat i, sobretot, en un desig d'una connexió personal amb la gent o el lloc i una forma de crear records.

2.5. El visitant com a centre del museu. L'experiència del visitant

Una altra qüestió a considerar en els estudis de públic és l'experiència del visitant, un qüestió que ha estat abordada en diferents recerques i que poc a poc s'ha anat introduint en les estratègies dels museus i que abordarem en el cas de les associacions d'amics de museus en capítols posteriors. Els Kotler (2001) expliquen en un dels seus llibres diferents «pràctiques de museus seleccionats», casos concrets d'accions realitzades dins de museus. Amb elles, queda palès l'ús dels estudis de públic per crear experiències museístiques motivadores. Així, ens trobem amb alguns casos reals interessants, com el de la Minnesota Historical Society, un cas altament engrescador perquè es tracta d'un gran complex museístic amb un museu urbà i disset llocs històrics distribuïts per tot l'Estat de Minnesota. D'altres punts que també resulten d'interès són que el museu dedica dues persones i mitja de la plantilla als estudis d'audiència, de forma habitual. «Les investigacions sobre públic aporten una informació àmplia pel desenvolupament de noves exposicions i també ajuden a introduir canvis en les exposicions existents» (Kotler i Kotler, 2001). Pensem que aquí, sens dubte, és un centre on els recursos econòmics són prou elevats com per permetre fer canvis i correccions en una exposició, un cop ja ha començat. Un altre cas interessant que ens presenten els Kotler (2001) és el dels Johnson County Museums (Kansas). Es repeteix la idea que, en el passat, els museus se centraven en els objectes i que, actualment, també es focalitzen en les idees i les narracions. També es menciona la tendència d'un major equilibri entre finançament públic i privat. Tal i com ens expliquen els Kotler (2001) a Kansas fan un gran treball de reconstrucció local: edificis, fotografies, etc., com en el cas de Minnesota, és un altre cas d'èxit ja que quasi es dupliquen el nombre de visitants. En el cas de l'Art Institute of Chicago, el seu vicepresident executiu en assumptes administratius, Robert E. Mars (Kotler i Kotler, 2001) diu: «...els museus s'han de centrar en la gent a la que serveixen i també als objectes, però no només exhibir objectes magnífics». Ells van desenvolupar el tema del públic perquè van veure que aquest envellia i no patia alteracions ni moviments. És per aquest motiu que van decidir diversificar el seu públic. Així, trobem especialment interessants el programa *After Hours* i els seus corresponents «amics» específics: Evening Associates.

Una altra línia de recerca és la que ens presenta M. Spock (2000), que centra les seves investigacions en l'estudi de l'impacte creat pels museus sobre el seu propi personal i els seus professionals, veient com l'experiència positiva viscuda quan

petits, dins d'un museu, fa que després s'hi vulguin dedicar professionalment. Per fer aquest estudi, Spock ho fa usant enquestes i usant les històries reals de diferents professionals de museus. L'autor cita Falk en el seu article i, novament, ens trobem amb la importància del contingut emocional de les dades recollides, en aquest apropament que a banda de la museologia, també ho fa des de la vessant pedagògica.

Altres modalitats narratives són emprades pels autors dels diferents articles per tal de transmetre els seus coneixements. Així, ens trobem el cas de J. Hayward (2010), que narra la seva pròpia experiència a l'exposició, com si fos un diari de la visita, explicant la seva pròpia vivència real. Christidou (2010) reprèn la classificació del visitant de Falk i relaciona les seves motivacions amb la seva identitat, observant les seves conductes i interaccions. Els comportaments del públic són gravats i l'article inclou fragments transcrits de les converses que mantenen entre ells. El principal argument de Christidou és que els visitants connecten els uns amb els altres a través del contingut ofert per l'espai museístic o lloc públic i/o social. Com Falk, també creu que les simples dades demogràfiques són una part de la recerca i que cal perseguir una forma de categoritzar més descriptiva.

A banda dels revisors de Falk, dels treballs que trobem localitzats en aquests dos àmbits geogràfics, en destaca la revisió que Jan Lynn Baum (2011) fa d'un text de Nina Simon (2010) sobre experiències participatives en diversos museus. De totes elles, en ressalta l'experiència del British Worcester City Gallery and Museum i el seu desig de buscar una manera d'encoratjar els visitants a desenvolupar unes connexions emocionals més fortes amb la seva col·lecció permanent.¹⁵ Simon (2010), coneguda pel seu concepte del *museu participatiu* afegeix a l'article inicial de Lynn Baum (2011) altres punts d'interès, incorporant tres grups per participar en les experiències, creant cinc nivells d'experiència dels visitants i demostrant que no calen grans canvis en una institució per portar a terme diferents iniciatives.

Friedman (2007), en canvi, en comptes d'usar el cas real d'un museu, en el seu article, parteix d'una trobada de tres dies de directors de museus de ciències d'Anglaterra, EEUU i països nòrdics (Dinamarca i Finlàndia). En aquesta trobada es forja la teoria de «les tres dimensions» —interactuant entre elles— per la sostenibilitat en les institucions culturals, que es basa en la dimensió financera, intel·lectual i social.

15 Aquesta idea que el visitant desenvolupi connexions emocionals amb la col·lecció del British Worcester City Gallery and Museum (Bau, 2011), entronca amb el concepte d'*emoció* de Falk (2007, 2009) i amb el d'*Impuls Numen* de Tori Orr (2004).

B.J. Soren (2000) ens mostra com dos museus d'art usen els estudis de públic per a la seva estratègia de planificació: la Tate Britain i The Art Institute of Chicago. Soren també cita Falk i usa tres mètodes de recopilació de dades per a la seva investigació: l'observació (visitant els espais d'estudi en persona), les entrevistes i les mini enquestes. És un estudi qualitatiu, en profunditat, que dona moltes pautes de com fer una observació de visitants, suggeriments per altres institucions i revisant mètodes útils.

Everett i Barrett (2009) fan un intent per entendre l'experiència del visitant, des d'una metodologia diferent. És remarcable que, com en el cas d'altres col·legues seus, també reconguin l'existència de buits en la recerca de l'experiència del visitant. Fan notar que alguns estudis se centren només en els resultats obtinguts en l'aprenentatge dels infants (com en el cas del National Museum of Denmark). Usen el mètode de l'enquesta, que expliquen amb gran detall i en un apartat en què citen a Kotler i Kotler, 2004. Aposten per la metodologia de la narrativa que, d'altra banda, trobem molt innovadora, a més de laboriosa. Creuen que aquesta tècnica és la que afegeix riquesa i aporta profunditat als mètodes estàndards d'enquesta. La seva proposta va en la línia de fer estudis de llarg recorregut, als visitants regulars, al llarg de les seves vides. Una opció que nosaltres creiem força insostenible en la conjuntura econòmica actual i per a la qual primer hauríem de comprovar, davant la gran oferta existent, fins a quin punt alguns visitants, que no siguin amics de cap museu, tenen un museu de «visita recurrent».¹⁶

Packer i Bond (2010) escriuen un article basat en bibliografia anterior i també en uns qüestionaris realitzats a 596 persones. Amb aquest treball de recerca, intenten explorar la percepció dels visitants i els beneficis que aporta la visita a quatre llocs diferents: dos d'ells centrats en exposicions culturals (un museu d'història i una galeria d'art) i els altres dos en exhibicions naturals (un aquàrium i un jardí botànic).

El punt innovador és la inclusió de la idea que les experiències tenen el potencial de contribuir al benestar —psicològic— dels visitants i a la seva satisfacció. Creuen que les experiències als museus són entorns que poden contribuir a combatre la fatiga mental i l'estrès, per posar algun exemple. Resulta curiós que creguin que resulten més beneficioses les successives visites a un museu, que

16 Com veurem més endavant, els socis de les associacions d'amics dels museus són un públic molt fidel al «seu» museu, però, alhora, són socis d'altres associacions d'amics de museus i també visiten un gran nombre de museus. Per tant, podríem dir que el seu museu recurrent és el museu del qual en són socis i el que tenen com a preferent en l'ordre de visites.

no pas la primera d'elles. En el seu estudi, destaquen la classificació de quatre categories de satisfacció, que podria ser una manera útil de calcular l'impacte: a) la satisfacció de l'experiència amb els objectes, b) la satisfacció de l'experiència cognitiva, c) la introspectiva, és a dir, la satisfacció dels sentiments propis que genera i, per últim, d) la satisfacció corresponent a l'experiència social, és a dir, la que sorgeix fruit de la relació entre el visitant que la viu amb altres persones: personal del museu, els seus acompanyants, etc.

El Regne Unit és el segon país del món que genera més literatura sobre els estudis de públic, estudis als quals fa referència la nostra tesi doctoral. Allà s'hi desenvolupen investigacions molt variades, prenent com a objecte d'estudi diversos ens o llocs relacionats amb la cultura i el patrimoni: des dels jardins botànics fins a les biblioteques. La Universitat de Leicester (Dodd, 2011) va liderar una recerca, amb la col·laboració d'altres socis, ubicada en tres jardins botànics diferents de Regne Unit. En aquest cas d'estudi, partint de l'educació ambiental,¹⁷ es vol posar èmfasi en el compromís social i és per aquest motiu que es treballa amb diferents comunitats de la societat circumdant a aquests tres jardins botànics, posant al públic en el centre de l'activitat i de l'estudi. Una d'elles, la comunitat musulmana de Birmingham. L'eina emprada per conèixer i captar l'impacte social van ser les enquestes. Se'n van fer de tres tipus diferents en el projecte, tant a persones individuals com a petits grups de participants: cara a cara, enquestes semiestructurades i, en tercer lloc, amb petits grups de treball. En aquest cas concret, ens trobem davant d'una innovació: es parla per primera vegada de *beneficis espirituals* obertament, com a concepte i com a impacte positiu que beneficia la societat.¹⁸ En l'estudi, a més d'existir una vocació d'educació ambiental, hi ha un treball social al darrera, tot i que no es menciona clarament. Amb aquest exemple, doncs, constatem el fet que activitats culturals concretes, aconsegueixen molt més que no pas una simple experiència positiva i amb una temporalitat més duradora en el temps.

17 La Universitat de Leicester, molt reconeguda pels estudis de públic i de museologia en general, lidera aquesta recerca basada en un experiment d'educació ambiental. I, tot i que no es menciona explícitament en l'estudi, creiem que aquest estudi conté un alt component de treball social.

18 En el cas de l'estudi de la Universitat de Leicester portat a terme als Botanic Gardens, creiem que també hi intervé el fet de voler modernitzar la imatge dels jardins botànics i fer-los més propers a la societat.

2.5.1. Les motivacions de la visita al museu

Una altra de les finalitats dels estudis de públic consisteix a conèixer què és el que motiva que el públic visiti un museu, (com veurem en capítols posteriors amb les associacions d'amics de museus), un aspecte complicat de saber a priori i que, a menys que sigui una visita escolar, és difícil de saber amb mecanismes com la venda d'entrades. A «The Effect of Visitors' Agendas on Museum Learning», Falk (Falk, Moussouri, Coulson, 1998) pren com a objecte d'estudi els visitants d'un museu d'història natural dels EEUU, classificant i identificant sis categories diferents de visitant, segons la seva motivació inicial: Lloc, Educació, Cicle vital, Esdeveniment social, Entreteniment i Qüestions pràctiques. Després, els classifica segons l'«estratègia»:¹⁹ visitant molt concentrat, mitjanament concentrat o poc motivat. Aquestes dues classificacions responen al concepte de *Visitor Agenda* de Moussouri (1997) i Falk, Moussouri i Coulson (1998).

Posteriorment, es mesurava l'aprenentatge dels visitants, mitjançant el *Personal Meaning Mapping* (PMM) (Falk, Moussouri, Coulson, 1998 i Falk, Adelman, James, 2000), que significa que cada individu té un bagatge anterior previ que dona forma a la nova experiència que percep, que té variants i que depèn de cadascú. Per tant, com que no requereix que tots els individus tinguin el mateix nivell de coneixement previ, no hi ha respostes correctes o incorrectes.

A «Impact of National Aquarium in Baltimore on Visitors' Conservation Attitudes» (Falk, Adelman, James, 2000) els autors ens exposen que la motivació del visitat per aprendre és comú i que «rarament la gent va als aquàriums perquè vulgui esdevenir un expert en el tema» (Falk, Adelman, James 2000:35). Els autors creuen que hi ha un denominador comú: «la necessitat personal de satisfer el sentit d'identitat, de crear un sentit de vàlua en el món i el desig de complir les necessitats personals» (Falk, Adelman, James 2000:35). Els investigadors, al llarg d'aquest estudi, es plantegen una sèrie de qüestions, com ara: Què vol dir tenir un impacte sobre els visitants? Com hauria de determinar una institució l'impacte que desitja? o Quins són els paràmetres adequats per valorar l'impacte? (Falk, Adelman, James 2000:39). En l'esmentat article es narra amb amplitud de detall la metodologia emprada en la recerca (on tornen a usar el PMM) i on hi participaren sis-centes persones, durant cinc mesos. En ell també es fa referència a conceptes com *amplitud de comprensió*, *vocabulari*, *profunditat* i

19 Tot i que els autors d'aquesta classificació (Falk, Moussouri, Coulson, 1998) ho anomenen *estratègia*, nosaltres ho anomenàriem *motivació*. Creiem que aquest concepte s'ajusta més i és més entenedor.

intensitat emocional.²⁰ Les conclusions finals a què arriben es transformen en un conjunt de recomanacions i suggeriments que fan directament a l'Aquàrium de Baltimore, amb el que considerem que és un exercici de gran professionalitat i de maduresa analítica. La novetat de l'estudi rau en el fet de voler comprovar una teoria concreta: determinar quin era el grau de coneixement dels visitants en relació amb la conservació. És un treball molt detallat i acurat, amb el qual, al final, aconsegueixen resumir en tres mots clau el que els visitants han assolit i han citat.

Falk té algun article més teòric, on obvia explicar la part metodològica i analítica (Falk, 2010) però, tot i això, el treball de camp real s'ha portat a terme igualment i ha servit per poder desenvolupar després les seves teories sobre motivació i sobre l'experiència museística dels visitants.

Segons la motivació de la visita, Falk crea la següent classificació del visitants: Exploradors, Facilitadors (que acompanyen família o grup), Professional o aficionats, Buscadors d'experiències, Recarregadors (van als museus com a refugi, en un sentit espiritual), Buscadors d'afinitats (aplicats a museus ètnics o nacionals) i, per últim, els Peregrins respectuosos (per un sentit del deure o obligació).

Seguint la traça de Falk, però des de l'òptica europea, Christian Walth (2006) també menciona dos temes similars: per una banda, el fet de centrar el seu estudi en la motivació del visitant; i per l'altra, posar de manifest la necessitat del visitant de connectar amb el seu passat (*Impuls Numen*). Walth entronca la primera afirmació amb el fet que la motivació d'una visita al museu ha de ser vist i s'ha d'incloure en un context social més ampli (Kelly, 2006). La conclusió a què arriba Walth deixa palesa la necessitat de realitzar estudis d'audiència a llarg termini i en destaca el seu paper crucial, indicant que «el procés de desenvolupament dels estudis de públic haurien de realitzar-se de manera proactiva per part dels museus, per a conèixer l'entorn social i com a eina necessària per elaborar plans estratègics d'actuació» (Walth, 2006:6) i «prendre decisions informades, tot reaccionant de manera eficient als canvis de patrons socials» (Walth, 2006:4).

D'altra banda, François Matarasso (1999), escriu en el seu article, arran d'una conferència realitzada a Londres l'any 1998 (titulada «Creative Communities») i que tenia com a principal objectiu explorar i expressar la vàlua de les arts en el desenvolupament de la comunitat, una llista d'idees que es poden usar com a indicadors aplicables a la cultura. Un dels conceptes innovadors que aporta

20 El concepte d'*emoció* relacionat amb l'experiència del visitant en un museu —o similar— serà un dels conceptes més citats i repetits per investigadors seguidors de Falk, posteriorment.

el seu article és explicar perquè cal mesurar la *vitalitat cultural*, on narra i deixa palès que mesurar aquest concepte és tot un repte.

En una fase més tardana de la implicació del visitant amb el contingut expositiu d'un museu es dona el fet d'organitzar activitats que impliquin un major significat pels visitants, és a dir, que els objectes i continguts dels museus tinguin una aproximació més personal a cadascun dels visitants i que per a ells hi hagi un vincle més estret, més personal que acabi esdevenint un vincle conscient, amb significat. És a dir, el que podríem anomenar una *coconstrucció de significat*, una aproximació a les peces fent que aquestes contagiïn el seu pes i el seu significat al visitant, fent que aquest en faci la recepció des del seu propi coneixement, des de la seva pròpia experiència, des de la seva vivència més personal.

Kennedy i Prager (2008) han analitzat aquesta qüestió a partir de 27 casos d'estudi i en experiments concrets amb grups de visitants, en museus de tipologia variada: d'història, aquàrims, jardins botànics, etc. El que es busca són noves maneres de comprometre el visitant, que és, principalment, l'experiment comú en tots els casos. Per exemple, en el cas concret de *codesenvolupament d'idees* es va comprovar en un museu que si els visitants construïen àtoms acompanyats de científics i voluntaris (fent de guies), ho feien molt millor que no pas si ho feien sols.

Sheppard (2010) explica una experiència portada a terme amb persones immigrants: les conviden a explicar les seves històries personals i, des del museu, les enllacen amb fets històrics. D'aquesta manera, segons Sheppard (2010:64, que cita a Skramstad, 1999), «el museu convida a donar valor i significat a les seves vides i a ampliar la seva percepció del món», ja que Sheppard (2010:65) creu que «els museus tenen la profunda capacitat de fer diferent la seva comunitat». Seria també una mica el concepte de *codesenvolupament* de Kennedy i Prager (2008) o de *coconstrucció de contingut amb significació personalitzada* que mencionàvem anteriorment. Seguint amb aquest mateix tema, comprovem que existeixen alguns articles en els quals —curiosament poc habitual en aquesta disciplina— el treball de camp de Falk traspasa fronteres i veiem com dos països adopten el seu sistema de treball: els Estats Units i el Regne Unit. I resulta encara més paradoxal quan comprovem que el tema objecte d'estudi és el de les emocions.

A banda dels estudis dirigits a la investigació sobre l'aprenentatge i la coconstrucció de significats, com a aproximació del visitant a un museu, existeixen els estudis de públic que tenen com a objecte, com dèiem, la investigació de les emocions (a Estats Units i al Regne Unit), recollint, així, el treball de camp desenvolupat per Falk. Aquest és el cas d'un article d'un estudiant de doctorat d'una universitat anglesa i un professor associat d'una altra universitat (Jensen, 2011), on revisen les

teories de Falk (2007, 2009) i es declaren a favor de l'aproximació a la recerca del visitant, complementada per un model de context més *sensitiu*. El més interessant del seu article és que posen en dubte —tot identificant-ne uns desavantatges i etiquetant-la com a «reduccionista»— la segmentació en subgrups de les dades de públic i exploren el «model d'identitat» proposat per Falk. El seu treball (realitzat en zoos dels EEUU) resulta molt interessant i estimulant, perquè li donen la volta al mitjà als estudis de públic. Creuen que les dades de segmentació són un primer pas i que cal anar més enllà. Recuperen les cinc «i» —identitats— de Falk: l'explorador, el facilitador, el cercador d'experiències, l'aficionat professional i el carregador espiritual. Aquesta segmentació està realitzada tenint en compte com els visitants construeixen experiències significatives abans, durant i després de les seves visites a les institucions culturals, classificació amb la qual es posen en relleu tres punts: la posada al centre, per part dels museus, dels seus visitants, la repetició dels seus perfils (amb els quals es podria aprofundir i treballar molt més) i, per últim, fa palès que la visita a un museu impregna la persona i en genera un fort impacte que s'arrossega, fins i tot, passada la visita, originant-li un benestar.

2.5.2. La contribució dels museus al benestar

Una altra línia de recerca que ha proliferat els darrers anys és la contribució dels museus al benestar psíquic i físic dels usuaris. Newman i McLean (2004), en un article de gran lucidesa, analitzen els resultats d'un projecte de recerca que tenia per objectiu determinar la capacitat dels museus per pal·liar els efectes de l'exclusió social. La conclusió final a què es va arribar va ser que els museus eren incapaços d'eliminar la causa de l'exclusió d'alguns dels enquestats, com la discapacitat o l'atur, però que sí són capaços de començar a mitigar els seus efectes. El més interessant del seu article és que, a partir de l'anàlisi de diversos casos reals d'investigació, s'arriben a identificar el que ells anomenen *diferents capitals*: el capital humà, el social, el cultural i el de la identitat.

Des de l'Arts Council England, a Anglaterra, hi ha alguns estudis (com «How museums and galleries can enhance health and wellbeing», 2012 o «Museums for Health and Wellbeing», 2016) i diverses experiències realitzades en aquest mateix sentit, des del mateix Govern i amb la complicitat de la National Alliance for Museums, Health & Wellbeing. De fet, hi ha un departament dedicat exclusivament a aquest assumpte: Health & Culture (Salut i Cultura). Allà es volen potenciar els partenariats entre professionals d'ambdues disciplines.

Creuen que «amb una simple visita a un museu, una persona pot esperar veure un profund i positiu impacte a la seva salut», que «les activitats especialment dissenyades marquen la diferència en la salut de les persones», que «les experiències culturals ofereixen un immersiò completa i això ens fa sentir bé» i que «la cultura experimentada en museus i galeria dona sentit i esperança a les nostres vides».

Continuant a Anglaterra, un informe de Daniel Fujiwara (2013) conclou que visitar museus i participar en activitats culturals té un impacte positiu en la felicitat i la salut de les persones i, econòmicament, reporta els mateixos beneficis que participar en activitats esportives. A partir d'aquest d'any s'han dut a terme experiències en diferents museus, com veurem més endavant, amb la voluntat de generar un benestar a les persones visitants, experiències que se segueixen reproduint pels bons resultats obtinguts.

A Catalunya, Bisquerra (2000:79) també relaciona *emoció* amb *benestar* i, per altra banda, també *emoció* amb *sentiment d'inclusió*:

Les emocions tenen una incidència en molts aspectes de la vida. Per això, en l'educació emocional s'analitzen, des d'una perspectiva pràctica, les relacions entre emoció i salut, motivació, moral, benestar, sentiment de pertinença, sentiment d'inclusió, etc. Alguns d'aquests aspectes tenen a veure amb l'educació per a la ciutadania. Un altre dels conceptes que tracta Bisquerra (2009) és el de *benestar social*: el benestar subjectiu (personal) porta al benestar social i una societat inclusiva i el sentiment de pertinença augmenten el benestar personal i social.

D'altra banda, el psiquiatra Ramon Riera (2019) afirma que aprenem dels nostres pares i de la cultura que ens envolta i que, a més, ho fem des d'edats ben primerenques. Afirma que les emocions i els valors són una de les «herències invisibles» (podríem dir-ne també «herències intangibles») que es transmeten de generació en generació (com les receptes de cuina de què parlàvem a l'inici d'aquesta tesi) a través de l'explicació d'històries. Aquestes històries que s'expliquen serien les que nosaltres hem pogut escoltar en els diferents *focus groups* que s'han dut a terme (com veurem en el capítol corresponent). Riera ens parla de com les emocions viscudes durant la infantesa, per tant, també les experiències viscudes dins d'un museu, «són arxivades a la memòria i exerceixen una influència en la vida posterior». El coneixement de Riera sobre les emocions ens resulta imprescindible per poder afirmar que els museus exerceixen un impacte sobre les persones: sobre els seus records, sobre les seves emocions i sobre el seu benestar.

2.6. Els estudis de públic als museus catalans

Malgrat que a fora de Catalunya la bibliografia sobre visitants de museus és molt prolífica, es coneix poc sobre el tema del públic en els museus catalans (Alcalde i Rueda, 1989). Els estudis existents són, sobretot, ocasionals i estan espaiats en el temps i disseminats pel territori.

En relació amb els estudis publicats a Catalunya, es van consultar diferents treballs de Bourdieu (1969 i 1980), essent els més antics que s'han localitzat i consultat de grans institucions culturals com la Fundació La Caixa, Fundació Miró, el Museu Comarcal de la Garrotxa, l'ICUB, la Diputació de Barcelona, Empúries, Museu Marítim de Barcelona, El Born i el Museu d'Història de la Ciutat de Barcelona. En la majoria dels casos, els treballs publicats han estat realitzats per empreses privades i s'han formalitzat a través d'un encàrrec, amb una durada d'execució del projecte molt determinada.

Ja l'any 1969 Bourdieu i Darbel (1969:25), quan es refereixen a museus catalans, expressen que

[...] pour l'Espagne, faute d'informations statistiques sur le flux de visiteurs, on n'a pu procéder à un échantillonnage méthodique et l'on ne peut donner le musée du Prado, le musée Picasso, le musée du peuple espagnol et le musée d'art moderne de Barcelone, pour représentatifs de l'ensemble des musées espagnols, bien que le public de ces musées présente des caractéristiques. Tout à fait conformes aux lois établies à propos des autres pays.

D'aquesta manera, ens parlen del Museu Picasso, del Museu del Poble Espanyol i del Museu d'Art Modern de Barcelona. Tot i investigar aquests museus, i malgrat tenir un públic que presenta unes determinades característiques, Bourdieu no els considera com a museus representatius d'Espanya (en els termes que ell està estudiant), ja que li manquen informacions estadístiques.

Bastants anys després, Bourdieu (1980) posa l'accent en el percentatge d'escolarització de la societat i en creua les dades. Així, a banda de veure que a Espanya el percentatge d'escolarització és més baix que a França, Bourdieu nota que aquí les dones estan menys escolaritzades que els homes. A França, més d'un 60% del públic té estudis superiors i als museus d'aquí, aquest percentatge baixa en funció del museu: 57% del públic al Museu d'Art Modern, 56% al Museu Picasso, 46% al Museu del Poble Espanyol i un 43% al Museu d'Art Català.

L'any 1988, Josep Tarrús i David Brugada publicaven un article sobre el públic visitant dels museus de Banyoles (Tarrús i Brugada, 1989). En ell, es resumeixen dades quantitatives i se n'extreuen conclusions per poder recolzar el futur projecte d'un gran museu conjunt del Pla de l'Estany. A les consideracions finals de l'article, podem veure els diferents perfils de visitant vigents que ells detecten (individual, escolar o amb visita guiada).

Fundació La Caixa és una entitat amb diversos centres culturals que també ha realitzat alguns estudis de visitants sobre les seves exposicions, encarregats tant a empreses de recerca sociocultural (és el cas d'Artimetria) com a persones estudioses *free-lance* (és el cas de Pruden Panadès). Del centre cultural de Barcelona en destaca un estudi de l'any 1992,²¹ en el qual es fa un estudi qualitatiu que posa l'accent en el concepte de *motivació*, des de la perspectiva psicològica i antropològica. Els centres culturals de Vic (actualment tancat) i Granollers són l'exemple de petits centres, amb pocs recursos humans, que, emprant una bona metodologia, obtenen unes dades prou interessants com per poder-les usar. En el cas de Granollers, l'any 1993 van encarregar un estudi sobre la dinàmica del centre a l'empresa Inits, SA.²²

La Fundació Miró, per a la memòria de l'Any Miró, del 1993, encarrega un estudi a l'economista Antoni Laporte. Aquest, per valorar la resposta del públic a l'Any Miró, realitza unes enquestes, per poder, així, fer una avaluació quantitativa de l'activitat amb motiu del centenari del naixement de l'artista. És un treball escarit (que no creua dades), però que conté bones taules i el text ens planteja algunes qüestions sobre les mateixes dades abocades.

Del treball de públics del Museu Comarcal de la Garrotxa (1997), en destaquem les dues enquestes realitzades a la seva població. La segona d'elles, realitzada cinc anys més tard de la primera, permet veure clares diferències entre els hàbits dels anys vuitanta enfront dels hàbits i coneixements mostrats cinc anys més tard.

L'any 1999 l'Institut de Paleontologia M. Crusafont va presentar una ponència al Congrés Català de Museus Locals i Comarcals que analitzava els factors externs i interns que van influir en l'evolució del seu públic (Galobart i Esquirol, 1999). Les estadístiques presentades demostraven que les puntes de visites coincidien

21 L'any 1992 és un any en el qual es detecta un gran nombre d'estudis de públic, tot coincidint amb l'any olímpic de la ciutat de Barcelona.

22 Inits, SA és un empresa barcelonina dedicada a la prestació de serveis d'estudi de mercats i d'investigació social, econòmica i d'opinió pública mitjançant enquestes.

amb l'apertura de noves sales, la presentació de noves exposicions temporals o la realització d'activitats puntuals, com a factors interns. Com a factor extern, els comunicants apunten a l'estrena, l'any 1993, del film *Jurassic Park*. També assenyalen que, si bé va tenir un efecte social, és difícil de quantificar-ne el seu impacte directe. La conclusió final a què arriben és que amb una política de difusió encertada es pot augmentar el nombre de visitants, fins a arribar al seu objectiu de 14.000 visites l'any. L'any 2007 van instal·lar el programa de venda d'entrades EuroMus i amb ell es registren l'edat dels visitants, la població de la qual venen i quina activitat faran dins el museu. Puntualment, realitzen enquestes més qualitatives als visitants, en una enquesta dividida en dues parts: una primera la responen a l'entrada (variants demogràfiques, com han conegut el museu i quines expectatives tenen) i la segona, a la sortida (si s'han acomplert les expectatives que tenien abans d'entrar).

L'ICUB, el 2001, també va elaborar un estudi quantitatiu, mitjançant enquestes telefòniques a 12.000 habitants de la ciutat de Barcelona, tal i com ens explica Montse Tort, cap del Gabinet tècnic de l'ICUB. En aquest estudi es parla també del Museu Picasso que, després de cinquanta anys de la seva fundació, és el museu identificat com a més recordat pels enquestats. Malgrat ser un treball fet a partir d'enquestes telefòniques, és un estudi que té molt en compte el detall dels comentaris dels participants i que recopila algunes anècdotes. Amb totes les dades, els autors estableixen una catalogació de set tipus diferents de perfil de visitant dels museus de Barcelona ciutat: absents, infreqüents, ocasionals, periòdics, regulars, habituals i incondicionals, en funció de la seva freqüència d'assistència. És una dada destacable que el perfil «absent» representi un 45,9%.

Tots els centres i museus pertanyents a l'Ajuntament de Barcelona treballen amb l'aplicació EuroMus, d'on extreuen molta informació. EuroMus té un mòdul que permet programar preguntes cada x entrades, que ells fan servir. L'ICUB rep les dades en brut, les analitza i estudia i després retorna un informe a cada centre.

Cada trimestre, a més, l'Ajuntament de Barcelona porta a terme una enquesta anomenada Omnibus. Es fa telefònicament a mil habitants de Barcelona ciutat, de més de setze anys. En ella es pregunta, per exemple, quins són els museus visitats en els darrers sis mesos. Tot i que l'ICUB és conscient que la gent pot dir una mentida, que econòmicament no poden enquestar tota la ciutat ni fer enquestes de qualitat, els serveix d'orientació per veure la tendència que pren el públic visitant de museus de la ciutat. L'ICUB compara les dades reals provinents de la venda d'entrades (usant l'EuroMus) amb les dades contestades a través de

l'enquesta telefònica Omnibus. L'ICUB disposa d'una intranet²³ on cada centre hi carrega les seves dades de públic, provinents de l'EuroMus, el programa de venda d'entrades. Tenien previst com a objectiu futur poder publicar els resultats en obert i ho van aconseguir, fent així accessibles les dades a través de la seva web.²⁴

D'altra banda, la Diputació de Barcelona realitza anualment una enquesta als museus adherits a la Xarxa de Museus Locals de la Diputació de Barcelona. Entre d'altres, es recullen les dades de visitants dels museus locals. Aquestes dades es penjen a la web (oberta a tothom) de l'Oficina de Patrimoni Cultural de la Diputació de Barcelona (OPC).²⁵

El jaciment arqueològic d'Empúries té publicat un estudi de públic que conté diverses gràfiques amb dades generals. L'estudi, a més, es completa amb enquestes individuals als seus visitants fetes a la sortida i recollides en un període de temps que va de l'any 1995 al 2001. Al tractar-se d'un jaciment a l'aire lliure, el Museu d'Empúries té en compte el factor climàtic, que guarda estreta relació amb el nombre de visitants que rep el recinte. De la mateixa manera, atesa la seva situació geogràfica (i «turisticoestratègica», podríem dir), el jaciment experimenta un clar augment de visites durant el mes d'agost.

El Museu Marítim de Barcelona publica l'any 2001 un article amb un estudi de públic, realitzat amb molts recursos i editat amb molta cura. L'encàrrec tenia com a objectiu l'anàlisi de diferents punts d'interès per al Museu. L'estudi va durar cinc mesos i va consistir en l'aplicació de diferents metodologies (observació, qüestionaris, enquestes de profunditat, *focus group*, etc.). Asensio i Pol (2001) realitzen un complet estudi de visitants durant dos anys al Museu Marítim de Barcelona, servint-se d'un mostreig de 1.903 persones. Fan servir diferents tècniques (*focus groups*, entrevistes, qüestionaris, qüestionaris autoadministrats, etc.) i realitzen estudis sobre uns temes concrets (comparativa entre una exposició temporal amb l'exposició permanent, comparativa entre dues exposicions temporals, la fidelització de públic, etc.). Aquest estudi denota la dedicació d'un gran nombre de recursos per poder-lo portar a terme. Això no obstant, l'article dedica gran part del seu espai a la recerca teòrica (teoria general sobre els estudis de públic) i només un petit espai final als resultats obtinguts en el seu treball de camp.

23 La intranet de l'ICUB s'anomena SICUB.

24 La web de l'ICUB on fan públiques les seves dades de públics és: http://www.bcn.cat/cultura/docs/926_00_Total16Museus_Informe.pdf

25 La web de la Diputació de Barcelona on fan públiques les dades de públic dels museus adherits a la Xarxa de Museus Locals de la Diputació de Barcelona és: <http://www.diba.cat/web/opc/directori>

Turisme de Barcelona va encarregar, el 2002, un estudi sobre les restes arqueològiques del Born a l'empresa Artimetria. El punt curiós d'aquest estudi és que no és un estudi de satisfacció o de perfil del visitant en voga, sinó que es tracta d'una estimació del nombre anual de visitants que pot arribar a tenir. L'estimació inicial va ser considerada de 380.000 visitants el primer any. Aquesta dada va ser àmpliament superada, ja que el primer any va aconseguir 688.608 visitants. L'any 2016, passat el boom de la inauguració i tot i haver hagut alguna polèmica, el nombre de visitants va ser de 57.956 visitants.

El Museu del Cinema de Girona publica, des del 2005, la seva memòria anual a la seva web corporativa.²⁶ El darrer capítol de cada memòria, de cada any, contempla un estudi de públic elaborat amb dades extretes de la venda d'entrades a taquilla i d'una enquesta realitzada a 400 visitants del museu.

El Museu d'Història de la Ciutat de Barcelona té algun estudi publicat (i d'altres que no), com és el cas de l'elaborat per l'empresa Interpretart (Pol, 2001). En aquest darrer document el perfil de visitant del museu és el mateix que es repeteix, invariablement, a quasi tots els museus i d'altres centres culturals de diferent índole: al voltant del 50% de les persones enquestades tenen entre 25 i 39 anys i estudis superiors.

El Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC) també realitza estudis de públic per a ús intern i particular, com ens explica el seu tècnic de gestió de públic, Maurici Dueñas. El que solen fer és recollir dades quantitatives i, puntualment, alguna campanya d'enquesta amb més profunditat quan els interessa tenir alguna informació en concret. Les enquestes les fan fer al personal que tenen contractat (d'una empresa externa), sense cobrar cap extra per fer aquesta tasca. Les fan per a l'Agència Catalana de Turisme, usant un iPad, i en realitzen unes tretze diàries. Es pregunta el país de procedència, on es pernocta, l'edat i la situació laboral. Per a la venda d'entrades usen el programa de gestió EuroMus²⁷ i aprofiten l'ocasió per esbrinar la procedència dels visitants, tot i que no l'usen massa, perquè en el seu cas, atesa la gran aflluència de visitants, es col·lapsa l'entrada.

L'Agència no fa cap informe però els museus, posteriorment, poden consultar les dades recollides, tot i que tampoc, ens comenta, ho usen massa. Puntualment,

26 La web corporativa del Museu del Cinema de Girona és: http://www.museudelcinema.cat/cat/museu_memories.php

27 El programa de venda d'entrades EuroMus que usen molts museus de Catalunya va ser desenvolupat pel Centre de Càlcul de Girona: <http://www.ccalgir.es/productes.php?producte=3&cidm=1>

el personal de l'empresa privada que està a l'entrada o a les sales fa enquestes en paper, a mà, que després es passen a excel. Anualment, el MNAC fa un dossier sobre el seu públic però no es fa públic, només és literatura gris per treball intern del museu. Amb aquestes dades comproven quines exposicions es prefereixen i quines són les principals queixes que tenen els usuaris del museu.

El Museu de Vilafranca té uns estudis de públic dels anys 1990 i 1991, encarregats a Helena Güell, directora del Grup Sural Consultors (Güell, 1990, 1991). Són uns estudis realitzats a partir d'enquestes a visitants comarcals: primer se'n mostren les gràfiques i al final se'n desgranen les conclusions a les quals s'arriben. Un dels punts interessants d'ambdós estudis és que es tenen en compte els socis del museu, tot i que aquests només representin un 32% dels enquestats: «S'ha partit de la hipòtesi que com a consumidors del museu de Vilafranca són susceptibles de rebre unes actuacions específiques per part de la direcció tècnica de la institució». Malgrat el fet d'assenyalar aquest tret diferencial, no s'aprofita aquesta casuística, i les preguntes es circumscriuen al camp sociodemogràfic.

El Museu Marès va elaborar l'any 1991 un estudi de públic. En ell es revisen les dades generals de visitants del museu i es fa incís especial en les visites de grups. A banda de les qüestions bàsiques (tipus d'entitats que fan visites en grup, nivell escolar, procedència geogràfica, nombre de membres del grup, nombre de persones per acompanyant, grau utilització dels serveis del museu i aprofitament didàctic de la visita), arriben a ser capaços de fer una classificació de les entitats que els visiten. Així, n'obtenen quatre categories (per ordre d'importància en nombre): oficines de benestar social, agències de turisme, centres d'ensenyament reglat i, finalment, centres d'ensenyament no reglat més associacions culturals, que representen el 13,34% de les visites de grups. És un document que considerariem de treball intern propi, degut al seu anonimat.

El Museu de la Ciència realitza durant el productiu any 1992 (pel que fa a estudis de públic), un estudi concret sobre una determinada exposició. Per determinar la resposta a l'exposició usen diferents tipus d'entrevistes. El resultat obtingut és un treball poc acurat (no es reflecteix d'on surten les dades), poc científic en comparació amb l'evolució cap a un major rigor informatiu de la resta dels estudis de públic.

Al Museu de Sitges fa anys que no es realitzen estudis de visitants però, de tant en tant, sí que es fan enquestes de satisfacció de grups. A la web de la Diputació de Barcelona²⁸ podem trobar més dades relatives als visitants i turistes a Sitges.

28 La web de la Diputació de Barcelona és: <http://www.diba.cat/web/opc/directori>

A la ciutadella ibèrica de Calafell, actualment fan servir també el programa de gestió EuroMus, que permet extreure dades sobre visitants amb diferents variables: segons tarifes, activitats, tipologia de públic, comparatives interanuals, etc. El programa, però, no realitza cap estudi ni valoració de les dades, cosa que va a càrrec del personal de la Ciutadella i que s'usa com a treball tècnic intern. Clara Masriera, l'any 2007, va defensar la seva tesi, en la qual incloïa una enquesta de visitants a Calafell. A banda de les dades sociodemogràfiques, les preguntes giraven al voltant del grau de satisfacció que provocava la Ciutadella, per tal de corroborar la hipòtesi que un jaciment arqueològic reconstruït aporta molt més coneixement i més bona comprensió que un jaciment que no ho està.

El Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA) té un exhaustiu estudi de públic, realitzat per una empresa privada, a iniciativa de l'ICUB, de l'any 2007, com ens explica el seu gerent Joan Abellà. Des de llavors no han fet cap més estudi similar, però usen dos mètodes per extreure dades sobre els seus visitants. Per una banda, a través també del programa EuroMus: a taquilla es pregunta de quin país procedeixen els visitants. De l'altra, el museu compta en plantilla amb dos *controllers* que cada setmana, cada mes i cada tres mesos extreuen uns indicadors concrets amb el programa amb què treballen. Abellà ens explica que cada setmana ell revisa les dades de públic. Ja el 2013 (abans de la pandèmia) el MACBA detecta la necessitat d'atraure el públic local (que només representa el 15%) i el públic jove. Amb Turisme de Barcelona detecten un altre inconvenient: puja el turisme a la ciutat, però no el públic als museus. I analitzant-ho, s'adonen que augmenta el nombre de turistes russos, que és un tipus de turista que ve per fer compres, però no per consumir cultura. A banda d'aquestes dades, el MACBA passa una breu enquesta d'opinió als grups visitants i els comentaris resultants es deriven al departament corresponent. Tot i que el públic s'ha convertit en l'eix del museu, el MACBA no realitza actualment enquestes de satisfacció en profunditat. Malgrat la crisi, el museu tenia un gran repte pel a 2014: ampliar el seu espai i, amb això, els seus serveis al visitant, amb la qual cosa es preveia un augment de la facturació.

CosmoCaixa fa anys que confia en el treball de l'economista Antoni Laporte, de l'empresa privada Artimetria. Un dels darrers treballs conjunts va ser sobre una exposició que es va fer a Barcelona, però que la seva producció provenia de CosmoCaixa Madrid. En ell, es va usar un estudi de públic per saber quina era la millor imatge i la millor descripció de l'exposició per la ciutat de Barcelona. Per portar a terme aquest treball es va utilitzar la llista de *mailing* de CosmoCaixa Barcelona i amb els resultats obtinguts dels participants (públic assidu al centre cultural que no va cobrar per donar la seva opinió), la direcció va decidir si usava o

no la mateixa imatge, títol i descripció que a CosmoCaixa Madrid. Curiosament, el resultat obtingut va fer canviar els tres elements.

El Museu Blau de Barcelona —inaugurat l'any 2011—, que pertany al Museu de Ciències Naturals de Barcelona, també usa el programa de gestió i venda d'entrades EuroMus.²⁹ A banda d'aquesta l'aplicació informàtica, el museu fa servir la web sobre turisme i les enquestes que fa el seu personal d'atenció al públic. Amb l'EuroMus han pogut comprovar dades com que van rebre 80.000 visitants totals l'any 2013 i que dispensen un 80% d'entrades gratuïtes (dies de portes obertes, diumenges tarda, primers diumenges de mes...). Una altra de les dades que el Museu Blau extreu del programa de venda d'entrades EuroMus és el tipus de visitant. Així, han pogut saber que el 72% del públic que els visita és un tipus de públic familiar. Tot i usar aquestes tres fonts de dades (l'EuroMus, les enquestes esporàdiques i la web de Turisme de Barcelona), el Museu Blau té la intenció d'incorporar una persona que treballi vint hores setmanals realitzant estudis de públic, de manera voluntària.

Així doncs, en un bon nombre de museus catalans, notem que els estudis de públic que es realitzen als diferents centres es porten a terme aprofitant les eines de les quals ja es disposen amb anterioritat i que són eines que estan pensades per altres finalitats. En aquest cas, l'eina més freqüentment usada és el programa de venda d'entrades EuroMus, desenvolupat pel Centre de Càlcul de Girona. Per tant, podem dir que les diferents institucions funcionen de manera autònoma i sense aportar recursos addicionals als estudis de públic. Només existeix algun cas puntual d'alguna institució privada, com CosmoCaixa, que compta amb els serveis d'un consultor privat per portar a terme campanyes per saber les opinions del seu públic sobre determinats termes i, així, poder-ne variar, per exemple, una acció de comunicació prèvia a una exposició que es vol realitzar.

Maria Ribas, cap de la unitat de públics del CCCB, va presentar-nos els amics del CCCB, que són un programa de fidelització. Tot i tenir una associació d'amics pròpiament dita, el seu departament sí que analitza els seus públics, tal i com ens van mostrar a la conferència realitzada a la jornada «Els estudis de

29 El programa de venda d'entrades d'EuroMus és el programa que, a banda de la seva funció principal de venda d'entrades, alguns museus interessats en conèixer el seu públic usen com a font de dades per poder explotar. Aquestes dades que recopilen del programa són d'ús intern i no es publiquen. Les diferents experiències d'utilització del programa es comparteixen en congressos professionals o reunions de treball del sector.

visitants: de les dades al coneixement, del coneixement a la gestió», celebrada a Barcelona l'any 2016, a la qual vàrem assistir.

Generalment, no se solen publicar els resultats que s'extreuen i sol ser literatura gris, de treball intern, propi de la institució. En aquest sentit, caldria homogeneïtzar les preguntes que es realitzen per poder comparar exactament els mateixos ítems a totes les institucions i crear una única plataforma on poder pujar i consultar totes les dades. D'aquí pensem la idea que caldria crear un Observatori Català de Públics, que es fa realitat uns anys després com veurem tot seguit.

Si ens fixem més en el detall de les dades, podrem percebre diverses coincidències. La primera d'elles, com a més destacada, és que el perfil del visitant —simplificant—, per a qualsevol centre, sol sempre el mateix: home de mitjana edat i amb estudis universitaris. És més, és un patró que s'ha anat repetint al llarg dels anys i que s'ha mantingut pràcticament invariable. Aquest punt denota el fracàs de les diferents polítiques per acostar els diferents centres culturals a altres perfils, com els joves o la gent gran. Una de les diferències que es detecten és la procedència del visitant estranger. Amb el pas dels anys, va variant. Tot i que la tendència és que el mateix país —o països— coincideixi en la diferent tipologia de centres.

L'any 2014 es va crear l'Observatori de Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya (OPPCC), pertanyent a l'Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural, situat a Girona. Té un marcat caràcter econòmic (recompte de visitants per venda d'entrades a taquilla i anàlisi de dades econòmiques). Segons el seu pla estratègic³⁰ del 2014, al 2017 han acomplert amb pocs dels objectius previstos: inicialment, estava previst sondejar sis països per al recompte de freqüentació de públics, un expert en estadística i quatre museus pels seus processos de qualitat (tipus ISO 9001). El 2017 es va presentar el pla estratègic i l'informe 2016, amb modificacions considerables respecte al pla de treball exposat el 2014. I tot i que diu el contrari, la seva web no es manté massa actualitzada. El seu objecte d'estudi són tots els equipaments patrimonials (en realitat museus registrats, col·leccions —sense especificar— i monuments) de Catalunya. La seva finalitat principal és el recompte de freqüentació de visitants. El model usat va ser desenvolupat pel Sistema d'Indicadors de l'Institut de Cultura de Barcelona (SICUB).

30 El Pla Estratègic de l'Observatori de Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya (OPPCC) es pot consultar aquí: <http://observatoripublics.icrpc.cat/files/pla-estrategic-oppcc-2014.pdf>

2.6.1. Els temes dels estudis de públic dels museus catalans

Després de realitzar la revisió de la bibliografia dels estudis de públic dels museus de Catalunya, ens semblava rellevant realitzar, a continuació, l'anàlisi dels principals temes sorgits en aquests estudis de públic. Analitzant les dades aportades pels estudis de públic dels diferents museus, s'intenta veure si presenten coincidències, diferències remarcables, si es mostra alguna tendència, la seva evolució al llarg dels anys i, en darrer terme, si podem corroborar la nostra hipòtesi, és a dir, que des dels anys vuitanta el perfil de públic visitant ha persistit invariable en el temps.

A l'hora d'enfrontar-nos a aquestes dades, ens topem amb tres dificultats:

En primer lloc, els estudis es fan en centres museístics concrets, aïllats els uns dels altres i no d'una manera extensiva. En segon lloc, les dades no són homogènies a tots els centres, qüestió que dificulta la seva «intercomparació». I, en tercer lloc, no comptem amb totes les dades íntegres de tots els centres. Malgrat això, el perfil social del visitant és un tipus de dades que es repeteix en la majoria de centres, especialment l'edat, els estudis i el gènere, com veurem seguidament.

L'any 1988, els Museus de Banyoles publiquen un estudi del seu públic. El que tracta aquest estudi és que hi ha dos perfils de visitants: l'individual i el de grup. S'adonen que la visita individual coincideix amb els mesos de turisme estival i que les visites de grup concorden amb el calendari escolar. La visita individual és la que té un percentatge més elevat (58,76%) al Museu Arqueològic Comarcal i d'aquests, amb un alt percentatge d'estudis universitaris (66,66%). Com que l'enquesta és escarida, no tenim més detalls sobre la investigació realitzada. D'altra banda, Fundació La Caixa realitza un estudi qualitatiu l'any 1992,³¹ dels hàbits i motivacions del públic del centre cultural de Barcelona de la Fundació La Caixa. En ell, s'entrevista a 48 persones i s'arriba a classificar el concepte de *motivació*. A l'estudi de Fundació Miró (Laporte, 1994), es mostren els grans números totals de les visites a les exposicions de l'any Miró, però no s'especifica, per exemple, quin és el perfil de públic visitant.

A l'estudi sobre el Museu Comarcal de la Garrotxa (Alcalde, 1997), no tenim diferenciació de gènere, però sí que sabem les edats i els seus estudis: els dos

31 L'estudi qualitatiu que realitza Fundació La Caixa l'any 1992 és un estudi realitzat per l'empresa privada Sural, Recerca i formació sociocultural, de Vilafranca del Penedès. S'accedeix a aquest document de literatura gris gràcies a la gentilesa del Sr. Antoni Laporte.

percentatges més representatius són els estudis universitaris i els primaris i les franges d'edat de 15-24 anys i de 25-34 anys.

Les dades més antigues de l'ICUB són dades conjuntes, de tots els seus museus, sense fer-ne cap distinció. Per obtenir les dades d'algun museu en concret, calia contactar amb aquest centre, de manera particular. Per tant, en aquest cas, a priori, és difícil obtenir una dada específica per poder comparar d'un museu a un altre. El 2001, Costa i Colominas van fer una enquesta telefònica quantitativa a 1.200 persones de la ciutat de Barcelona, durant un mes. En destacava l'extracció de set perfils diferents de visitant, entre ells, el que ells anomenen l'«absent», que representa un 45,9% dels enquestats i és el grup de persones que no van mai o quasi mai als museus (Costa, Colominas, 2001:24).

Els museus locals pertanyents a la xarxa de la Diputació de Barcelona, publiquen les seves dades amb un conjunt d'indicadors d'índole diversa. Així doncs, la informació oferta és molt general i, novament, com en el cas dels museus gestionats per l'ICUB, es mostren els grans números totals de les visites a les diferents exposicions, sense especificar-ne el centre.

A Empúries (Aquilué i Monturiol, 2003), si observem el públic individual, el principal segment d'edat és el representat per les persones de 26 a 45 anys, amb un 51,48%. Com veiem, la franja d'edat és més àmplia que en el cas de l'estudi del Museu Comarcal de la Garrotxa. En aquest cas, però, no comptem amb dades referides al nivell d'estudis. El perfil de públic d'estiu del Museu Marítim de Barcelona (Asensio, Pol i Gomis, 2001) coincideix en edat i en estudis amb el perfil d'Empúries: el percentatge més elevat, el 34%, de 25 a 39 anys i en un 28% estudis universitaris.

Al Museu del Cinema de Girona l'edat del visitant augmenta lleugerament de 36 a 65 anys (amb un 44%), en comparació amb el d'Empúries o amb el del MMBCN. En el cas del Museu del Cinema de Girona, la seva enquesta té un enfocament més turístic i, per exemple, no contempla el tema de la formació del seu públic visitant (hi ha memòries anuals del Museu del Cinema de Girona, des del 2005).

El perfil estudiat per Asensio i Pol (2003) a la Plaça del Rei, mostra un perfil majoritari adult-jove (sense detallar-ne la franja d'edat exacta), amb un 49% i en un 70% amb estudis universitaris. Els dos autors de l'estudi comparen aquest perfil obtingut a la Plaça del Rei amb el perfil de visitant del Monestir de Pedralbes, on el públic presenta més edat i el percentatge relacionat amb el nivell d'estudis superiors és més elevat.

Revisant les dades del MACBA (2007) de què parlàvem amb anterioritat, comprovem que, novament, el percentatge més elevat (28%) es correspon a la franja d'edat compresa entre 25-34 anys i el 71,2% té estudis universitaris, un percentatge molt similar al del perfil de visitant de la Plaça del Rei i més encara al del Monestir de Pedralbes.

Podríem concloure, doncs, amb aquestes mostres, que es repeteix el mateix perfil d'edat i d'estudis arreu de Catalunya i al llarg dels anys. Segurament, fins i tot, podria tractar-se del mateix públic i, en segon terme, de les mateixes persones que sempre responen a les enquestes. Gosaríem dir que podria existir el perfil del «visitant-enquestat», és a dir, el públic que sempre s'ofereix a respondre els qüestionaris.

2.7. Les associacions d'amics dels museus

2.7.1. Presentació

La bibliografia dedicada a les associacions d'amics és reduïda i la dedicada a les associacions d'amics de museus encara més. La bibliografia existent sobre associacions, està dedicada a l'associacionisme obrer i a l'associacionisme cultural en un primer moment, lligat a la construcció de colònies industrials i als primers ateneus (casinos o casals) com és el cas dels articles de Teresa Abelló (anys 1987 i 1997) o d'Armengol (1991), Jordi Pla l'any 1998. Posteriorment trobem les actes del congrés d'associacionisme català ja dels anys 2000 [en concret, anys 2002 (associacionisme i voluntariat) i 2008 (associacionisme cultural)]. I després ja publicacions el 2007 de Gómez, l'any 2012, d'Hachuel o el 2015, com la de Ramon Arnabat, sobre ateneus. La literatura va encaminada a explicar moviments molt concrets, com per exemple, els esbarts dansaires, a explicar associacions de zones molt concretes (com és el cas de El Prat del Llobregat o el de Malgrat de Mar) o a teoritzar més en general, com a moviment social.

En aquest sentit, el que ens trobem és literatura sobre associacions veïnals, per exemple, o autors com Pere Baltà o Pere Solà, que teoritzen sobre el tema. L'Ens de l'Associacionisme Cultural Català publica una revista semestral anomenada *Canemàs*. Es publica des del 2012 i està dirigida a la reflexió teòrica de l'associacionisme cultural de llocs de parla catalana.

Existeix alguna bibliografia referida a l'associacionisme esportiu i també alguna altra des de la perspectiva de globalització social, amb temes enfocats cap a la diversitat i sobre l'associacionisme com a mètode d'integració. D'altra banda, també hi ha literatura que llegeix el moviment associatiu com un tret de la cultura popular i, fins i tot, de la cultura de resistència o de consciència.

2.7.2. Les associacions com a element d'enfortiment del poble

A Catalunya el fet associatiu és un fenomen molt destacat que s'ha anat mantenint al llarg dels anys, fins als nostres dies. «Catalunya seria un altre país sense la importància del seu teixit associatiu» (Baltà, 2005). Els contextos de mancances socials, de necessitats bàsiques socials, d'eliminació de drets o de crisis (com l'actual crisi sanitària global) fan que aquestes associacions aflorin, que es visualitzi més la seva tasca, que es reactivin, s'organitzin i accelerin el treball col·laboratiu per a qualsevol acció concreta que s'hagi de menester, d'una manera totalment voluntària, on els socis treballen dedicant la seva expertesa i el seu temps i, fins i tot, intentant trobar complicitats amb voluntaris no socis quan la necessitat ho reclama i el sistema polític no pot assumir, de manera estructural, aquella necessitat. Joan Guitart, conseller de Cultura del moment escrivia: «El principal valor de l'associacionisme cultural... [és] la projecció de futur que representa que les persones, d'una manera lliure, democràtica i plural, s'agrupin en entitats amb una vocació social i voluntària que només pot enriquir el nostre teixit cultural» (d'Armengol, 1991:5). «El voluntariat i l'associacionisme són compromís, valors i actitud davant la societat. Són la connexió amb les persones, amb el territori i amb els projectes que afermen la cohesió social del país» (Generalitat de Catalunya, Informe 2018). Les associacions es caracteritzen per ser veritablement democràtiques, socials i universals.

Pere Baltà (2005) també afirma que «sense la gent de les associacions no hagués estat possible tot plegat». Ens sembla destacat un article seu (Baltà, 2019) on es desgrana tot el cultiu històric, social i cultural que va fer néixer les primeres associacions culturals. Aquests fets polítics, culturals, industrials que es van succeir arreu d'Europa, van tenir una recepció a Catalunya i una manera de reinterpretar-los que donarien fruit i desembocarien en aquestes associacions culturals. Una primera experiència que, segons Baltà (2019), arrencaria el 1850 amb els cors de Clavé i que serien la llavor que faria germinar la resta d'associacions culturals. Una manera de fer, de reunir-se, d'entendre la cultura i, en definitiva,

d'associar-se que serien les experiències pioneres de totes les associacions que han perdurat fins als nostres dies i que, algunes d'elles, encara existeixen, de manera similar o bé transformades en noves maneres d'entendre la cultura i noves maneres d'entendre el fet social identitari (com a «espais de convivència»). En qualsevol cas, a Catalunya el moviment associatiu va esdevenir un cas atípic que també va cridar l'atenció de Pierre Vilar (Baltà, 2019). Tot i que l'inici de l'article se centra en el cors «claverians» i en els valors de la Il·lustració, l'article ens sembla rellevant per tot el precontext que desgrana i perquè posa èmfasi en la importància del moviment associatiu, fent-lo protagonista de la resistència cultural davant tots els embats polítics que van voler aniquilar la cultura catalana. El teixit i l'agrupació social és la resistència. És la cultura qui fa de baluard contra el capitalisme dèspota (és el cas de les llibreries, dels comerços centenaris...), les polítiques repressives i els genocidis culturals que esclafen alguns pobles.

Pel que fa concretament a les associacions d'amics de museus, ens trobem algunes poques obres que les mencionen. Aquests autors són escassos: d'Armengol, Arnabat, Gómez, Hachuel, Pla i la tesi doctoral de Maria de Lluc Serra. A banda d'aquests teòrics, trobem les lleis corresponents i alguns manuals pràctics o guies de treball com els de Torre Jussana.

2.7.3. El voluntariat a les associacions

Hi ha un volum més elevat de literatura dedicada a un tema paral·lel o que forma part de les associacions d'amics de museus: els voluntaris. La majoria d'associacions existeixen gràcies als seus voluntaris, que dediquen el seu temps personal a l'associació. Els voluntaris són els membres de la junta, però també socis que, puntualment, col·laboren organitzant alguna activitat. A banda de les lleis que fan referència a la regulació del voluntariat, hi ha un volum de bibliografia dedicat a aquest tema. Als països anglosaxons (Canadà, EEUU i Regne Unit), el fet del voluntariat és un fenomen amb certa trajectòria, ja desenvolupat, més estès i més normalitzat, tant socialment com dins l'àmbit dels museus. A Catalunya, tot i que som un poble extraordinàriament solidari, el fenomen del voluntariat en els museus no està regulat, ni està ni tan acceptat com en el món anglosaxó. A falta d'una normativa dins dels museus que ho reguli, la via actual per canalitzar aquest voluntariat és a través de les associacions d'amics. El tema dels límits d'aquest voluntariat, si han de ser tasques habitualment estructurals i de l'apropiació o no de les tasques del personal del museu, és un altre debat.

El voluntariat és un fenomen que a Catalunya, els anys noranta, va viure una època daurada (el que podríem anomenar «l'efecte de la Barcelona olímpica» o «l'efecte de Barcelona 92»), per passar a viure un gran període de decadència (tant d'acció com de teorització) durant la primera dècada dels anys 2000. Cert és que quan es parla de voluntariat, de seguida es pensa en voluntariat en temes relacionats amb la salut i de caire social. De fet, la bibliografia existent també respon a aquesta concepció de voluntariat.

Inmaculada García-Mainar i Carmen Marcuello (2007) publiquen un article sobre el voluntariat i afirmen que «la participació en organitzacions sense ànim de lucre genera beneficis socials», encara que cada soci hi participi d'una manera diferent: amb més o menys temps i invertint més o menys diners. Aquesta participació —segueixen— s'ha investigat només des de la perspectiva econòmica, però no des de cap altre prisma. En compliment de la Llei 25/2015,³² la Generalitat de Catalunya elabora l'Informe de l'Associacionisme i el Voluntariat a Catalunya (Generalitat, 2018), un tipus d'informe que no realitzava des del 2001. Per elaborar aquest informe es van fer 2.342 enquestes a entitats i a més de 3.000 persones d'arreu de Catalunya. Posteriorment, es van fer deu grups de discussió, amb 109 entitats i 126 persones. Aquest informe, tot i que té un caire politicotècnic, i a banda de donar una pinzellada històrica, ajuda a definir el fenomen associatiu i, sobretot, voluntari, amb diversos conceptes.

Un dels objectius inicials d'aquesta tesi era ampliar el coneixement actual existent sobre l'impacte social que exerceixen els museus. D'altra banda, un altre dels nostres objectius era realitzar un estat de la qüestió amb les recerques més destacades sobre el tema. A les conclusions d'aquest capítol, intentarem donar una conclusió global de tots els estudis de públic, veure les característiques que ofereix cadascun d'ells i intentar, alhora, fer-ne un perfil conjunt. Cal dir que en els darrers anys han sorgit estudis sobre l'impacte social dels museus, a través de la mirada d'altres disciplines, i aportant també interessants punts de vista, com, per exemple, el de les emocions que pot arribar a suscitar la visita a un museu.

A l'inici d'aquesta tesi, hem definit què significava per nosaltres *impacte* i el valor que té sobre la societat. Però, què passa si un museu no té un projecte, una política o un objectiu concret, a curt o mig termini? Vol dir això que no genera impacte en la societat que l'envolta? Creiem que sí que genera impacte igualment. I la primera pregunta ens genera, alhora, tres qüestions més, que caldria resoldre.

32 Llei 25/2015, del 30 de juliol, (2015), del voluntariat i del foment de l'associacionisme.

De totes maneres, llegint els articles de l'estat de la qüestió, cap investigador ens dona un impacte negatiu dels museus, sinó al contrari: les contribucions i els beneficis dels museus són àmpliament valorats i considerats:

«Els museus contribueixen positivament a la qualitat de les vides humanes individuals i per millorar el benestar de les comunitats humanes», Weil (a Yocco, 2009)

Seguidament, cal dir que el conjunt dels estudis referits a públic evidencien el canvi de paradigma que hi ha hagut en els museus: el públic és el centre dels museus, al mateix nivell que ho pugui estar el seu contingut, en contraposició dels museus dedicats exclusivament a l'objecte.

S'aprecia que els estudis de públic i d'impacte dels museus o centres culturals es disseminin al llarg de l'àmplia geografia. Per tant, constatem que és un tema que preocupa, per igual, a escala mundial.

Aquests estudis, tot i que de manera irregular i intermitent, es van realitzant al llarg dels anys. Concloem doncs, que és una preocupació o tema d'estudi, atemporal i que perdura en el temps.

En conjunt, cap autor dedica un espai a definir què és *impacte*, malgrat ser objecte d'estudi dels seus articles. Tampoc se sol explicar en els articles científics si hi ha un objectiu predeterminat —o hipòtesi— per part de la institució o com sorgeix la investigació. Tot i aquests dos inconvenients, els articles no perden el seu interès científic.

Notem que es porten a terme investigacions, majoritàriament, en diversos espais dedicats a la transferència de coneixements científics purs, més que no pas en espais artístics o humanistes.

Veient el global dels articles, pensem que potser ens estem equivocant en la pregunta que, com en els articles, es realitza: no busquem l'impacte immediat de l'experiència museística, del moment just posterior a la visita, sinó que l'hauríem de buscar més enllà del recinte del museu, a llarg termini i a més gran escala.

Per tant, lligat amb el punt anterior, potser ens estem equivocant en el temps i en l'espai (Falk, 2010) a l'hora de fer enquestes i potser no haurien de fer-se dins el museu, a l'hora de sortir, sinó a fora i al cap d'un temps.

Probablement, per fer una correcta avaluació de l'impacte (o dels diferents impactes) caldria implementar microprojectes i dirigir el treball i la direcció en microobjectius. Potser el problema i la dificultat rau en voler abastar massa i

voler calcular un impacte global del museu quan, segurament, seria més efectiu iniciar l'acció de forma parcel·lada, per projectes o bé per temes concrets (per àrees concretes d'estudi) de cadascun dels projectes. Per posar un exemple, seria el cas explicat per B. Sheppard (2012): «l'impacte s'explica d'un cas en concret però no de tot el museu». La idea seria que, al final, unint les diferents avaluacions, es pogués extreure una conclusió final com a resultat, útil i pràctica, i que no només es tinguessin en compte les dades de visitants (no sempre honestes, amb certs biaixos, i comparant diferents paràmetres entre si). No es tractaria, llavors, de fer una metodologia d'avaluació total, sinó parcial, on les parts es poguessin unir al final, per tal d'obtenir uns indicadors conjunts.

Si s'activessin programes per a sectors de la població més desfavorits, aquest impacte, per poc que fos, sempre seria més notori que amb població d'un barri més benestant, acostumada a consumir activitat cultural i que el seu perfil mostra un nivell cultural més elevat. La precarietat econòmica i laboral fa que s'hagi de dedicar tot el temps a pensar a sobreviure i, de retruc, que es releguin les necessitats culturals i emocionals a un segon pla (Riera, 2019).

D'altra banda, en alguna ocasió, potser s'intenta mesurar un impacte, entenent que aquest prové d'un objectiu específic pensat amb antelació per la institució. Caldria verificar, certament, si en tots els casos hi ha hagut un objectiu preestablert i definit abans d'emprendre algun projecte o acció. Creiem que cal considerar que a vegades es porten a terme activitats poc madurades o pensades precipitadament i que l'impacte pot ser que no sigui l'esperat.

Confirmem que el mètode d'obtenció de dades per excel·lència i que tenen en comú la majoria d'estudis és l'enquesta (en diferents formats) i que, aquesta, s'elabora, s'adapta i es personalitza per a cada treball d'investigació que es realitza. Seguim usant el mètode de l'enquesta de manera generalitzada, però no és així pel que fa al recompte de visitants. Continuen existint diferents metodologies i diferents vares de mesurar. Proposem, com a únic mètode autènticament fiable, la visió per computador, amb recompte a través d'algun mètode de reconeixement facial.

Posem en relleu que, com dèiem, mai sol haver un impacte negatiu. Com a màxim, en algun cas, no hi ha el volum de participació que s'havia esperat, però mai existeix una acció que perjudiqui ningú. Vist el conjunt de literatura sobre el tema, finalment ens decantem per la següent proposta d'avaluació d'impacte: un sistema d'avaluació qualitatiu d'impacte, basat en les teories de Falk i en les experiències viscudes.

D'altra banda, per tal de facilitar l'estudi lliure i sense barreres amb les metadades generades pels visitants, es proposa un repositori obert amb accés a les dades necessàries que permetin investigar i treballar, com el que existeix amb dades de salut.³³ En propers treballs, ens agradaria creuar les dades d'impactes amb les estadístiques del moment de comportaments culturals de visitants.

Per últim, volem afegir que a l'inici de la realització de la tesi ens va interessar el tema perquè estava poc estudiat i poc publicat. Però aviat ens vàrem haver d'enfrontar amb dues problemàtiques importants a l'hora de preparar una tesi: el fet d'haver de dependre de la bona voluntat de les persones per obtenir dades (un tema que espero que en el futur es pugui resoldre amb els repositoris digitals de dades de recerca) i, per altra banda, el fet que no hi ha un arxiu històric on consultar bibliografia antiga sobre el tema. Hem consultat diferents arxius però, com indicàvem, la falta de dedicació sobre el tema fa que la documentació sigui pràcticament nul·la o poc rellevant científicament. En primer lloc, es va consultar la documentació de l'arxiu de l'Associació dels Amics dels Museus de Catalunya. Aquesta documentació (de l'associació nascuda el 1933), no està digitalitzada ni indexada i es redueix a les actes de les reunions de l'Associació, on bàsicament es registrava l'estat de comptes i la relació d'accions a emprendre, com alguna donació, i on comprovem que la majoria de sòcies són dones. En segon lloc, es va acudir a l'Arxiu Nacional de Catalunya, on s'esperava trobar un gran volum de documentació. I les cerques van ser quasi simbòliques, com la d'una fotografia del 1933 amb la imatge d'un banquet ofert a la premsa per part de l'Associació d'Amics dels Museus de Catalunya i la Junta de Museus, arran de la primera exposició que va organitzar l'Associació, que va ser l'exposició d'indumentària de Manuel Rocamora. La resta de documents també són actes, rebuts de pagament i targetes de socis. Pel que fa a la documentació que conserva l'ANC, lligada al Departament de Justícia, departament que gestiona les associacions, només hi ha dos registres dedicats a associacions de museus: l'Associació d'Amics del Museu de Gavà i l'Associació d'Amics del Museu de Molins de Rei, que no va voler continuar participant en l'estudi.

Volem posar en relleu que la primera llavor per crear la World Federation of Friends of Museums va ser a Barcelona, l'any 1972, com una de les conclusions a què es va arribar durant el I Congrés Internacional d'Amics dels Museus del

33 PADRIS: http://aquas.gencat.cat/ca/projectes/analitica_dades/

Món, que es va celebrar a Barcelona ciutat a iniciativa dels Amics dels Museus de Catalunya.

Recapitulant, podem dir que els estudis de públic no són constants i que, sobretot, es realitzen en museus de ciències i de ciències naturals, essent escassos els estudis realitzats en centres culturals i/o museus d'art. Pel que fa a la literatura dedicada a les associacions de Catalunya, també és escassa, especialment la dedicada a les associacions culturals i de museus, i la majoria es concentra a la ciutat de Barcelona. Com diu el Dr. Permanyer-Miralda (2013:122), «l'avaluació de l'impacte social de la recerca és una disciplina complexa en progressiu desenvolupament. Cal esperar-ne una creixent difusió i ús per finalitats pràctiques malgrat que encara s'hi plantegin debats conceptuals i metodològics de considerable abast». En el següent capítol veurem el context històric i, breument, el context polític, que van fer que sorgissin les associacions d'amics de museus actuals.

3



Museu Marítim de Barcelona.
Fotografia: gentilesa Museu Marítim de Barcelona.

Capítol III. Evolució de la història dels museus i de les associacions d'amics dels museus a Catalunya

3.1. Introducció

Per poder entendre el sorgiment de les associacions de museus a Catalunya, aquest capítol presentarà la història dels museus de Catalunya. Aquesta breu història permetrà presentar un marc general del context de l'evolució de les associacions d'amics dels museus, entesa en el marc de com els museus han anat configurant-se. La història dels museus catalans consta de diferents etapes, cadascuna d'elles amb les seves pròpies característiques, estretament relacionades amb la societat i, molt especialment, amb el context polític del moment. Aquesta història, que veurem entre els seus orígens i l'actualitat, està emmarcada en quatre característiques bàsiques que exposem a continuació.

En primer lloc, el fet de tenir una estructura d'estat dèbil i amb pocs recursos ha determinat que el paper polític en la configuració d'aquests museus hagi estat quasi nul, dotant a la cultura de pressupostos raquítics i fent que la majoria de propostes museístiques no hagin prosperat. A més, no s'ha donat el fet de formació de col·leccions reials o de grans famílies aristocràtiques com a origen de grans museus, un fet decisiu i rellevant en el cas de la creació de museus nacionals espanyols i europeus. Per contra, aquesta absència de l'Estat va ser substituïda per diferents associacions cíviques, l'Administració local i les col·leccions privades no aristocràtiques (Solé, 1995). Bona part dels museus a Catalunya són iniciatives particulars, socials o cíviques.

En segon lloc, cal assenyalar la importància dels museus locals. Una de les característiques més significatives del sistema museístic català és precisament el

fet de tenir un sistema de museus locals significatiu, disseminat per tot Catalunya, amb un paper rellevant de la museologia local. Això s'explica tant per la importància de les associacions i fundacions privades impulsores de museus com pel pes de les administracions locals en la creació dels museus, que substituïren l'absència de l'Administració estatal durant la major part de la història.

En tercer lloc, cal vincular els projectes museístics amb la recerca de la identitat catalana, aspiració sorgida en el marc de la Renaixença, afavorida pels diferents moviments polítics regionalistes, republicans i finalment nacionalistes. Els museus han significat, dins l'àmbit nacional, la recerca d'una identitat a través de l'art, la història i la ciència, per mantenir una sèrie de valors com a poble que es veien recurrentment abocats a la seva extinció.

En quart lloc, cal assenyalar l'existència de diferents períodes que han anat configurant el sistema de museus que tenim avui en dia. Bàsicament, podríem assenyalar —encara que d'una manera molt sintètica i a risc de simplificació— els següents períodes:

1. Antecedents dels museus. Des del segle XVII al XIX es varen anar creant algunes col·leccions privades d'objectes d'història natural, gabinets de curiositats i jardins botànics. També es crearen algunes col·leccions d'art, principalment per als alumnes d'arts.
2. L'origen dels museus (1834-1907). A partir de la Desamortització del 1834, la creació de museus s'accelerà com a tota Espanya, però a Catalunya va coincidir amb el moviment de la Renaixença (1833-1892), tot cercant una identitat pròpia.
3. L'etapa de planificació dels museus (1907-1939): de la Junta de Museus a la II República i fins a la Guerra Civil. Els inicis dels museus i de les associacions de museus a Catalunya s'inscriuen en l'època del Modernisme i Noucentisme. És l'època de les primeres experiències expositives amb una classificació de peces intencionada, dels primers museus, amb un caràcter científic i de les primeres associacions d'amics culturals. Els primers museus tenen el seu origen en la creació de la Junta de Museus (1907) com a institució que va ordenar el sistema de museus catalans i que va arribar al màxim esplendor durant els anys de la Generalitat i la II República, fins que la Guerra Civil va truncar aquest procés. És potser una de les millors èpoques per als museus catalans, de bonança per a la cultura, amb polítiques culturals que afavorien els museus i la seva creació. Però tot va quedar truncat per la Guerra Civil, que

va fer que tots els museus i associacions tanquessin i alguns museus servissin de magatzem refugi d'obres d'art de diferent procedència.

4. El període franquista (1939-1975). La que hem anomenat *època fosca* dels museus catalans es correspon amb el franquisme. Serà una època en què no es crearà cap nou museu públic i ni tan sols existiran polítiques museístiques. Tanmateix, existia la política municipal d'alguns ajuntaments (com el de Barcelona), de les diputacions i, sobretot, iniciatives particulars (com les de Picasso, Miró, Marès, etc.) que van permetre la creació d'alguns museus. A finals del franquisme, l'impacte de la nova museologia va provocar el sorgiment d'iniciatives locals, que acabarien traduïnt-se en museus locals, sobretot durant els primers anys de la Transició.
5. La recuperació de la democràcia i la recuperació dels museus (1976-1990). La fi del franquisme provocà una forta recerca de la identitat nacional i de les identitats locals, que es traduí en la creació de molts museus. És una època de floriment de museus locals, gràcies a l'empenta de molts ajuntaments i d'associacions locals sota l'impacte de la Nova Museologia, que tindria una forta influència en els museus catalans els anys vuitanta i noranta. Durant els anys vuitanta, el fet més destacat dels museus catalans és la proliferació dels museus locals i comarcals, gràcies a la política de la Generalitat que els va potenciar a través de la Xarxa de Museus Locals.
6. La planificació del sistema museístic català i l'expansió dels museus (1990-2007). Durant aquest període s'organitza el sistema de museus català, tant des d'una perspectiva jurídica amb la promulgació de la Llei de Museus com amb l'impuls a la creació de molts museus, tot coincidint amb l'expansió turística i econòmica. Respecte a l'etapa anterior, hi ha dos fets fonamentals: l'aposta per un sistema nacional de museus i la creació d'un gran nombre de museus per a la creació d'un turisme cultural. En aquest període es reprèn la idea de grans museus nacionals i la idea de dotar als museus d'una pàtina internacional, com els museus de les grans capitals europees. Durant aquest període es creen un gran nombre de museus, tants com en tots els anys anteriors.
7. Els museus després de la crisi del 2007. La crisi, unida al xoc entre les diferents institucions que dirigeixen museus, fa que a Catalunya hi hagi una davallada en el sector, que quedarà encara molt més afectat amb els efectes de la COVID-19 l'any 2020, de perspectives i resolució encara difícil de preveure a hores d'ara.

Aquest context històric dels museus ens ajuda a ubicar històricament les associacions d'amics de museus (AAM) i a entendre el perquè de les seves vicissituds: algunes d'aquestes associacions encara estan en actiu des de la seva fundació; d'altres, han tingut una vida intermitent i, malauradament, algunes han desaparegut.

A Catalunya, pel que fa a les associacions, la seva història coincideix amb la dels museus catalans, que es corresponen amb les seves tres tipologies d'associacions d'amics de museus: a) la que reivindica l'activitat local amb diferents activitats (que fa un paper de dinamitzadora), b) la que actua com una entitat individual i professionalitzada i, per últim, c) la que funciona com un carnet de descompte.

3.2. L'origen dels museus catalans (1834-1907)

La Renaixença va ser un període culturalment intens, amb una elevada producció d'art i artesanía en diferents disciplines, que pretenia la recerca de la identitat catalana — i el foment del català — en la llengua i la cultura catalanes.

Els antecedents dels museus catalans, però, són anteriors a aquest període. Les arrels més llunyanes dels actuals museus catalans les hem d'anar a buscar al 1775, amb l'Escola de la Llotja. Aquesta escola de Belles Arts va crear un museu amb finalitats pedagògiques per als seus alumnes. Posteriorment, el 1837, es va fundar el Museu de la Reial Acadèmia de les Bones Lletres, al convent de Sant Joan de Jerusalem (Solé, 1995).

Tanmateix, va ser amb la Desamortització del 1834 i la crema de convents del 1835 quan es situa l'origen dels museus, en fer possible la creació de col·leccions que es traduïren posteriorment en la creació de museus. Així, el mateix 1834 es crearen les col·leccions del Museu d'Antiguitats de Tarragona (que acabarà sent el Museu Arqueològic Nacional de Tarragona); poc després, el Museu Arqueològic de Catalunya (1835) i el Museu Arqueològic de Girona (1846). També es crearen col·leccions que després varen derivar en els Museus Diocesans de Lleida.

La necessitat de preservar el patrimoni desamortitzat o la destrucció del patrimoni eclesiàstic es traduí en la creació de les Comissions Provincials de Monuments, instaurades a tot Espanya el 1844, i que tingueren un paper destacat en la formació de col·leccions (Quílez, 2007; Bassegoda, 2007; Boronat, 1899; García, 1997). La principal missió de les Comissions era la preservació dels monuments històrics i la creació de museus d'antiguitats. Així, en el cas de Barcelona, es crearia el Museu Provincial d'Antiguitats, amb els fons procedents de les desamortitzacions,

tal i com s'indica a la memòria de la Comisión de Monumentos Históricos y Artísticos de la Provincia de Barcelona, publicada el 1947,³⁴ on se'n detalla tot el procés de gestació: les converses i consultes mantingudes, l'elecció del local, els orígens dels fons o els noms del seus directors.

Para dar cumplimiento a lo estatuido en la Ley y Reglamento sobre constitución de las Comisiones de Monumentos, la de Barcelona desde los primeros momentos de su actuación dedicó todos sus esfuerzos a formar un Museo de Antigüedades, a cual fin, en 13 de noviembre de 1844, se dirigió por escrito a la Academia de Bellas Artes de esta ciudad por tener noticia de que en el local, y bajo los auspicios y expensas de dicha ilustrada y celosa Corporación artística, existía un Museo formado por cuadros. [...]

La Academia contestó en sentido favorable, facilitándole la Comisión los auxilios necesarios para el arreglo del local Museo y la colocación adecuada de los objetos. En 30 de noviembre de 1866 consultó al Ministro de Fomento sobre lo anterior, y acordó pedir a la-Diputación el catálogo de los objetos que tenía adquiridos para el Museo, bajo cuyo concepto eran indudablemente de la esfera de la Comisión.

En el cas de Girona, la Comissió creada també el 1847 (Buscató i Pons, 2001) tingué un paper destacat en la creació del Museu de Sant Pere de Galligants i en la restauració de diferents monuments. La principal tasca de la Comissió va ser, en primer lloc, protegir el patrimoni moble i després, a més, protegir edificis o restes d'edificis d'ús religiós de la província de Girona, així com la conservació d'objectes i la compra de restes arqueològiques (Buscató i Pons, 2001). El Museu d'Arqueologia de Girona està format, primerament (any 1845), per col·leccions provinents del Museu Provincial i d'Antiguitats de Girona, que s'ubicava a l'antic monestir de Sant Pere de Galligants (web MAC). Posteriorment veurem com l'any 1939, suprimida la Generalitat de Catalunya per part de Franco, aquest museu i una part del jaciment d'Empúries van passar a ser tutelats per la Diputació de Girona.

L'evolució de la Renaixença tingué un especial interès per als museus (sobretot un paper destacat en la creació de nous museus) i en la creació d'associacions

34 Comisión de monumentos históricos y artísticos de la provincia de Barcelona: memoria de la labor realizada por la misma en su primer siglo de existencia, 1844-1944. Redactada por el secretario de la Corporación D. José Grahit y Grau. 1947. Copia digital Biblioteca Digital d'Història de l'Art Hispànic. UAB.

interessades pels museus. El 1876 succeeix un fet que es considera el primer de gestació de les associacions culturals: sis excursionistes pugen al Turó de Montgat (figura 3.1.) i arran d'aquesta excursió, funden l'Associació Catalanista d'Excursions Científiques. Aquestes excursions, originàriament, no eren per fer exercici sinó per admirar les belleses naturals de la muntanya —la idea romàntica d'admirar les naturaleses rurals i les de l'Art (Bassegoda, 2009)—. Aquests primers excursionistes creien que Parcerisa³⁵ era el seu il·lustre predecessor i resseguint la seva estela ens trobem davant d'una de les primeres associacions precursors de les associacions d'amics d'un museu.

Figura 3.1.: els sis excursionistes al Turó de Montgat i fundadors de l'Associació Catalanista d'Excursions Científiques. A dalt, d'esquerra a dreta: Pau Gibert, Ricard Padrós i Josep Fité. A baix: Marçal Ambrós, Eudald Canibell i Romà Arnet. Fotografia del vuit de juny de 1876.



Font: gentileza de l'Arxiu Fotogràfic del Centre Excursionista de Catalunya.

35 Francesc Xavier Parcerisa (1803-1876) va litografiar l'obra *Recuerdos y Bellezas de España*, ideada per ell mateix, l'any 1839. Es publicava a Barcelona i tenia un destacat component gràfic. El primer volum va ser el dedicat a Catalunya i es va publicar per fascicles.

L'Associació Catalanista d'Excursions Científiques tenia com a objectiu, a més de contemplar les bel·leses, recollir restes i objectes per documentar-les primer i fer-ne un museu després (el que seria el Museu Social). D'altra banda, tenien la voluntat de divulgar aquests objectes i fer pedagogia i assessorament als veïns dels llocs que visitaven: «Amb el fi d'investigar tot quant mereixi la preferent atenció sota els conceptes científic, literari i artístic, en la nostra benlloguda terra, es crea una societat que es titularà Associació Catalanista d'Excursions Científiques». El 1891 aquesta associació, que continuarà amb la seva activitat, es convertirà ja en l'actual Centre Excursionista de Catalunya.

Des del 1876 fins al 1891 trobem diferents publicacions realitzades per erudits —homes— de la cultura catalana. Aquestes publicacions contenien il·lustracions sobre monuments de Catalunya, junt amb la seva corresponent explicació. La mateixa Associació Catalanista d'Excursions Científiques publica el 1878 l'anomenat *Album pintoresch-monumental de Catalunya*. Al mateix temps, algunes botigues de marcs i motlures de Barcelona es van anar convertint, poc a poc, i de forma inconscient, en les primeres galeries d'art de la ciutat.

A Barcelona trobem diverses figures (figures totes elles masculines) que tenien afició pel col·leccionisme, de manera particular. Aquest col·leccionisme privat serà una de les característiques de les col·leccions de la ciutat de Barcelona. Destaquen les figures de Lluís Desplà, Miquel Mai, els Salvador, Marià Oliveres, Josep Flaugier, Joan Cortada, Francesc Santacana o Francesc Brossa (García, 1997).

I en el terreny específic del patrimoni trobem la Societat Arqueològica Tarraconense, «fundada l'any 1844 per la necessitat d'estudiar, preservar i difondre un patrimoni arqueològic, en aquest cas, romà» i sense ser una associació de caire institucional (Hachuel, 2012). Destaquem aquesta societat per ser de les més antigues, per ser impulsora del Museu Arqueològic de Tarragona i per promoure diferents excavacions arqueològiques. També fora de la ciutat de Barcelona, apareixen museus eclesiàstics, lligats al catalanisme i al moviment de revalorització de l'art medieval català. Així doncs, l'any 1891 s'inaugura el Museu Episcopal de Vic i poc després, el 1896, es funda el Museu Diocesà i Comarcal de Solsona.

D'aquest mateix període nés l'obra de Josep Puiggarí i Llobet (1821-1903),³⁶ considerat un dels primers historiadors de l'art, per tant, al mateix temps, un dels primers investigadors a Catalunya i promotor del moviment excursionista urbà.

36 Figura pendent d'estudiar en profunditat amb estudis científics (Bassegoda, 2009).

Era arxiver de l'Ajuntament de Barcelona des del 1867 i va presidir l'Asociación Artístico-Arqueológica de Barcelona fins al desembre de 1891. Té obra escrita, alguna d'ella inèdita, sobre monuments de Barcelona, sobre artistes catalans medievals i renaixentistes, la primera monografia del Palau Güell de Gaudí i estudis sobre indumentària tèxtil, que acompanyava amb làmines dibuixades per ell mateix.

Des del 1878 fins al 1891 tenen lloc les primeres exposicions d'objectes per part de l'Asociación Artístico-Arqueológica de Barcelona i les primeres experiències amb una clara voluntat expositiva, és a dir, no només de recopilar objectes sinó, a més, de mostrar-los classificats d'una manera ordenada. El 1877 té lloc la primera experiència, com veurem més endavant, quan encara l'Asociación no estava ni tan sols creada com a tal. El juny de 1878 té lloc una exposició realitzada amb els materials més preuats i ben valorats de l'època: l'anomenada «Exposición de joyas, miniaturas y esmaltes», ja amb l'Asociación creada. Al desembre organitzen la segona exposició: sobre indumentària i armes. La tercera, el gener del 1880, serà una exposició sobre gravat d'autors espanyols, en la qual s'inclourà Goya i se'n farà la primera monografia sobre gravat. Aquest any coincideix amb la inauguració del Museu Provincial d'Antiguitats, situat a la capella de Santa Àgata.

L'any 1881 realitzen l'exposició sobre arts decoratives (vidre, mobles, esmalts, brodat, etc.). Un any després, exposen l'anomenat «Album de Detalles Artísticos y plástico decorativos, de la Edad Media», on fan un concurs perquè dibuixants copiïn detalls medievals, tot reivindicant l'art romànic català. Aquest és un dels primers exemples d'activitat participativa, realitzada per una associació cultural.

Aquest mateix any també exposen dibuixos de monuments que ja no existeixen, ja desapareguts en aquell moment, creant així un registre gràfic de gran valor documental. Però l'any 1891 l'Asociación deixa d'organitzar exposicions perquè les comencen a organitzar les institucions de manera oficial, com l'Ajuntament de Barcelona, el que acabaria amb l'extinció de la seva activitat.

L'any 1877 és un any molt prolífic pel què fa a exposicions artístiques, a Barcelona. Es comencen a realitzar exposicions, de manera més professional, organitzades per una entitat especialitzada en el sector i/o per ens públics. D'aquesta manera, aquest any es fan les següents exposicions: la primera d'elles, la Exposición de Artes Suntuarias, a la Universitat de Barcelona (figura 3.2.). En segon lloc, la

Exposició de Pintura i Objectes de la Col·lecció Padró, a la Sala Parés. I per últim, la Exposició Catalana,³⁷ també a la Universitat de Barcelona.

Figura 3.2.: Exposició Catalana, l'any 1877, al claustre de la Universitat de Barcelona



Font: *Diario de Barcelona*.

El 1879, l'Ajuntament de Barcelona va fer construir el Museu Martorell, el primer edifici dissenyat des d'un inici per a ser un museu públic i que actualment és la seu del Museu de Geologia de Barcelona.³⁸ Això va ser possible gràcies a la confluència de dos fets: per una banda, la donació a l'Ajuntament del llegat de l'arqueòleg i naturalista Francesc Martorell i, de l'altra, la disponibilitat d'un terreny a la Ciutadella (García, 1997).

El col·leccionisme privat tingué també, com dèiem, un paper molt destacat en l'impuls de molts museus. L'any 1884 s'inaugurava la Biblioteca Museu Víctor Balaguer, de Vilanova i la Geltrú. Va ser fundada per Víctor Balaguer, de manera privada, amb el fi de fomentar l'educació i la cultura en un mateix espai. I va

37 El *Diario de Barcelona* en publica diverses fotografies (<https://upcommons.upc.edu/handle/2099/1015>) i hi menciona: el Museu de Mineralogia, el Museu Tecnològic i el Museu d'Història Natural.

38 Dissenyat per l'arquitecte Antoni Rovira, el mateix arquitecte del Palau Moja, el mercat del Born i del mercat de Sant Antoni.

fer construir l'edifici de forma *ex professo* per assolir aquest objectiu personal que tenia. Va ser un dels primers edificis pensats, expressament, com a museu. Cal mencionar també la creació del Cau Ferrat a Sitges, el 1932, a partir de la col·lecció de Rusiñol que s'inicià el 1893.

Lluny de Barcelona i la seva influència també s'inaugura, l'any 1905, un altre museu biblioteca de tres plantes: el Museu Biblioteca d'Olot, allotjat en un antic hospici, que albergava una miscel·lània d'objectes. Durant la Guerra Civil es van tancar les seves portes i l'edifici es va dedicar a la salvaguarda de peces particulars i algunes de rellevants provinents de museus de la ciutat de Barcelona.

Ens trobem, doncs, en un moment històric on es creen diversos museus a diferents punts de Catalunya i on arrenquen diferents iniciatives d'associacions. Així doncs, aquests nous equipaments i els diversos moviments socials que poc a poc s'anaven succeint van fer que finalment aquests es reguessin per escrit, mitjançant lleis.

La història de les associacions té molt a veure amb les lleis d'associacionisme (veure capítol 4), ja que les lleis en regulen el seu funcionament o bé, a partir primer de la redacció de les lleis, sorgeixen noves associacions. Tot i que al principi de l'existència de les primeres associacions encara no hi havia una llei que les regulés pròpiament fins anys més tard, el 1887 es constitueixen 138 associacions culturals recreatives, dividides en ateneus, casinos, centres, societats, cercles, cors o orfeons, unions, fomentos, casals i altres denominacions (Arnabat, 2015). El creixement associatiu, tant en l'àmbit urbà com en l'àmbit rural (es té constància de cooperativisme agrari al Maresme, ja a l'any 1903), era un fenomen que no agradava al Govern, ni a la burgesia ni a l'Església, que realment intentaren frenar-ne la seva creació (Arnabat, 2015).

Com veiem, les diferents iniciatives socials que anaven sorgint, van accelerar el fet que aquestes es reguessin per escrit, mitjançant lleis. Jurídicament parlant, la primera normativa que parla sobre la relació entre persones d'una societat és la Constitució. La primera llei que va contemplar el dret d'associació fou la Constitució Espanyola de 1869 (articles 17-19. Veure annex corresponent).³⁹

39 Art. 17. «Tampoco podrá ser privado ningún español: [...] Del derecho de asociarse para todos los fines de la vida humana que no sean contrarios a la moral pública.», Art. 18: «Toda reunión pública estará sujeta a las disposiciones generales de policía.», Art. 19: «A toda Asociación cuyos individuos delinquieren por los medios que la misma les proporcione, podrá imponérseles la pena de disolución. La autoridad gubernativa podrá suspender la Asociación que delinca, sometiendo incontinenti a los reos al Juez competente. Toda Asociación cuyo objeto o cuyos medios comprometan la seguridad del Estado, podrá ser disuelta por una ley.»

En els esmentats articles no es parla específicament d'associacions culturals, sinó que engloba tot tipus d'associacions, però hom entén que aquestes s'hi inclouen. Set anys més tard, també tornem a trobar la referència jurídica a les associacions a la Constitució del 1876 (article 13. Veure annex corresponent)⁴⁰ —que es desplegaria efectivament amb la llei del 30 de juny de 1887—. Aquesta llei es mantindria en la següent Constitució, la Constitució republicana del 1931 (article 39. Veure annex corresponent)⁴¹ i en l'Estatut català del 1932 (veure annex corresponent).

A Catalunya, al segle XIX, el moviment de la Renaixença es caracteritza pel foment de l'estudi de la llengua i la cultura catalanes. És d'aquesta manera que a finals del segle XIX trobem documentades associacions d'amics lligades a la cultura, però no als museus pròpiament dit. Així, existien els amics de la música, del teatre i d'altres, però no encara de museus.

Al llarg del segle XIX... Es van crear associacions per al treball, per a l'assistència i per al lleure, sovint barrejant-ho tot, o camuflant les seves finalitats per esquivar repressions i prohibicions. En els inicis moltes associacions van ser alhora cooperatives, sindicats, partits, societats de socors mutus i centres d'oci. (Abelló, 1997).

Segons Hachuel (2012):

[...] la primera llei d'associacions data... del 1887. És també el moment de l'associacionisme obrer i popular, que donà lloc a la creació d'una munió d'ateneus, molts d'ells vinculats al pensament i la pràctica de l'Escola Moderna i inquiets per la cultura en general.

Però aquests moviments associatius no sorgiren només a les ciutats, sinó que també van tenir la seva expressió en poblacions rurals, impulsats pels grans propietaris agrícoles: «La Llei d'associacions de 1887 (completada posteriorment amb la de 1906) va ser la que va permetre la formació i el desenvolupament de les associacions agràries.» (Abelló, 1997).

40 Art. 13. «Todo español tiene derecho: [...] De asociarse para los fines de la vida humana.»

41 Art. 39. «Los españoles podrán asociarse o sindicarse libremente para los distintos fines de la vida humana, conforme a las leyes del Estado. Los sindicatos y Asociaciones están obligados a inscribirse en el Registro público correspondiente, con arreglo a la ley.»

L'any 1888 té lloc a Barcelona l'Exposició Universal que tindrà una repercussió important per als museus i per a l'urbanisme futur de la ciutat. És la primera vegada que la ciutat pateix una reforma urbanística per donar un aire més modern a la ciutat i causar sensació de modernitat als visitants estrangers (web Arxiu Municipal Contemporani de Barcelona). Va ser una modificació centrada, especialment, en la zona baixa de Barcelona, donant més importància al mar i que va representar la construcció del Parc de la Ciutadella (un projecte museístic constantment abandonat i en replantejament encara avui en dia) i la millora del moll de la zona de Colom, entre d'altres.

3.3. La reordenació del sistema de museus. De la Junta de Museus a la Guerra Civil (1907-1939)

La trajectòria anterior dels museus i associacions va transformar-se de forma important a principis del segle xx. Generalment en la historiografia sobre els museus a Catalunya es destaca la data de 1907⁴² com a inici d'un nou període amb la constitució de la Junta de Museus de Barcelona (García, 1997). La Junta, i d'altres institucions com l'Institut d'Estudis Catalans, la Mancomunitat (i després la Generalitat) varen tenir un paper clau en la configuració d'una planificació dels museus que encara es reivindica, avui en dia, com a antecedent del sistema actual de museus.

Al llarg d'aquest període, però, podem parlar de dues realitats diferents: la dels museus nacionals i la dels museus locals. Pel que fa als museus nacionals, el paper de la Junta va ser determinant. Després d'una expedició organitzada per l'Institut d'Estudis Catalans el 1907 a les Valls d'Aran i Boí, la Junta va endegar una sèrie d'estudis sobre l'art català (Sàez, 2008) i va portar a terme diverses accions d'adquisició de col·leccions. Però va ser durant els anys de la Mancomunitat i sota la direcció de Folch i Torres, quan la Junta es va dedicar a ordenar i crear les col·leccions que després serien les bases dels grans museus catalans.

El 1916 s'inaugura un museu al Tibidabo «mig atracció, mig museu» (Theros, 2014), anomenat el «Museu de la Guerra», que va romandre obert fins que l'any 1940 les autoritats franquistes van clausurar-lo. Aquest museu consistia

42 La primera Junta Municipal de Museus i Belles Arts es va crear el 1902. Més tard, el 1907, la Junta va esdevenir la Junta de Museus de Barcelona, entre l'Ajuntament i la Diputació de Barcelona.

en diferents escenaris que recreaven episodis de guerra i mentre hi passejaves de manera immersiva, podies tenir la sensació de reviure aquells episodis, com les recreacions que podem veure avui en dia al Museu d'Història de Catalunya.

Després del període de la Mancomunitat, el període de la II República amb la Generalitat va ser quan més es va estendre la creació de museus. En aquesta època es creen els grans museus nacionals de Catalunya: primer, el Museu Arqueològic de Catalunya (1932), seguit del Museu Nacional d'Art de Catalunya (1934), després el Museu d'Història de la Ciutat de Barcelona (1943), així com diferents museus etnològics que ja s'inauguraran als anys quaranta (Serra, 2010 i Rueda, 2007). També es va crear el Museu d'Arts Decoratives (1932) al Palau Reial. L'any 1936 es va crear el Museu Marítim de Barcelona sobre el paper, però no va ser inaugurat fins passada la guerra, l'any 1941. En aquesta època els museus de la província de Barcelona dupliquen el seu nombre, passant de vuit a setze (Solé, 1995).

A fora de Barcelona i lluny de la capital catalana, també sorgiren un gran nombre de museus, creats per prohoms locals, per l'església o per associacions culturals. Entre els més destacats hi ha el cas del Museu Etnogràfic de Ripoll, que es va crear el 1928 amb el nom d'Arxiu Museu Folkloric de Sant Pere, a partir d'una col·lecció creada des de finals del segle XIX. El projecte museogràfic, a càrrec dels folkloristes Rossend Serra i Pagès i Tomàs Raguer i Fossas, és encara un referent dels museus etnogràfics, per la seva forma de presentació didàctica i per l'activitat de recerca que va donar lloc a la formació de la col·lecció. També fou important pel fet de separar els espais de recerca, de documentació i de presentació expositiva. Durant els anys de la República el museu va anar ampliant els seus espais i els seus objectius.

Com veiem, la creació de museus locals va ser un element destacat a tot Catalunya. Museus com l'Enrajolada, el Museu Comarcal de Manresa, el Museu Víctor Balaguer a Vilanova i la Geltrú, el Museu de Cervera, o bé es crearen o bé es desenvoluparen durant aquest període. La Generalitat va planificar la creació d'una xarxa de centres comarcals que articulés totes aquestes propostes el 1932, però no es va acabar de portar a terme. També cal destacar el desenvolupament dels museus diocesans de Vic (1889), Lleida (1893) i Solsona (1896, 1909), que si bé s'havien creat amb anterioritat, es desenvoluparen fortament durant aquests anys.

Durant la Guerra Civil, totes aquestes accions quedaren aturades. Tanmateix, durant la Guerra es produïren dos fets interrelacionats entre si que també marcaren el futur dels museus catalans: per una banda, la destrucció del patrimoni i, d'altra, totalment oposada, les accions per salvaguardar-lo. Els responsables de patrimoni van prendre la decisió d'evacuar el patrimoni cultural de la ciutat

de Barcelona fora d'aquesta ciutat i en alguna zona que no fos objectiu de potencials atacs aeris (Gracia, 2016). Com havíem vist, el Museu d'Olot serà, doncs, un dels destins escollits per a tal efecte (per les obres artístiques) i una casa particular de Viladrau pels arxius (Casa Balcells). Els dos fets que relatem són coincidents en diferents conflictes bèl·lics al llarg dels temps (i en totes les zones geogràfiques) i evidencien la poderosa càrrega simbòlica del patrimoni cultural, posant en relleu el seu valor sociopolític i identitari (Gracia, 2016).

Pel que fa a les associacions, la Constitució del 1931 marca una diferència respecte a les anteriors constitucions: aquesta última obliga a registrar les associacions. Les associacions ja existien d'abans, però és l'any 1931 quan la Constitució presenta aquesta obligatorietat com a novetat. Per tant, aquest registre ineludible i forçós significa una millor documentació i una millor possibilitat de rastreig d'aquestes dades concretes del passat. Sens dubte, de manera paral·lela, el suport econòmic institucional (és a dir, les subvencions rebudes) és un punt també a tenir en compte i a ser considerat a l'hora de saber perquè van tenir la possibilitat de poder-se formar moltes associacions.

Políticament, l'any 1933 tenim un context que afavoreix la iniciativa cultural i en què hi ha un esclat associatiu interessant d'investigar. A Espanya hi havia la Segona República (social, d'esquerres, etc.) i a Catalunya el recent aprovat Estatut d'Autonomia. En aquesta època, el Govern català va intervenir en la gestió dels museus catalans (Solé, 1995). Així doncs, l'any 1933 es creen dues associacions d'amics que, tot i no ser tampoc pròpiament d'amics de museus concrets, seran molt importants per al desenvolupament dels museus (fins i tot per als nostres dies). Aquestes dues associacions són els Amics dels Museus de Catalunya i els Amigos de Ampúrias (Serra, 2014). Paral·lelament també es crearan patronats d'estudis en diferents localitats, com ara el Patronat d'Estudis Històrics d'Olot (1933) i després la Fundació Bosch i Cardellach (Sabadell, 1942): ambdues associacions foren impulsades pels seus ajuntaments i tenien com a finalitat donar a conèixer, investigar i impulsar el seu patrimoni local.

A poc a poc, doncs, veiem que van sorgint grups de col·lectius que s'aglutinen (a diferents punts del territori català) en diferents formats i organitzats de diferents maneres, però amb un objectiu comú: protegir el patrimoni del seu entorn més proper, investigar-lo i fer-ne divulgació. Vehiculat d'una forma o d'una altra, és la forma com es comença a donar valor al patrimoni local i la manera com en comencen a sorgir els primers textos que, alhora, formaran part de la nostra literatura sobre patrimoni i història de l'art.

Amb la Guerra Civil Espanyola (Solé, 1995) moltes de les associacions desapareixen per sempre o bé tenen una parada significativa de la seva activitat, durant aquest període. En el cas dels Amics dels Museus de Catalunya aturen la seva activitat a mitjan juliol del 1936, que no reprendran fins al 1940, tot i que trobem col·laboracions puntuals. Així, el director de Museus de Barcelona recluta a alguns voluntaris per embalar objectes de valor (Serra, 2003) per la seva sortida i salvaguarda de la ciutat.

3.4. L'època fosca: el franquisme

Durant els anys del franquisme s'entra en una època fosca pel que fa als museus, època en la qual van deixar de ser una prioritat política (Roigé, 2016). El franquisme va estar molt poc interessat en la creació i promoció dels museus, i a més en el cas de Catalunya hi havia una reticència pel tot el que era vist com a català, incloent els museus, fet pel qual les polítiques sobre museus foren mínimes. Tanmateix, la política municipal d'alguns ajuntaments (com el de Barcelona), de les diputacions i, sobretot, iniciatives particulars (com la de Picasso, Miró, Marès, etc.) van permetre la creació d'alguns museus. Al mateix temps, en l'àmbit municipal, les identitats locals donaren lloc a iniciatives de museus locals, creats per institucions locals o per associacions. A finals del franquisme, a més, l'impacte de la nova museologia va provocar el sorgiment d'iniciatives locals, que acabarien traduint-se en nous museus locals, especialment durant els primers anys de la Transició.

La primera dificultat dels museus, amb la Guerra Civil Espanyola encara recent, fou el reagrupament de la seva obra i passar pàgina amb l'esdevenir polític del moment: el franquisme. Un època molt fosca culturalment, degut a la seva autoritària dictadura i molt especialment a Catalunya, on el «fet català» i qualsevol de les seves expressions va ser prohibit i fortament perseguit i castigat.

El nou règim divideix les províncies d'Espanya en zones per ocupar-se de la matèria cultural. Tots els directius de museus i càrrecs de centres culturals són substituïts per directors afins al règim i, per tant, contraris a l'interès per les obres i contraris a una política cultural que afavorís Catalunya. Així veiem, per exemple, com, l'any 1939, quan Franco suprimeix la Generalitat de Catalunya, el Museu d'Arqueologia de Girona i una part del jaciment d'Empúries passen a ser tutelats per la Diputació de Girona.

La divisió del territori pateix diversos canvis, però el 1940 les quatre províncies de Catalunya entren a formar part de l'anomenada «Zona Llevant» del Servicio de Defensa del Patrimonio Artístico Nacional (SDPAN), amb Luis Monreal Tejada com a comissari de zona (Serra, 2014). A partir de l'any 1947 aquest càrrec l'ocuparà Martín Almagro i és l'any que la seu de l'SDPAN canvia del Palau de la Virreina al Museu Arqueològic de Barcelona (Serra, 2014). Una de les principals tasques de l'SDPAN va ser la de fer retornar les obres d'art dispersades durant la guerra (Serra, 2014). Curiosament, però, aquests retorns no eren del tot justos o transparents ja que, en primer lloc, l'any 1936 el propi règim inicià les confiscacions d'algunes obres i, d'altra banda, el retorn a determinades famílies del seu patrimoni era una maniobra de rentat d'imatge i s'usava com a eina propagandística. A més, malauradament, cal afegir que és un dels moments on moltes obres surten del país.

L'activitat de la Junta de Museus, creada l'any 1907, també va quedar pausada amb la Guerra Civil, fins l'any 1946. En mans dels franquistes, la Junta va suspendre les seves tasques de planificació i d'adquisició d'obres (Mascarell, 2001). S'atura, doncs, la tasca professional i especialitzada que estava portant a terme de crear col·leccions de manera planificada i de fer de mediadora i coordinadora entre els diferents ens dedicats a museus de la ciutat de Barcelona.

Acabada la Guerra Civil i suprimida la Generalitat de Catalunya per part de Franco, tots els museus que depenien de la Generalitat passen a mans de les diputacions provincials. Així, a Girona, per exemple ens trobem amb el cas del Museu d'Arqueologia de Sant Pere de Galligants, que passa a mans de la Diputació de Girona, igual que una part del jaciment d'Empúries. La major part d'aquest jaciment passarà a ser gestionat per la Diputació de Barcelona (web MAC). En aquesta època, el Museu d'Arqueologia de Catalunya serà rebatejat amb el nom de «Museu d'Arqueologia de Barcelona», esborrant d'aquesta manera el nom de «Catalunya» en la nomenclatura dels espais culturals.

L'any 1941 es va inaugurar el Museu Marítim de Barcelona, bases del qual s'havien redactat ja el 1936, abans de la guerra. Durant la Mancomunitat, com ja hem vist amb anterioritat, es crearen els grans museus nacionals de Catalunya (el Museu Arqueològic de Catalunya (1932), el Museu Nacional d'Art de Catalunya (1934), i després de la guerra, es va crear el Museu d'Història de la Ciutat de Barcelona (1943) així com diferents museus etnològics (Serra, 2010 i Rueda, 2007).

Les obres artístiques dels museus nacionals es van dispersar i no es van fundar nous museus nacionals. L'any 1947, a poc a poc, els museus reprenen la seva activitat. Però alguns museus hauran desaparegut definitivament, com podem comprovar fent una lectura del buidat de les activitats dels Amics dels Museus de Catalunya, que participen en compres o donacions d'obres per museus (en diferents anys) o envien grups de voluntàries dones a certs museus que actualment ja no existeixen. Les actuacions museístiques d'aquests anys conviuen amb una repressió generalitzada que pretenia eliminar les persones i idees que no s'adeien amb el nou règim (Serra, 2014).

Tot i això, com dèiem, el fet més significatiu dels museus catalans va ser la creació de col·leccions privades que esdevingueren museus municipals, com el Museu Marès (1948), gràcies a la donació del col·leccionista privat (Mascarell, 2001). Frederic Marès havia presentat la seva col·lecció privada ja l'any 1944 a l'actual Arxiu Històric de la ciutat (web Museu Marès). Aquesta col·lecció consistia en objectes de diferents èpoques i materials: bronzes, llibres incunables i objectes religiosos diversos que va anar acumulant en el seu estudi del carrer Mallorca de Barcelona, que ja en vida del col·leccionista es traslladarien a la ubicació actual del carrer Comptes. Destaquem l'estudi de públic realitzat per aquest museu l'any 1991 (abans de ser remodelat), on sobretot s'estudien els grups de visitants. L'any 1997 té lloc aquesta gran reforma que significarà la modernització del museu per adaptar-se als nous temps i a la nova museografia del moment.

D'altra banda, la importància de l'art català es traduí en la creació de museus monogràfics d'artistes, gràcies a la seva pròpia iniciativa personal, com en el cas del Museu de Picasso (1963), de la Fundació Miró (1975) i del Teatre-Museu Dalí. El procés de creació d'aquests tres museus, però, fou diferent entre si: en el primer cas, es va tractar d'una donació de l'artista i esdevingué un museu públic gestionat per l'Ajuntament de Barcelona, mentre que els altres dos foren constituïts com a fundacions privades, si bé amb camins i finalitats diferents.

Com dèiem, el Museu Picasso de Barcelona es genera a partir de les donacions de l'artista a la ciutat de Barcelona. La primera d'elles va ser el 1919 (amb l'obra *Arlequí*, de 1917), amb motiu de l'Exposició d'Art organitzada per l'Ajuntament de Barcelona (web del Museu Picasso) on Picasso participava, tot i que ja no vivia a Barcelona. El museu d'art més visitat de Barcelona actualment ocupa cinc palaus medievals, que s'han anat annexant tot seguint un projecte arquitectònic de l'any 1978, del que abans s'anomenava Barri de la Ribera. El mateix barri on Picasso va estudiar, va viure i hi va tenir diferents

tallers, i un barri que es va incloure en un pla de museus, però que mai ha prosperat i s'ha abandonat. Un museu gestat només per homes sota una alcaldia franquista i amb una obra que actualment fa que es repensi èticament degut a la personalitat del seu artista.

La Fundació Miró de Barcelona també va ser creada pel mateix artista i amb donacions seves, amb l'objectiu de ser un centre de recerca de la seva obra i d'art contemporani (web Fundació Miró). L'edifici racionalista que l'allotja va ser obra d'un arquitecte amic de Miró, Sert, i va ser remodelat l'any 1988 (i posteriorment el 2000) per un arquitecte deixeble de Miró i president de la Fundació Miró. Malauradament, és un dels espais que més ha patit els efectes de la pandèmia durant el 2020. Novament, ens trobem amb un museu gestat per homes, sota una alcaldia masculina en un espai i lloc temporal on, públicament, les dones no col·leccionen, no són artistes, no creen museus, no comissarien, no els dirigeixen ni exerceixen cap paper polític.

El Teatre-Museu Dalí actualment també es troba tancat al públic ja que, com els dos museus anteriors, un alt percentatge del seu públic era turista. És considerada la darrera gran obra de Dalí, ja que ell mateix en va dissenyar l'espai sobre les restes d'un antic teatre (web Teatre-Museu Dalí). Els seus orígens es remunten als anys seixanta, quan l'alcalde de Figueres li demana a l'artista la donació d'una obra pel Museu de l'Empordà. El museu s'ha anat ampliant i ha incorporat dos edificis nous: la casa de Dalí a Portlligat i la casa de Gala a Púbol. Això ha estat un fet decisiu per incorporar la rellevància i la influència de Gala en el discurs sobre l'obra i la vida de Dalí.

Una altra iniciativa important fou la del Museu Etnològic de Barcelona (1949), anomenat Museu Etnològic i Colonial als seus inicis. Justament, un dels canvis constants d'aquest museu és el del seu nom. Actualment s'anomena Museu Etnològic i de Cultures del Món, degut a que el 2018 va annexar la sala del carrer Montcada que abans havia estat el Museu privat de Cultures del Món (amb una important col·lecció d'art precolombí no exempta de polèmica). El Pla de Museus de Catalunya, 2007-2010 preveia organitzar els museus etnològics de la demarcació catalana i agrupar-los en el futur Museu Nacional de les Ciències Socials o Museu Nacional d'Història, Arqueologia i Etnologia (Prats, 2007), un pla estroncat per la crisi de l'habitatge del 2007.

L'etapa que comprèn els anys setanta fou un moment de floriment dels museus locals, que van viure un gran esplendor, gràcies a la resistència portada a terme pels ajuntaments de cada població, «que pretenen conservar coses del poble» (Solé, 1995). Aquesta dècada, com ho serà també la dels 2000, és la dècada

l·ligada a la reivindicació de la identitat i al territori i foren uns anys de gran ebullició social, per manca d'activitat cultural pública, un fet que es repeteix també en el museus que, aquesta dècada i la següent, es caracteritzaran per una museologia social (Roigé, 2016), per una museologia territorial, que es materialitza en el naixement dels museus locals i comarcals, atotmitzats arreu del territori català i que culminarà, l'any 1983, amb la creació de la Xarxa de Museus Locals i Comarcals de la Generalitat de Catalunya (Rueda, 2007). Aquests museus locals i comarcals, nascuts a mitjans dels anys setanta, junt amb els centres d'estudis locals i el fenomen associatiu, representaven la seva comunitat i protegien la memòria identitària del seu poble (Rueda, 2007:131).

L'any 1971 es funda la World Federation of Friends of Museums, a iniciativa del català Luis Monreal, conservador del Museu Frederic Marès. Juntament amb Hugues de Varine (llavors president de l'ICOM) van redactar les primeres directrius⁴³ del seu funcionament.

Pel que fa a l'activitat de les associacions, un cop passada la Guerra Civil Espanyola, segons Hachuel (2012:109):

Els anys de Guerra Civil van suposar una parada temporal, però malgrat la repressió del franquisme sobre la cultura i la llengua catalana, el moviment associatiu d'estudis reprenqué el seu camí amb el naixement de centres importants, com el Centre d'Estudis Comarcals de Banyoles (1943); el d'Igualada (1947) o el Centre d'Estudis Locals de Mataró (1946).

Durant aquests anys posteriors a la Guerra Civil es creen diversos centres d'estudis locals, amb la motivació de preservar la identitat i el coneixement d'un determinat territori. Aquests centres d'estudis dels que ens parla Hachuel van poder seguir la seva activitat ja que estaven formats, en bona part, per persones afins al règim, és a dir, la configuració d'aquests centres d'estudis serà possible, en part, perquè sorgien a iniciativa i per l'impuls dels ajuntaments municipals amb càrrecs llavors ocupats per polítics del règim franquista (Hachuel, 2012).

Una característica de la societat catalana, que es pot percebre també en els museus, és el pes de les associacions culturals.

43 <http://www.museumfriends.com/en/history-purposes>

Catalunya ha tingut històricament un pes rellevant perquè ha assumit tasques de suplència de l'acció pública, compensant la inacció d'una administració que, per raons polítiques i ideològiques durant la dictadura franquista i per raons més aviat tecnocràtiques després de l'anomenada transició, ha desoït o negligit l'acció cultural, artística, social i fins i tot educativa en molts àmbits de la vida en comunitat. Així, segons aquest plantejament, una de les raons de la puixança associativa catalana seria la voluntat ciutadana d'autoorganitzar-se per compensar les llacunes (oceàniques, en algun cas) de l'administració. (Montes, 2019:2).

3.5. La represa dels museus (1976-1990)

La fi del franquisme provocà una forta recerca de la identitat nacional i de les identitats locals, que es traduí en la creació de molts museus. És una època de floriment de museus locals, gràcies a l'empenta de molts ajuntaments i d'associacions locals sota l'impacte de la Nova Museologia, que va tenir una forta influència en els museus catalans els anys vuitanta i noranta. Durant els anys vuitanta el fet més destacat dels museus catalans és el dels museus locals i comarcals, incloent la política de la Generalitat que els va potenciar amb la Xarxa de Museus Locals.

L'element més remarcable d'aquests anys fou, doncs, la creació dels museus locals, iniciatives que ja proliferaren des dels primers anys de la transició. Els anys setanta, pel que fa a Museus a Catalunya, és el moment de rebrot i floriment dels museus locals, que viuen una gran eferescència. Això va ser possible gràcies a la resistència portada a terme pels ajuntaments de cada població, «que pretenen conservar coses del poble» (Solé, 1995), com dèiem anteriorment i gràcies també als centres d'estudis locals que, durant els anys setanta i vuitanta, alguns d'aquests centres van impulsar la creació del museu de la seva localitat.

Relacionats amb museus/patrimoni, actualment hi ha dos centres d'estudis a Catalunya: els Amics del Museu de Pallejà (situats a Pallejà, al Baix Llobregat) i l'Associació Xarxa de Patrimoni Rural Ecomuseu del Blat. Sobre la segona associació (situada a Tona, Osona), dir que està formada per diverses entitats amb l'objectiu de posar en valor el patrimoni agrari. És de recent creació i no han creat cap museu.

Actualment els centres d'estudis tenen un paper destacat, tot i que la naturalesa jurídica no és la mateixa que la de les associacions. És per aquest motiu que

mantenim una conversa amb Francesc Viso⁴⁴ que ens comenta que “molts centres d’estudis han fet i fan una feina supletòria allà on no hi ha un museu o un arxiu. Així, hi ha que van començar a salvar peces i documents que després han anat ja a un museu o arxiu. És el cas per exemple del Centre d’Estudis Ignasi Iglésias de Sant Andreu de Palomar (Barcelona), el Centre d’Estudis de Castellar del Vallès”. Viso afegeix que “alguns centres encara s’encarreguen de preservar patrimoni documental, com ara el Museu Arxiu de Santa Maria (Mataró), Centre de Documentació. Ecomuseu dels Ports (Horta de Sant Joan), Esbart Català de Dansaires (Barcelona), Músics per la cobla (Barcelona), Centre d’Estudis de Sant Cebrià de Vallalta, Fundació Bosch i Cardellach de Sabadell.

Alguns museus van néixer a partir de les seves associacions, que es van originar especialment per poder desenvolupar i portar a terme el projecte del seu museu. Exemple d’això nés el Museu Etnològic de la Vall d’Aran, creat l’any 1975 a partir de l’impuls de la fundació cultural Fundacion Musèu Etnologic dera Val d’Aran. Una de les primeres fites d’aquesta fundació va ser l’adquisició de dos edificis per destinar-los al futur museu, que seria un ecomuseu (anomenat també «museu de l’home» o «museu de societats»), basat en alguns models ja existents a la veïna França. La seva importància radica en què, tot i inaugurar-se a principis dels anys vuitanta, el seu concepte es va idear en un moment on encara era arriscat plantejar propostes culturals d’aquest tipus i quan s’usaven conceptes museogràfics descriptius com *població*, *territori* i el seu patrimoni per explicar com vivia i com evolucionava la població d’un territori molt determinat. Aquest museu, com d’altres en anys posteriors, va néixer arran d’una associació d’amics, és a dir, tenint un objectiu clar i tenint molt present el tema de la identitat, en un moment històric on manifestar i defensar aquesta identitat era especialment significatiu i arriscat.

Els museus locals i comarcals, a diferència dels grans museus de les capitals, han sorgit promoguts per la població (Alcalde i Rueda, 1989). I justament per aquesta motivació particular, les activitats que s’organitzen repercuteixen directament en benefici de la mateixa comunitat veïnal o associació de persones que han impulsat la creació d’aquells museus. Un d’aquests casos és la creació de l’Ecomuseu de la Vall d’Àneu, l’any 1994, o el cas del Museu Etnològic del Montseny, creat l’any 1985 per iniciativa d’una associació que volia recuperar el patrimoni i la història

44 Francesc Viso actualment ocupa el càrrec de coordinador de Centres d’Estudis de Parla Catalana.

locals anomenada Recerques. Aquesta associació actualment ja no existeix, però el museu continua tenint aquesta dimensió social inicial.

Els museus locals i de pobles petits assumeixen el rol de centres culturals on, a més de les funcions i activitats que solen ser pròpies d'un museu, realitzen activitats de diversa índole, no sempre relacionades amb la seva funció principal (Alcalde i Rueda, 1989), esdevenint així «un equipament social i cultural que gestiona patrimoni» (Menéndez, 1995:157). Tenen altres objectius, com el de preservar el patrimoni oblidat del seu territori (Espadaler, 1995).

Un fet destacat per entendre la proliferació d'aquest tipus de museus fou, com hem indicat, la influència de la Nova Museologia. La Nova Museologia als anys vuitanta i noranta representa el despertar cultural dels museus a Catalunya, després de la dictadura. Aquests anys representen el gran desvetllar dels museus pel que fa a la seva identitat, a mirar de cara el seu territori (especialment els museus locals), la seva història i el seu llegat. És quan els museus decideixen prendre consciència del que volen explicar, del que volen ser, sense complexos, posant en valor el seu contingut i el seu discurs, malgrat la gran mancança de recursos (Izquierdo, 2005).

Són els anys en què ja comencem a trobar les primeres accions de difusió i, d'altra banda, els primers «Plans de Museus» —i títols anàlegs—, és a dir, la posada per escrit del desig estratègic ideat i dissenyat per als museus de Catalunya. Es redacten dos projectes de llei: la del 1983 i la del 1987 (Solé, 1995) abans de la llei definitiva del 1990, que canvia el tipus de museus existents just els anys precedents. Es retorna a les idees noucentistes i republicanes, és a dir, a les idees de l'existència de grans museus nacionals, de grans infraestructures, més que no pas petits museus fragmentats.

Pel que fa a la ciutat de Barcelona, tot i que la creació de museus no fou una prioritat cultural als primers anys, hi ha diferents projectes de redactat de llibres sobre la planificació museística (Solé, 1995) i a la premsa es publiquen discussions sobre el tema (Solé, 1995). Finalment, de l'any 1979 trobem publicat el *Llibre Blanc dels Museus de la Ciutat de Barcelona* (figura 3.3.), de l'Ajuntament: un llibre encara mecanografiat i del qual se'n van fer 500 còpies. És el resultat de la conversa mantinguda entre el delegat dels Serveis Culturals de l'Ajuntament i Lluís Monreal, dels Amics dels Museus de Catalunya i secretari general de l'ICOM en aquell moment. Sobta que va estar redactat només per homes i sobten també les seves professions: tres economistes, un químic i dos historiadors. En aquest llibre no hi va participar cap dona ni cap museòleg o professional dels museus.

Aquest Llibre Blanc és la posada per escrit del desig de recuperar espais i manifestacions culturals després de l'època franquista, així com el de democratitzar i obrir la cultura. Però per manca de recursos humans i econòmics va acabar sent un marc general de museus i no es va arribar a executar (Mascarell, 2001). També hi va influir el fet que, una vegada restituïda la Generalitat com a òrgan d'autogovern, els deu primers anys van estar marcats per les discussions polítiques entre les diferents institucions (especialment a la capital) per repartir-se el pastís dels museus nacionals i decidir-ne la seva titularitat (Menéndez, 2005).

L'interès en planificar la gestió museística s'intensificà amb la creació del Serveis de Museus de la Generalitat (1980). Les seves funcions van ser realitzar un estudi global dels museus i valorar cada museu i el seu potencial (Serra, 2003). A més, es prepara el terreny per a la nova llei de museus del 1990 i la llei posterior de patrimoni, de l'any 1993, i s'inicia el camí per a la professionalització de les institucions: informatització, seguretat, difusió, etc.

Entre els anys 1980 i 1989 ens trobem amb un marc legislatiu escarrit a Catalunya, fruit de la castració cultural que va patir Catalunya (i la seva Generalitat) en època franquista i que deixava lluny l'època de la Generalitat republicana, «avançada en el seu temps» (Menéndez, 1990) i amb diverses lleis i decrets posteriors referits a tot tipus de béns del patrimoni català. Aquest es limita a algun pla per a la ciutat de Barcelona, a algun projecte de llei i a alguna iniciativa més limitada, com la reestructuració de la Junta de Museus (Menéndez, 1990).

Figura 3.3. : Portada del *Llibre Blanc dels Museus de la Ciutat de Barcelona*, Barcelona, desembre 1979 (segona edició)



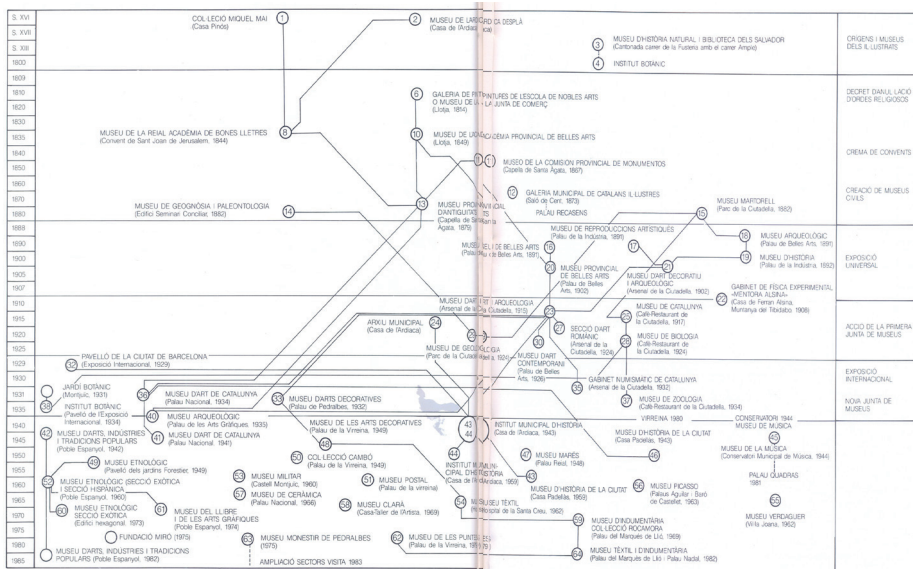
Font: elaboració pròpia.

Alfons Martinell (2019) apunta en una jornada que «els ajuntaments democràtics generen la necessitat de noves professions culturals», és a dir, que els ajuntaments demanden personal de cultura per portar a terme encàrrecs culturals. I afegeix que la cultura, sobretot després del cop d'estat de l'any 1981, té un paper molt important quant a recuperació dels espais públics: places, centres cívics, i restauració dels espais culturals.

En el cas de Barcelona ciutat, trobem el «Pla de Museus» de l'Ajuntament de Barcelona, de l'any 1983. El fet que es tracti d'un dels primers plans museístics

de la ciutat resulta molt interessant perquè recull les primeres experiències expositives de la ciutat (figura 3.4.).

Figura 3.4. : *Mapa dels Museus de Barcelona pertanyent al «Pla de Museus» de l'Ajuntament de Barcelona, 1983, p. 38-39.*



Els autors d'aquest Pla es basen en l'estudi del nombre de museus de tres capitals europees: París, Londres i Berlín, a més de Nova York i també algunes ciutats «secundàries» del nord d'Itàlia, com Milà, Bèrgam o Venècia. En aquest Pla del 1983, la ciutat de Barcelona es divideix en les següents zones museístiques: Montjuïc, El Raval, Barri Gòtic, La Ribera (carrer de Montcada) i La Ciutadella. Aquest document era un «Pla [previst]» i no un informe ni un pla executor, per tant, algunes de les idees que estan reflectides en ell ja no existeixen (ningú parla ara de la zona museística de La Ribera), algunes idees de museus no s'han consumat (com és el cas del Museu d'Art Modern, com a museu individual) i d'altres han canviat de nom i fins i tot d'ubicació urbana (el cas de l'actual Museu del Disseny, a la nova zona coneguda com la del 22@, a Glòries).

L'any 1980 trobem un nou ens dedicat al patrimoni: l'obra social de diferents caixes d'estalvi. La seva activitat cultural anirà dirigida —entre d'altres— cap a la creació de nous espais on fer exposicions, patrocinar concursos i fer tasques

de mecenatge. En el cas de Barcelona, els Amics dels Museus de Catalunya assessorarà l'antiga Fundació Caixa de Barcelona en la presa de decisions relatives al mecenatge artístic (Serra, 2003). La Caixa inicia la col·lecció «Testimoni», d'art contemporani, iniciada amb la intenció de establir lligams amb galeries d'art espanyoles. L'any 1980 va obrir el Museu de la Ciència, actual CosmoCaixa. El Congrés Català de Museus va tenir lloc l'any 1989 i ho podem considerar l'embrió de la Llei de Museus de 1990. En aquest congrés es van reunir un nombrós grup de professionals i de polítics suficient com per fixar, per primera vegada, les línies marc que haurien de ser els pilars de gestió i governabilitat dels museus de Catalunya a partir d'aquell moment. En aquest congrés, com diem, es van posar les bases de navegació dels museus i també es van posar en comú algunes de les febleses i mancances del sistema, com la manca d'una estructura professional, d'una representació professional, d'uns pressupostos garantits i d'un sistema d'avaluació extern als museus (Menéndez i Pardo, 1989). D'altra banda, tot i que no va ser un tema de debat específicament programat al congrés, també es va estar parlant de la nova Llei de Museus, ja que la celebració del congrés va coincidir amb la redacció del projecte de la llei per part de la Direcció General de Patrimoni Cultural de la Generalitat de Catalunya (Menéndez i Pardo, 1989).

3.6. L'ordenació del sistema de museus a Catalunya (1990-2007)

3.6.1. L'organització d'un sistema de museus a partir de la Llei de Museus

Si bé el període anterior es caracteritza per una represa de l'activitat dels museus (que fou fruit de l'entusiasme i la il·lusió), com hem vist, en aquesta època s'entrarà en una nova fase d'organització del sistema de museus.

A partir del 1990 s'organitza el sistema de museus català, amb dos fets fonamentals: la voluntat d'organitzar un sistema públic organitzat, de tipus nacional, i l'impuls a la creació de diversos museus tot coincidint amb l'expansió turística i econòmica, tant a Barcelona com a la resta del país. En aquest període es reprèn la idea de grans museus nacionals d'art, arqueologia i ciència i tècnica (Roigé i Arrieta, 2010) i la idea de dotar als museus d'una patina internacional, com els museus de les grans capitals europees. Durant

aquest període es crearan un gran nombre de museus, tants com en tots els anys anteriors. A efectes pràctics això representarà deixar d'apostar pels petits museus locals i bascular el pressupost cap als grans museus nacionals, la gran majoria d'ells ubicats a la ciutat de Barcelona (Roigé i Arrieta, 2010). La configuració museística de Barcelona va lligada a l'urbanisme i a una concepció més internacional de com es creu que han de ser els museus. Així, aquesta planificació està supeditada a la celebració d'esdeveniments internacionals, que també tindran una afectació urbanística i molts dels grans museus són fruit, per exemple, d'exposicions universals (Mascarell, 2001).

A partir de l'any 1990 es construeixen el CCCB i el MACBA, es reforma el Monestir de Pedralbes, obre la Fundació Tàpies i es crea l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB). És l'època de la conservació, investigació i difusió i s'inicien els serveis pedagògics als museus. La creació dels serveis pedagògics i de la difusió als museus respon a tres factors: l'augment de la formació i del nivell educatiu obligatori a Catalunya (Serra, 2003), la detecció de l'augment del públic jove i, per altra banda, l'augment del turisme amb interès per aprendre.

Comencen a proliferar les exposicions de mitjà i gran format, fins ara reservades només al Saló del Tinell i a les Drassanes (Barcelona). Les exposicions temporals comencen a ser habituals, junt amb les activitats paral·leles portades a terme per les associacions d'amics i gràcies a l'estreta col·laboració entre diferents entitats tant públiques com privades (Serra, 2003). Arreu de Catalunya hi ha un esclat de diferents espais (de naturalesa variada) que exposen art contemporani programat de manera regular: Barcelona, Girona, Tarragona, Lleida, L'Hospitalet, Reus, Valls, Granollers, Mataró, Figueres o Vic, entre d'altres (Capella, 2013).

A Europa, l'any 1990, es crea el Fòrum Europeu d'Associacions del Patrimoni, constituït encara sense cap partenariat català ni espanyol, tot i que Espanya va entrar a la Unió Europea l'any 1986 (junt amb Portugal). El Fòrum, que compta amb el reconeixement del Parlament Europeu, pretén ser una plataforma d'unió per als moviments de voluntariat vinculats al patrimoni.

A més, neix la consciència, per part dels professionals dels museus, que s'ha de disposar de més recursos, i que sembla que existeixin museus de primera i museus de segona —«petits museus»— (Espadaler, 1995), una idea que ja es va iniciar als anys vuitanta, però que s'accentuarà al llarg dels noranta.

El fet més destacat de la dècada serà, però, l'aprovació de la Llei de Museus 17/1990. Aquesta llei partia dels principis establerts per l'ICOM en els seus estatuts del 1974 (Serra, 2003), i que, malgrat tot els debats i el temps transcorregut, segueix vigent.⁴⁵

Els punts més destacats de la Llei de Museus foren de tres tipus:

D'una banda, la creació i definició d'un sistema nacional de museus, que incloïa museus d'art, d'arqueologia i de ciència i tècnica. És la llei marc a partir de la qual es regiran i es crearan tots els museus i col·leccions a partir d'ara i la norma que en regirà els seus requisits. Els museus, segons aquesta llei, són només les institucions permanents, sense afany de lucre i obertes al públic, que reuneixen un conjunt de béns culturals mobles i immobles, per tal de conservar-los, documentar-los, estudiar-los, exhibir-los i difondre'ls. Aquesta llei, per tant, no aplica ni té en consideració les col·leccions privades, encara que continguin peces de gran valor com podria ser, per posar només un exemple, la col·lecció privada Albert Folch d'art tribal, situada a l'avinguda Pearson de Barcelona.

En segon lloc, la definició de diferents tipus de museus, amb la distinció inicial entre *museus* i *col·leccions*, amb les seves característiques distintives particulars (quant a estructura funcional i tipus de personal). Les classes de museus definits a la llei són: els museus nacionals, els museus d'interès nacional, els comarcals i locals (junts en la mateixa categoria), els monogràfics (d'un sol tema: sobre un fet històric, sobre un jaciment arqueològic, sobre una personalitat destacada, etc.) i el altres tipus de museus que no encaixen en cap de les quatre categories anteriors (article 19).

I finalment, un canvi de sentit d'orientació pel que fa als museus locals. Un dels punts importants de la nova llei és el fet de reconèixer i formalitzar la tasca de les entitats locals envers la cura del seu patrimoni. Un altre punt que inclou la llei és que es vol fomentar l'ajut econòmic i tècnic per part del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

Pel que fa als museus locals, per últim, la llei 1990 assenyala que els ajuntaments han de participar «en la gestió del museu local corresponent» (article 29, Llei 17/1990). I, realment, va ser així, ja que les grans institucions polítiques

45 Una llei de la qual actualment (2019) se n'està debatent la utilitat i la necessitat de redactar-ne una de nova, modernitzada, adequada als nous temps i ajustada als recursos reals disponibles. I coincideix també amb el debat que està generant la nova definició de la paraula *museu* per part de l'ICOM.

estaven embrancades a discutir sobre els grans museus nacionals ubicats a Barcelona ciutat i van deixar abandonats al museus locals (Menéndez, 2005). Trenta anys després, la llei presenta avenços importants, però també algunes dificultats. En primer lloc, alguns centres tenen anys d'història i peces de gran valor, però l'edifici no està adaptat als requisits que la nova llei estableix. Per tant, aquests centres no poden tenir l'«etiqueta» de museu ni ser reconeguts com a tals. Per a Menéndez (2005) ha arribat el moment de reformar la llei, però també de desplegar-la per tot Catalunya i no aplicar-la només a la ciutat de Barcelona, com s'havia fet, tot apuntar-ne els motius: «Les causes han estat la manca de finançament, la manca de sensibilitat cap al territori i de cooperació amb els poders locals i, en general, la manca de voluntat política.» I conclou que per fer efectiu un desplegament tal, cal disposar de tots els recursos possibles. Ja el 1995, només cinc anys després d'haver-se implantat, es va percebre que no tots els museus tenien el pressupost necessari per fer front a les reformes que exigia la llei ni tampoc els recursos humans que calien (Solé, 1995).

L'any 1993 es va publicar una llei estretament relacionada amb la Llei de Museus i que va contribuir a completar el corpus legal de la cultura catalana: la Llei del Patrimoni Català (Llei 9/1993). «El desplegament normatiu [va] determinar el context de canvi d'uns museus locals...» (Solé, 1995).

Com a conseqüència d'aquest Pla de Museus i, per tal d'adaptar-se als nous requisits per poder mantenir la mateixa nomenclatura, alguns museus de creació antiga van decidir adaptar-se i «modernitzar-se» mirant d'adoptar els nous criteris. Aquest va ser el cas d'alguns museus diocesans, creats a finals del segle XIX o a principis del segle XX i amb una museologia que ara considerem antiga (molt com el primer Louvre o com les primeres experiències museístiques): de recopilació i acumulació d'objectes. Una d'aquestes transformacions és la que van experimentar diferents museus diocesans o comarcals de Catalunya, com els de Girona, Lleida, Solsona o Vic. Uns museus a què hem d'agrair la tasca de recollida i preservació d'objectes religiosos de les seves respectives zones i també els hem d'agrair que, justament gràcies al «romanticisme» i encant de les seves sales —llavors no condicionades— objectes molt fràgils i delicats com davallaments medievals de fusta o taules policromades sobre fusta hagin perdurat fins als nostres dies. La seva adaptació, però, no va anar exempta de polèmiques: costoses obres d'aspecte contemporani, sovint ancorades al mig de centres històrics, medievals, que generaven forts detractors d'aquest tipus d'arquitectura.

3.6.2. La configuració de Barcelona com a destinació cultural i museística

A la segona meitat de finals dels vuitanta es produeix un canvi transcendent a la ciutat de Barcelona: una gran reforma urbanística i la conversió de la ciutat en una gran destinació turística, que demandarà de grans equipaments culturals i patrimonials per convertir-la també en un destí cultural. Aquest fet tindrà com a punt de llançament els Jocs Olímpics del 1992, que comportaran la necessitat de creació de grans museus. Com dèiem anteriorment, la planificació museística de Barcelona va estretament lligada a la reforma urbanística i a la idea vigent del moment que els museus havien d'atraure el turista internacional. Amb aquestes dues premisses de bandera, les reformes es feien abans de l'aproximació de la celebració d'esdeveniments on es preveia una gran afluència de públic internacional, que, a més de repercutir urbanísticament, van originar alguns dels grans museus que tenim avui en dia (Mascarell, 2001).

EL creixent interès per crear museus va ser important, tant per part de la Generalitat com de l'Ajuntament i la Diputació. Com dèiem, a partir de l'any 1990 es construeix el CCCB, el MACBA, es reforma el Monestir de Pedralbes, obre la Fundació Tàpies i es crea l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB). Alhora, també es van obrir biblioteques públiques i diversos arxius històrics.

Gairebé un segle més tard de l'exposició universal (1888) i de l'ús de l'edifici del Palau Nacional com a Museu d'Art de Catalunya, l'any 1985 i sota l'alcaldia de Pasqual Maragall, s'encarrega i es comença a projectar la remodelació d'aquest edifici per modernitzar-ne les instal·lacions i poder exposar al públic, així, l'art català mil·lenari. Obra no exempta de grans debats (Menéndez, 2005), a l'igual que el seu nom (Museu Nacional d'Art de Catalunya, MNAC), deu anys més tard s'obre la part d'art romànic, segurament amb les obres més emblemàtiques del Museu. Dos anys més tard, s'inaugura la part d'art gòtic. El 2003 s'habilita un espai per exposicions temporals i un any més tard, obren ja la totalitat de les sales, amb les col·leccions i peces d'art modern traslladades des del Parc de la Ciutadella (web MNAC). En els darrers anys s'han anat fent remodelacions d'aquestes col·leccions, alhora que s'han habilitat noves sales, com els espais dedicats a la fotografia.

L'actual Museu d'Arqueologia de Catalunya (MAC) té la seva seu a la muntanya de Montjuïc de Barcelona, al Palau de les Arts Gràfiques de l'Exposició Universal del 1929. Les seves primeres peces provenen del Museu Provincial d'Antiguitats de la Capella de Santa Àgata i del Museu d'Art i d'Arqueologia del Parc de la

Ciutadella (web MAC). Des de l'any 1978 el museu treballa per modernitzar-se, per ocupar-se de l'arqueologia des d'un punt de vista global i encarar els nous reptes del segle XXI.

El Museu d'Història de Catalunya (MHC) s'obre el 1996 en un edifici de l'any 1881 que ocupaven els Magatzems Generals de Comerç de l'antic port industrial de Barcelona. L'edifici es va restaurar l'any 1991 amb motiu de la celebració dels Jocs Olímpics de l'any següent, sumant-se, així, al rentat de cara del barri per a l'esdeveniment olímpic. El museu no es va obrir per exposar una col·lecció determinada, sinó que el seu contingut va ser especialment dissenyat per explicar una part de la història de Catalunya.

El Museu d'Art Contemporani de Barcelona, s'inaugurava el 1995. A diferència dels altres museus i espais culturals de Barcelona, s'ubicava en un edifici nou, no reaprofitava cap espai anterior i la seva construcció també va generar polèmica. De fet, tot el que fa aquest museu genera debat i polèmica encara avui: les seves instal·lacions, el seu nom (que no inclou «Catalunya» ni «Nacional»), la seva col·lecció, les adquisicions que fa, l'espai de la plaça del davant, les possibles ampliacions, la seva organització interna (mai dirigida per cap dona fins al 2021), etc. El germen d'aquest museu és la idea particular de 1959 d'Alexandre Cirici, represa l'any 1985 per Joan Rigol.

El Centre de Cultura Contemporània de Barcelona es va inaugurar el 1994, al barri del Raval de Barcelona, a l'antiga casa de la Caritat, just darrere del MACBA. Sempre s'ha caracteritzat per una programació alternativa, subversiva i fora de qualsevol estereotip, especialment en els darrers anys. Junt amb el MACBA han suposat un canvi d'imatge del barri i una injecció cultural, a la qual se li han anat sumant altres equipaments al llarg dels anys.

Un altre element important va ser la creació d'institucions privades, en especial les fundacions de les caixes d'estalvis. Arreu del territori català, la caixa corresponent articulava els seus espais i centres culturals. Fundació La Caixa va obrir diferents centres a Girona, Granollers o Vic. I, a Barcelona ciutat, els populars CosmoCaixa i CaixaForum uns anys més tard.

Caixa de Catalunya es va centrar a comprar i explotar els edificis projectats per Gaudí a la ciutat de Barcelona. Va ser un dels fets destacats de la ciutat, convertint-se en importants atraccions per a turistes. Fundació La Caixa també va adquirir el Palau Macaya, un edifici modernista esplèndid, amb grans històries lligades a ell. Tot i que, en aquest cas, no va ser per obrir-lo al públic, sinó per donar-li un ús més «local», oferint els espais (fins i tot, amb dotacions

econòmiques) per desenvolupar-hi recerca social amb investigadors reconeguts de primer nivell.

Tota aquesta situació representà un ràpid creixement del nombre de museus i, consegüentment, de de visitants. L'any 1999 hi havia a Catalunya 137 museus i 188 col·leccions. Un total, doncs, de 325 espais, 194 dels quals, ubicats a la província de Barcelona (és a dir, més del 50%). Tot i que Barcelona és la província que acumula més centres culturals (amb quasi el 21%), el fet remarcable és que hi ha centres a les 41 comarques d'arreu del territori català (Idescat, 1999).

El ràpid desenvolupament turístic de la ciutat es va notar durant la dècada dels noranta i la primera dècada dels anys 2000. Els museus proliferaren ràpidament com a remodelació urbana, però també com a reclam turístic de caire cultural urbà. És l'època de la conservació, investigació i difusió, i s'inicien els serveis pedagògics als museus, com explicàvem amb anterioritat.

A Barcelona el que es busca és donar una imatge internacional, fomentar el turisme internacional i «poder-se comparar amb les principals ciutats europees» (Clos, 2001), fins a l'extrem d'arribar a una «"turistització" de la cultura» i una «mercantilització de les identitats», tal com ho defineixen Van Geert i Roigé (2014).

3.6.3. La proliferació de museus arreu de Catalunya

De la mateixa manera que a Barcelona, arreu de Catalunya es creen tot tipus de museus i, en alguns casos, lligats a transformacions urbanístiques.

Algunes ciutats endegaren plans de museus més o menys reeixits. Un dels més exitosos en el seu moment i amb més impacte va ser el cas de Girona, tot i que des del 2017 s'està repensant aquest antic model. Una de les claus de l'èxit de la transformació d'aquesta ciutat va ser el fet de donar-se la coincidència que l'alcalde d'aquell moment era també historiador i aquesta visió li va permetre tenir una visió transversal del pla, que no només era una transformació urbana, sinó que incloïa la cultura i posava de valor el patrimoni, com s'havia fet en els centres històrics d'altres ciutats. Aquest pla es redactà l'any 1983 —es començar a executar l'any 1984 i se'n faria una actualització l'any 2009— i afectava el Barri Vell de Girona, al centre de la ciutat, on es buscava la complicitat de diferents sectors implicats. Es va començar per actuacions de sanejament del barri que, amb els ulls actuals ens sembla impossible que es tractés així a la ciutat: escombraries abocades al riu, als carrers, rates, aigües regalimant, cables elèctrics penjant per

tot arreu (Nadal, 1997), que va acabar posant en valor tot el seu patrimoni, el petit comerç i els seus veïns i veïnes. Pel que fa al patrimoni monumental, es va començar per habilitar i obrir espais al públic, amb l'ajuda de la senyalització, que va ser un petit element que va contribuir enormement a fer visibles i accessibles aquests espais per als vianants (Nadal, 1997). La ubicació de la Universitat de Girona i l'aposta per diferents centres culturals, com el Museu d'Història de la Ciutat i l'Arxiu (Nadal, 1997), entre d'altres, van col·laborar a transformar i renovar el barri socioculturalment parlant i amb un clar impacte social sobre els veïns i veïnes del barri, que va iniciar el seu reclam com a ciutat de museus.

L'esclat més important, tanmateix, es produí en l'àmbit de les petites poblacions. Hi hagué la reforma de museus prèviament existents, la creació de nous museus (alguns creats a partir d'associacions d'amics de museus, com el cas de Gavà) i també la creació d'un bon nombre de petites instal·lacions o centres d'interpretació durant la segona meitat dels anys setanta i a principis dels anys noranta. Aquests museus locals o comarcals tracten allò que els hi és més proper: la tradició de la zona i els trets identitaris locals (Roigé, 2016), portant a la pràctica dos trets característics, especialment dels anys noranta: la dinamització social i la nova museologia (Roigé, 2016).

Tanmateix, si bé a la dècada dels noranta neix amb força una museologia social, més professionalitzada i que s'emmiralla en museus territorials d'altres països, com són els ecomuseus (Roigé, 2016), a Catalunya naixeran iniciatives com els Ecomuseus d'Esterrí, la millora del projecte del Museu del Montseny, l'ampliació del Museu de la Val d'Aran, el Museu de la Pesca, etc. A partir del segle xx la continuïtat d'aquests projectes socials es combina amb museus «de disseny» amb una menor implementació al territori, ateses les seves característiques. Aquests solen ser centres interpretatius que, per diferents motius (com per exemple les mides de l'edifici), no poden optar a registrar-se al Registre de Museus com a tals, ja que aquest registre actua de filtre (Menéndez, 2005).

Dos tipus de museus proliferaren molt els anys següents: d'una banda, els espais d'art contemporani i, de l'altra, els museus de la ciència i de la tècnica.

Els espais que sorgiran per exposar art contemporani són de naturalesa variada entre si i realitzaran programació de manera regular. Aquests tipus de centres es podien trobar a Barcelona ciutat, però també a Girona, Tarragona, Lleida, L'Hospitalet, Reus, Valls, Granollers, Mataró, Figueres o Vic, entre d'altres (Capella, 2013). Alguns d'aquests centres, sobretot allò que Capella (2013) anomena «la perifèria del sistema cultural», han desaparegut amb els anys, en part per la dificultat d'articular —políticament parlant— un sistema públic prou fort com

per mantenir-los. I, pel que fa a Barcelona ciutat, les diferents iniciatives han anat vivint uns daltabaixos massa importants com per mantenir-se estables (la Sala Montcada, l'Arts Santa Mònica, la fàbrica Fabra i Coats o el Canòdrom).

Pel que fa als museus de ciència i tècnica cal dir que la seu central és el Museu de la Ciència i de la Tècnica de Terrassa. Tot i que aquest museu és la seu d'aquesta tipologia de museu (un edifici modernista, inaugurat l'any 1908, dedicat al tèxtil), hi ha altres museus de la ciència i de la tècnica a diferents punts del territori català. A més, tots aquests museus no són còpies iguals, uns dels altres, sinó que cadascun d'ells representa un tipus de tècnica diferent, malgrat que la tecnologia tèxtil és un dels més abundants, atesa la naturalesa industrial del territori català, eminentment tèxtil. Aquesta xarxa de museus de la ciència i de la tècnica (abans anomenada «museus industrials»), aplega diferents tècniques com la de la pell, la del paper, la del suro, la de la rajola o la de les mines.

En pocs anys es construí un gran nombre de museus. Per exemple, a Espanya, amb només dues dècades es van crear tants museus nous com en tota la història dels museus (Roigé, 2016), com a conseqüència d'un parell de fenòmens: la creació de museus d'art contemporani i la descentralització dels museus en petites poblacions, fent que se'n creessin per tot el territori (el 72% dels museus es va construir en poblacions de menys de 2.000 habitants entre els anys 1990 i 2009). Al 2012, el 60% dels museus s'havien creat amb una data posterior al 1990 (Roigé, 2016), dada que demostra la gran bombolla que va existir en aquest sector.

Els anys 2000 —fins al 2007— representen la plenitud i consolidació dels museus a Catalunya, tot i que els museus, centres i activitats culturals institucionals segueixen essent un fet polític, on la política té un pes important i, a més, els grans museus nacionals, reben pressupost públic, directe de l'Estat.

És l'època també en què apareix una nova museologia a Catalunya, més pensada en la interpretació que no pas en el contingut ni en l'objecte. A diferència de les dècades dels setanta i vuitanta, els anys 2000 es caracteritzen per una museologia menys social i més econòmica, basada en el sector del turisme (Roigé, 2016) i en el rendiment que d'ell se'n pot extreure.

I és l'època en què també conviuen diferents espais i propostes culturals, juntament amb l'expansió global del món digital i de les xarxes socials.

Moltes poblacions comencen a treballar en els seus plans estratègics culturals, amb el suport de la Diputació de Barcelona, no només de Museus, sinó que aquests plans engloben el conjunt de moviments culturals de la vila/ciutat. Molts ajuntaments comencen a oferir també beques per creació artística, residències

artístiques o per intervenció en l'espai públic, amb una voluntat no només creativa, sinó també social (Capella, 2013).

Als 2000, també s'inauguren espais museístics de diferent naturalesa com el Museu de la Pesca de Palamós (2002), el Museu de les Mines Prehistòriques de Gavà (2007, impulsat per una associació d'amics), el Museu de Lleida (2007), el Museu Memorial de l'Exili (2008), la Cella Vinària (2009) i fundacions artístiques privades com la Fundació Suñol (2007) o la Fundació Vila Casas (2009).

3.7. La situació actual, després del 2007

L'any 2007 comença la crisi econòmica (derivada de la bombolla de l'habitatge) que tindrà una gran afectació sobre els museus i també sobre les seves associacions d'amics. Les activitats que porten a terme les associacions seran les primeres afectades de la crisi. Si abans s'organitzaven exposicions cada trimestre, ara només se'n faran dues a l'any. Si es realitzaven activitats (com per exemple, conferències) lligades a aquestes exposicions, ara tot es veurà reduït a la meitat, per manca de recursos econòmics.

Els museus nacionals, a partir de l'any 2008 (arran de la crisi econòmica que s'inicia el 2007), perden progressivament el pressupost que reben per part de l'Estat fins que arribaran a la meitat del pressupost assignat el 2015 (Roigé, 2016). Aquest fet posarà als museus i a les seves associacions a la corda fluixa i això es traduirà en:

- Aturada de la creació de nous museus.
- Tancament de museus rellevants, com el Museu Chillida Leku (Roigé, 2016).
- Aturada de projectes museogràfics, com la Cidade de Cultura de Santiago (Roigé, 2016).
- Aturada de creació de nous llocs de treball amb la consegüent paralització de contractació de professionals i de sous dignes per als treballadors del sector dels museus, ja precari des de l'inici.
- Reducció del nombre d'activitats, com vèiem anteriorment amb les associacions.
- Repesca dels serveis museològics mancomunats entre pobles, fins i tot personal tecnicoprofessional compartit.

Els problemes afegits d'aquesta crisi seran quatre (Roigé, 2016):

- No es tornarà a recuperar el pressupost del 2008.
- Cal continuar mantenint uns museus amb edificis i peces de primera a costa de retallar altres despeses, normalment de personal, que és la despesa més gran. Això fa que disminueixi significativament la qualitat, perquè menys persones han de ser més polivalents i fer feines més diverses alhora.
- Tot i tenir museus i peces de primer nivell que cal obrir, es redueix la qualitat dels serveis que s'ofereixen, perquè no es poden destinar recursos a grans projectes ni a grans exposicions ni a tasques bàsiques com escanejar peces o documentació.
- La crisi del 2007 s'acumularà a crisi posteriors.

Aquesta crisi, com les que se succeiran posteriorment, posen de manifest dues situacions: la primera, mostra quins museus han arrelat millor entre els seus veïns i tenen una millor acollida entre la societat de manera natural (Roigé, 2016) i, segona, els museus generen debat ètic i polèmica social quan es pren la decisió de buscar fonts alternatives de pressupost, de fonts privades, posant en cert risc les instal·lacions i les obres, com seria el cas del MNAC, deixant que se celebrin casaments dins les seves sales (Roigé, 2016) o les classes de gimnàstica a l'interior de reconeguts museus europeus. Es planteja la controvèrsia si tota la societat hauria de decidir amb antelació sobre aquests fets que, òbviament, és normal que generin aferrissades discussions, des del moment que els equipaments culturals i el seu patrimoni s'associen a la identitat i «vendre's» aquesta identitat per motius econòmics genera dubtes i conflictes.

A banda dels efectes econòmics, el debat sobre com havien de ser els museus ha marcat aquest període. El 2007 la Generalitat de Catalunya elabora un Pla de Museus que intenta definir el treball en xarxa entre totes les institucions (Capella, 2013). L'any 2009 es crea el Consell Nacional de la Cultura i de les Arts (el CONCA) per donar resposta a les reclamacions de feia anys dels professionals del sector cultural (Capella, 2013) que, clarament, ha anat baixant en nombre i en qualitat de contractes. Els anys 2008 i 2009 també són importants dins l'àmbit local (Menéndez, 2009) amb ajuntaments que remodelen espais i els converteixen per a usos museístics (amb contingut de col·lecció local) i amb museus que amplien les seves instal·lacions. I no només hi ha iniciatives públiques, sinó també algunes de privades. Tot i això, hi ha projectes que canvien i d'altres que pateixen retards.

El nou Pla de Museus del 2012 fa referència a la relació que s'estableix entre els museus i els diferents centres d'art i la creació de la nova Agència Catalana del Patrimoni Cultural (Capella, 2013).

El 2015 la Generalitat publica un document de treball titulat *Pla de Museus de Catalunya 2015-2025*. En ell es recuperen algunes antigues idees sobre possibles nous museus, tot incorporant conceptes més nous com el de les *TIC* o el mot *clúster*. Aquest any també apareix la Llei 25/2015,⁴⁶ de Voluntariat i de Foment de l'Associacionisme.

El futur més proper es presenta complex: la cultura i, per tant, els museus, en l'àmbit polític estan infravalorats i la manca de recursos es fa cada cop més evident. Aquesta manca continuada de recursos, la precarietat i les demandes no escoltades del seu personal professional, han fet que darrerament el sector hagi protagonitzat diverses vagues, inaudites fins ara. Cansats de les mateixes reivindicacions, aquestes vagues han fet que alguns museus de renom hagin hagut de tancar alguns dies al públic, per manca de personal que pogués oferir els serveis mínims.

Tot i això, el 2019 es va debatre en diversos espais (com en el «Fòrum dels Museus»⁴⁷ de Patrimoni, de la Generalitat de Catalunya), per part de diferents professionals, com haurien de ser els Museus de Catalunya en un futur. En aquest sentit i segons el *Museus 2030: Pla de Museus de Catalunya*, els museus de Catalunya, a banda de preservar el patrimoni, «preservaran la memòria de Catalunya», «estaran implicats en la vida cultural, educativa, social i científica del país» (més enllà de les seves quatre parets) i, a més, «abordaran els grans reptes socials, culturals i mediambientals» i «actuaran com a espais d'educació, de participació i debat, compromesos per fer una societat i un món millors». Tot i que el tema que els museus siguin un espai d'educació no és nou, es creu que s'ha de continuar preservant aquesta funció. A banda dels punts esmentats, es fa una especial remarca en el fet social dels museus: preservar la memòria social, implicar-se en la vida social i actuar en reptes i preocupacions socials. Així doncs, el focus del museu virarà de prioritzar el públic visitant —l'usuari

46 Llei 25/2015, del 30 de juliol de 2015, del Voluntariat i del Foment de l'Associacionisme.

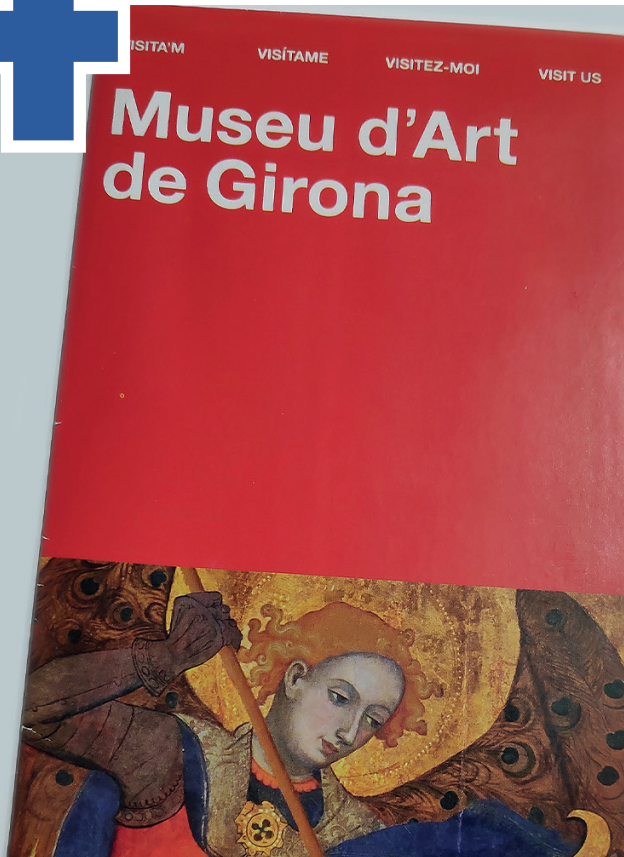
47 El Fòrum dels Museus 2019, celebrat al Museu del Disseny de Barcelona, portava per títol «Cap al Museu Social. Les organitzacions com a motor del canvi»: un significatiu i descriptiu títol del desig de canvi dels museus i espais culturals, més connectats a la societat i al seu entorn, com ja fa uns anys que està succeint en museus d'Amèrica del Nord.

de la instal·lació— a aglutinar el seu entorn social circumdant tot assolint un sentit més fort de comunitat.

Just en finalitzar de redactar aquesta breu anàlisi de l'evolució dels museus, ens trobarem amb què els museus es van veure fortament amenaçats per la crisi sanitària de la COVID-19. Els efectes més immediats amb els quals s'enfrontaren van ser la reducció del nombre de visitants i la pèrdua del públic turístic i escolar. Enfront d'aquesta amenaça (que es podria tornar a repetir en el futur en qualsevol moment) els museus activaren ràpidament els seus recursos web fent que, d'alguna manera, es qüestionés fortament el paper dels museus i les seves funcionalitats, aspecte que abordarem a les conclusions d'aquesta tesi.

En conclusió, podem dir que hi ha un context polític, laboral i social que esperona el naixement de diferents associacions. Com hem vist, aquest és el context històric que emmarca les associacions existents avui dia. Aquestes associacions inicials desemboquen en el que posteriorment seran les associacions culturals més modernes, d'entre les quals sorgiran les associacions d'amics dels museus arreu de Catalunya i en tot tipus de museus, no només els de ciències i ciències naturals, i que tot seguit passarem a veure amb més detall en el capítol següent.

4



Museu d'Art de Girona (fulletó).
Fotografia: Eva Jove.

Capítol IV. Les associacions d'amics de museus

4.1. Presentació

En aquest capítol s'aborden la definició, les característiques i les funcions de les associacions d'amics dels museus, el perquè del seu naixement i la seva evolució. Les associacions no són una entitat genèrica, impersonal i anònima: són persones, amb noms i cognoms, que s'associen per a un fi col·lectiu i per a un bé social. Un grup de persones, amb interessos i motivacions comuns, que posen la seva creativitat, temps i saber fer al servei del bé general, pel bé de tots.

Les associacions d'amics de museus neixen al voltant d'un museu, ja sigui per impulsar-ne la seva creació o per recolzar-ne les seves activitats. Tot i que no tots els museus existents compten amb una associació d'amics, cal dir que és una manifestació global que es dona a la major part del món. A més, es donen amb indiferència del contingut del seu museu: d'història natural, d'art clàssic, marítim, etnològic o de ciències.

La bibliografia disponible sobre aquestes associacions no és molta i és fragmentària (Slater, 2003), però així i tot en coneixem alguns aspectes com, per exemple, el fenomen del voluntariat, un fenomen que es dona arreu i que forma part intrínseca de les associacions d'amics.

En aquest capítol, després de revisar l'evolució de les associacions, des de les primeres manifestacions fins arribar als nostres dies, examinarem conceptes paral·lels com les *federacions* i el *voluntariat*, que orbiten a l'entorn de les associacions. Finalment, es revisa l'evolució històrica de la legislació existent al voltant de les associacions, inclosos els seus codis ètics, fins arribar a l'anàlisi de les associacions als nostres dies, ja que la legislació, per diferents motius, té un impacte sobre la seva creació.

4.2. Què són les associacions d'amics dels museus i les seves funcions

4.2.1. Què són les associacions

El Codi Ètic de la Federació Mundial d'Amics dels Museus (d'ara endavant la WFFM i de la qual parlarem més endavant), inclou una sèrie de definicions sobre què s'entén per *associacions*. Les defineix com «tota organització que reuneix amics i voluntaris dels museus, per organitzar-ne les seves activitats». I afegeix: «organitzacions que estiguin o no reconegudes jurídicament, però que sí que han d'estar validades per la institució a la qual representen».

Segons Bossi-Comelli i Dussault (1996), les associacions d'amics dels museus són entitats sense ànim de lucre que reuneixen persones al voltant d'un museu. El perfil dels associats és molt variat, però en general comparteixen interessos comuns pel coneixement, la defensa i la difusió del museu, que es materialitza en diferents activitats i actuacions. Existeixen associacions molt diferents entre si, pel que fa al nombre de socis i, fins i tot, en la seva relació amb el museu. En primera instància, les associacions aglutinen un conjunt de persones que tenen una motivació personal pel museu, que tenen afinitat amb ell i amb les activitats que s'hi ofereixen, així com un interès a donar-li suport. Tenen una connexió personal i/o emocional amb el museu i s'hi identifiquen (Palos, 2017). Les associacions són el vincle i el pont que enllaça la societat amb els museus i, per aquest motiu, les associacions ofereixen diferents tarifes i algunes poden ser simbòliques (*Cinco Días, El País Economía*, 2018). Malgrat això, un estudi realitzat a diferents centres catalans demostra que per als museus, almenys abans de la pandèmia global, la seva associació d'amics no està en un lloc prioritari d'atenció (Oliveira i Capriotti, 2013).

Les formes de col·laboració són diverses segons el museu i el seu règim jurídic, però en tots els casos les associacions col·laboren amb els museus a través d'activitats com l'organització de conferències, cursos, visites guiades, patrocini o suport en exposicions, edició de catàlegs i publicacions, desenvolupament de campanyes publicitàries, donacions si s'escau, i qualsevol altra activitat que respongui a les necessitats del museu i a l'efecte de la mateixa associació/fundació (web de la Federación Española de Amigos de los Museos).⁴⁷

47 <https://www.feam.es/index.php/es/amigos-de-museos/quienes-son> (consulta: 02-03-2021).

Les associacions, d'altra banda, comparteixen el fet que, generalment, els seus membres tenen una sèrie d'avantatges materials com a contrapartida, com puguin ser l'entrada gratuïta al museu, visites guiades especials, activitats preferents, sortides i visites a d'altres museus, descomptes en publicacions, etc.

Com dèiem, les associacions d'amics dels museus neixen al voltant d'un museu, ja sigui per impulsar-ne la seva creació com per recolzar-ne les seves activitats. Tot i que la majoria dels museus existents no compten amb una associació d'amics, cal dir que és una manifestació global que es dona arreu del planeta, de manera universal. A més, aquesta manifestació té lloc amb independència del tipus de contingut que allotgi el seu museu: materials d'història natural, d'art clàssic, marítim, etnològic, etc.

Les associacions d'amics són, per composició i per regulació jurídica, agrupacions de persones, però no es poden entendre sense tenir en compte la seva vinculació als museus als quals pertanyen. Per tant, el primer punt de referència on hem d'anar a buscar les associacions objecte del nostre estudi són els museus. Als museus als quals pertanyen i amb els quals els uneixen diferents tipologies de relació: algunes associacions neixen impulsades pel mateix museu, d'altres, pels seus visitants més habituals i fervents, en d'altres casos, associació i museu són la mateixa cosa i, en d'altres, la relació entre els dos no és gaire bona.

El segon puntal de les associacions són els seus socis actius, és a dir, aquells que formen part de la Junta Directiva, que habitualment són aquells que tenen el desig d'impulsar i de crear l'associació. Solen ser persones inquietes, molt actives i amb ganes d'aprendre sempre i de donar a conèixer les activitats que proposen.

El tercer pilar de les associacions són els seus socis. Si bé hi ha socis que tan sols ho són de manera filantròpica, n'hi ha que acudeixen assíduament a les activitats que l'associació organitza, que hi participen activament, que assisteixen a les seves assemblees i que visiten el museu freqüentment.

Les associacions d'amics són, com dèiem, persones vinculades a un museu i, alhora, es troben estretament vinculades a l'entorn més proper del museu a través de les activitats que organitzen. I és, precisament, com es relacionen amb la societat del seu medi més proper: organitzant activitats obertes per a tots els seus convilatans. Com veurem, la gran majoria d'activitats estan pensades per oferir-se en obert, a tothom qui hi vulgui assistir. En algun cas, si l'activitat és de pagament, els socis tenen un preu especial, però les activitats que es programen s'ofereixen a tothom.

Les associacions organitzen les seves activitats al voltant d'un eix: la col·lecció o el patrimoni que el seu museu allotja. Tenen interès per els seus objectes i es dediquen a fer-ne difusió i a preparar activitats al seu voltant, però també es planifiquen activitats de socialització (per als socis) relacionades amb el patrimoni, que no necessàriament es porten a terme a les instal·lacions del mateix museu o al local de l'associació, com les excursions a un altre espai cultural diferent o els viatges de varis dies.

En qualsevol cas, totes són activitats de lleure on els socis aprenen i gaudeixen compartint un temps de qualitat entre ells. Sigui quina sigui l'activitat, com veurem, aquest temps sempre resulta plaent i beneficiós per al conjunt dels socis de l'associació. Participar en aquest tipus d'activitats sempre genera un impacte profitós: «la participació en OSAL's (Organitzacions Sense Ànim de Lucre) generen beneficis socials, fan augmentar el capital humà a través de la transferència de coneixement i la confiança interpersonal a través de la interacció dels seus membres» (García-Mainar i Marcuello, 2007).

Aquestes dues autores també mantenen que una societat ben organitzada (també en podríem dir madura) és una societat «rica» en diferents aspectes: menys conflictes, menys desigualtats i més cooperació entre les persones (García-Mainar i Marcuello, 2007). Elles ho comparen amb el sistema governamental de benestar social. És una manera de crear tribu amb persones (no necessàriament familiars de sang) que tenen gustos similars als teus. Així, estariem parlant de la «tribu social» o de la «tribu cultural». De fet, les associacions d'amics són això: la «tribu social» amb qui comparteixes un interès cultural comú, una afició intel·lectual i amb qui es genera una xarxa que també repercuteix i impacta positivament en la societat.. Uns amics que ho són voluntàriament i que lliurement decideixen a quina associació volen pertànyer i de quina en volen ser amics, amb tot el que això comporta. Si ens fixem més detingudament en qui són aquests «amics», veurem que són aquells que, com diem, de manera voluntària formen part d'una (o més) associació. El concepte *amic de museu* és un concepte que varia depenent del museu de què es tracti i engloba diferents significats: voluntaris, benefactors, becaris, etc. En qualsevol cas, es tracta de donar suport moral, econòmic i la seva expertesa al museu (Serventy, 2002) i cadascú, voluntàriament, dins de les seves possibilitats encara que, en les seves vides professionals, els socis poden exercir qualsevol professió (Serventy, 2002). Perquè les associacions són un moviment social completament democràtic i a ningú se li denega que pugui ser soci, per exemple, pel salari que percep o per la professió que exerceixi. Tothom és benvingut, de manera independent de què cobri. D'altra banda, Marianne Andresen afirma

que l'«amic dels museus» no només gaudeix de visitar institucions culturals sinó que, a més, li agrada compartir-ho. El defineix com un «ambaixador dels museus» (Andresen, 2002). Així doncs, l'amic d'un museu es converteix en el seu prescriptor i en el millor dels propagadors de les seves bondats, convertint-se, això, en una de les funcions velades del fet de ser-ne amic.

Seguint amb la definició de què són les associacions, cal dir que la paraula *associacionisme* té una definició similar a la que vèiem anteriorment quant a les *associacions*. Pel que fa a la seva definició, segons Joan Guitart, conseller de Cultura l'any 1991, «el principal valor de l'associacionisme cultural ... [és] la projecció de futur que representa que les persones, d'una manera lliure, democràtica i plural, s'agrupin en entitats amb una vocació social i voluntària que només pot enriquir el nostre teixit cultural» (d'Armengol, 1991:5). Pere Baltà afirma que «sense la gent de les associacions no hagués estat possible tot plegat» (Baltà, 2005:29), recuperant així aquesta faceta social que tenen les associacions d'amics.

Gemma d'Armengol afirma que «l'associacionisme... es basa en la col·laboració, la coordinació, la complementarietat amb les institucions públiques democràtiques, per tal de garantir conjuntament l'accés de tots els ciutadans a la cultura» (d'Armengol, 1991:8). I afegeix:

[...] paradoxalment, un fenomen com l'associatiu, que aplega milers i milers de ciutadans, és encara poc o mal conegut. Ni els sociòlegs no tan sols aquí, també a tot Europa, es preocupen d'estudiar-lo ni els grans mitjans de comunicació de masses en reflecteixen les activitats (d'Armengol, 1991:7).

Cleries (Drucker, 2000) sosté que l'associacionisme és una «tasca que es desenvolupa en silenci, discretament i des de l'anonimat». Aquesta sentència reafirma la idea que els socis voluntaris de les associacions no tenen temps per l'autoreflexió, repensar-se i definir-se ni tampoc per fer molta promoció.

En el Segon Congrés Català de l'Associacionisme i Voluntariat (de l'any 2002), també es posava de manifest el buit latent i la necessitat d'«avaluar l'impacte social de la nostra intervenció», és a dir, que l'avaluació sobre el fet associatiu no existia i que aquesta avaluació s'havia d'incorporar a la cultura de l'associacionisme i del voluntariat. Una avaluació qualitativa del treball realitzat remetria directament a l'impacte i a l'efecte transformador de la seva intervenció.

L'efecte de l'associacionisme cultural sempre ha tingut un vincle també lligat a la identitat cultural i a l'instant historicopolític del moment: «Cal destacar

el paper [funció] de primer ordre que el catalanisme [La Renaixença] va jugar en l'ordenació d'aquest món de l'associacionisme cultural que tenia un paper decisiu en l'equilibri del modern republicanisme» (Jordi Casassas, al pròleg de Gómez, 2007). Jan Grau, en la línia de Gemma d'Armengol, afirma que «l'associacionisme cultural manté viu el sentit de país i actua com a vehicle de transmissió d'identitat» (*Guia de Federacions*, 1999:5). Joaquim Ferrer ens diu que «la cultura d'un país necessita el compromís personal i intransferible de la seva gent» (Baltà, 2005:13). Pere Baltà afirma que «Catalunya seria un altre país sense la importància del seu teixit associatiu» (Baltà, 2005:26).

Com hem vist amb anterioritat, la Guerra Civil Espanyola va estroncar la trajectòria de l'associacionisme català, repriment-lo, condicionant-lo i contraposant-se als valors d'arrel de l'associacionisme. Ja en plena dictadura, diverses associacions culturals van mantenir la seva activitat des de la clandestinitat, quedant ferides de mort arran del Decret de 25 de gener de 1941, sobre Revalidació de les Associacions (Solà, 1996). Joaquim Ferrer ens explica com les entitats culturals «feien pedagogia de la catalanitat defensant aspectes específics i en divulgaven els continguts i forjaven actituds de civisme». Joaquim Jordi Pomés (2002), en canvi, l'entronca directament amb l'avenç econòmic i industrial i la puixant riquesa.

L'associacionisme cultural existent a Catalunya arrenca més tardanament que l'associacionisme esportiu, que compta amb una tradició de més llarga duració. Tot i algunes veus negatives contra certes associacions, en general, les associacions sempre han estat obertes a tothom qui en volgués formar part, sense fer distinció de cap mena. Si bé les associacions esportives compten amb una trajectòria més dilatada i estesa, totes les associacions culturals es van afermant en l'espai que li és més pròxim. Tot i això, creiem que es podrien equiparar pel que fa a objectius, valors i la transmissió d'aquests valors, incidint directament en la societat local. Amb tot, l'associacionisme cultural no compta amb el reconeixement i suport de què disposa l'associacionisme i voluntariat esportiu (especialment en grans esdeveniments esportius, com va ser el cas dels Jocs Olímpics de Barcelona 92). De la mateixa manera, l'associacionisme lligat a l'esport, disposa d'una àmplia i activa literatura, que no es dona d'igual manera en el cas d'associacionisme cultural.

Com veïem, una característica important de totes les associacions és que són realment democràtiques: accepten tothom per igual, sense fer cap discriminació de ningú per cap concepte. Posteriorment, fins quin punt es vol involucrar cada soci, ja depèn de cadascú. Hi ha diversos factors (feina, família, etc.) que intervenen en la quantitat de temps de participació activa que cada soci vol dedicar a una associació, com veurem més endavant. El soci també pot decidir ser un

suport diferent de l'associació: ser només un soci benefactor —o mecenes— i aportar quantitats econòmiques de manera filantròpica, però sense participar-hi activament i anar variant aquest vincle al llarg de la vida.

Una altra característica pròpia de les associacions —i que veurem de cadascuna d'elles— és saber si s'han format de manera espontània per part de la societat, si ha estat una idea orquestrada per la mateixa institució o per un ens cultural/polític superior. Les associacions generades fruit d'un moviment social, tenen més acceptació i perduren més en el temps.

Observem que les associacions culturals, al llarg dels anys, han anat de la mà dels fets històrics, patint alts i baixos, tot coincidint amb èpoques fosques de la història del nostre territori. A pesar de la repressió i malgrat aquests embats polítics patits, l'associacionisme cultural ha anat sobrevivint i perdurant amb el pas del temps, tot i que en alguns períodes ho ha hagut de fer en la clandestinitat. Malgrat les vicissituds i els pocs recursos econòmics generalitzats, les associacions sempre han focalitzat els seus esforços en promoure i preservar un objectiu cultural específic, tot i que es té una imatge poc nítida de les associacions i de la seva tasca. Malgrat estar obertes a tothom, alhora sembla que es coneixin poc fora del seu àmbit més proper i tenen una imatge d'opacitat i ostracisme. Pel que fa a l'associat, es tracta d'una persona altruista i solidària, com dèiem, que col·labora, bé econòmicament, bé dedicant el seu temps, en benefici d'un profit comú. Un filantrop, amb «esperit de servei» (Institut Català del Voluntariat, 1995). A l'associacionisme i voluntariat cultural hi van lligats una sèrie de valors i de creences morals, socials i ètiques (d. a., 1997), que resulten ser els seus trets distintius i la raó d'existir de les associacions.

Institucionalment, la gestió dels temes d'associacionisme i voluntariat han anat canviant de departament i, fins i tot, s'ha eliminat l'institut específic que es dedicava al seu foment, fet que evidencia el poc suport institucional amb què actualment compten aquests tipus d'iniciatives socials.

4.2.2. Funcions de les associacions

Tot i que les associacions són molt diferents quant al nombre de socis i fins i tot en la seva relació amb el museu, el seu propòsit és sempre donar-li suport, una funció que s'ha mantingut invariable al llarg del temps d'existència de les associacions.

Com hem apuntat anteriorment, les associacions uneixen un conjunt de persones que senten una afinitat pel museu i és per aquest motiu que decideixen donar-li suport. Tenen una connexió personal i/o emocional amb el museu, s'identifiquen amb ell (Palos, 2017) i això els empeny a formar-ne part d'una manera voluntària i a vincular-s'hi a través de les associacions d'amics, tot pagant-ne una quota i, a més, oferint el seu temps i la seva expertesa a l'hora d'organitzar i coordinar tot tipus d'esdeveniments relacionats amb la col·lecció del museu o les exposicions temporals que s'hi puguin estar realitzant. Aquestes activitats serveixen per comunicar i transferir coneixements del contingut del museu però, alhora, per socialitzar i captar el que passa al voltant del museu. Fan de pont entre el museu i la societat, fent de «tribu social» i cultural que mencionàvem anteriorment, oferint recolzament en els temes patrimonials i culturals i, per tant, podríem dir que, inconscientment, el soci amic fa una tasca de relacions públiques i de representant del seu museu indeliberadament, disseminant les bondats del museu, difonent i influint sobre la resta de societat amb què entra en contacte, convertint-se en un divulgador de coneixement no premeditat.

Les associacions, per un altre costat, també col·laboren de forma altruista en la protecció i conservació del patrimoni dels museus, generant un sentiment de compromís i pertinença, creant un vincle afectiu i durador que va més enllà del pagament d'una quota.

4.3. Origen i evolució de les associacions d'amics dels museus

4.3.1. Les associacions d'amics dels museus a escala internacional

Si bé hi ha associacions modernes que s'han configurat amb diferents propòsits, les primeres experiències associatives varen respondre a un motiu concret: els primers grans museus estaven molt ocupats a organitzar i conservar les peces i no hi havia temps per poder difondre i explicar les peces al públic (tots hem vist etiquetes enganxades a estanteries amb una descripció simple i un any o una descripció i un interrogant) i les associacions d'amics van començar a fer aquesta funció: la d'explicar les col·leccions als visitants, a fer de pont entre els veïns i les grans institucions museístiques (Miraville, 2020). Com que l'empresa d'un gran museu era molt extensa, a poc a poc, les associacions d'amics també

anaren assumint el rol d'organitzar i gestionar captació de fons per ajudar el museu (Miraville, 2020) i assumint el rol de mediadors entre patrocinadors i la institució museística (Miraville, 2020). Per tant comprovem que, lluny de la visió d'intromissió que tenen els museus sobre les associacions, aquestes sempre s'han ofert com un suport voluntari aliat al seu museu. La seva funció es veu clarament en èpoques políticament complicades de crisi o en fases de recuperació de crisi, on posen el seu saber fer al servei del museu per cobrir les mancances governamentals existents.

Si ens fixem en alguns dels grans museus d'Europa, comprovem que també tenen una associació d'amics lligada a ells i que sorgeixen per explicar les seves col·leccions. En el cas del museu més antic d'Europa, el Musée du Louvre, la seva associació d'amics també és de les més antigues (abans que a Catalunya): es va fundar l'any 1897 (uns 80 anys més tard que la fundació del museu modern) i un any després aquesta associació va ser declarada d'utilitat pública a França. És una associació independent del museu i la seva principal funció és econòmica: rau en la tasca de recol·lectar fons de donacions privades per l'adquisició de peces del mercat internacional per al museu (web Amis du Louvre). Les seves quotes van dels 12€ als 1000€. A banda d'això, aquesta associació també gestiona els donatius puntuals de peces i la donació d'una col·lecció de llegat al museu.

L'any 1872 s'inaugurava el Metropolitan Museum de Nova York, un dels museus més grans del món. Aquest centre diferencia dos tipus de relació entre la comunitat i el museu: d'una banda, es pot escollir ser soci membre (o *membership*) amb quotes que van des dels 110USD fins els 3.500USD. També es poden fer donacions puntuals amb la voluntat —que el museu suggereix que siguin més de 5USD—. A banda d'aquestes dues opcions, el que el MET anomena *Friends of the MET* és un donatiu de 6.000USD, però per al qual es necessita rebre una invitació abans, és a dir, no és un tipus d'«amic» democràtic i obert a qui tothom tingui accés. Aquesta tipologia d'amic permet accedir a unes visites exclusives destinades a un grup reduït de membres.

A Roma existeix una associació que aglutina tots els museus del municipi de Roma, inclosos els Museus Vaticans. Es va crear l'any 1948, pocs anys després d'haver acabat amb la dictadura de Mussolini. Té dues quotes anuals: 70€ o 160€ i aquests fons que es recapten es dediquen a adquirir obres d'art o documents històrics, a restaurar peces i a organitzar exposicions del material de què es disposa als museus. A més, publica un butlletí des del 1954 i promou les donacions i els llegats (veure web de l'Associazione on també es poden consultar els seus estatuts en línia).

L'any 1961 es funda el LACMA a Los Angeles. En aquest museu s'ofereixen diferents possibilitats per mantenir una relació més estreta i profunda amb el museu. Una de les opcions que s'ofereix és poder fer un donatiu a mode de regal a la LACMA Fund i on es suggereix que el mínim siguin 10USD. També es pot ser membre individual per un període de dos anys i per 160USD. A banda d'aquestes dues opcions, també n'hi ha quatre més, com l'opció de *Curator's circle* (actualment només en línia) amb preus que van dels 2.500USD als 10.000USD. El LACMA també inclou una opció per a nens i joves de menys de disset anys, per poder captar aquest tipus de públic.

En el cas del British Museum, la seva associació d'amics és molt diferent a, per exemple, la dels Amis du Louvre. Es va fundar 71 anys més tard que la del Louvre, l'any 1968, i està controlada pel mateix museu. Es va fundar i registrar⁴⁸ com una organització caritativa d'UK, és a dir, com una organització que té, principalment dos objectius: la filantropia i el benestar social. Recapta diners que després dona en forma d'ajuts al British Museum per accions concretes: donar suport a activitats educatives, de recerca, de conservació o per a la compra de material tecnològic o adquisició de peces pel museu. Actualment, les maneres de relacionar-se amb el British, com a «amic simpatitzant» o com a benefactor s'han multiplicat i existeixen múltiples opcions. Com a amic, les quotes van de 64£ a 158£ i com a benefactor es pot escollir entre fer una feina voluntària o bé una aportació econòmica d'entre una àmplia gamma de possibilitats (veure apartat «Support us» de la web de The British Museum). És un fet destacat que existeixi un carnet especial d'amic per als joves, una franja d'edat que tant a museus com a associacions generalment els costa fidelitzar. En el cas del British ho han tingut clar i, fins i tot, han creat una web especial per als amics d'aquesta edat. La franja d'edat que ells han escollit per aquest carnet és dels 8 als 15 anys amb una quota de 25£ o 30£ cada any, amb el que es pot gaudir dels beneficis i avantatges que solen ser habituals amb els carnets de soci d'amics de museus.

El cas dels museus de la ciutat de Berlín és un cas peculiar. Les diferents guerres, la dictadura nazi i els esdeveniments polítics posteriors han fet que, tot i ser una ciutat amb una gran explosió cultural, una gran llibertat i una gran oferta, dins d'un país on l'educació és gratuïta i es dona un gran suport a l'ensenyament i desenvolupament de les diferents disciplines artístiques, no hi hagi pràcticament

48 A la web del registre (Charity Commission for England and Wales, <https://register-of-charities.charitycommission.gov.uk/charity-search/-/charity-details/3980969>) es poden veure les dades relacionades amb aquesta associació.

manifestacions d'associacions d'amics dels museus oficials. El cas que trobem és el de la Berlinische Galerie i només compta amb 40 anys d'existència i 1.600 socis, un indicador baix per tractar-se d'una capital europea que rep molt turisme estranger i molts visitants d'interior del propi país i on el transport des d'altres punts del país es fa d'una manera molt ràpida i amb molta freqüència horària. En aquest cas, les quotes van dels 30€ als 5000€ i en destaca la subcategoria per a amics joves, de menys de 30 anys, tot i que les quotes són les mateixes. D'altra banda, trobem aquesta informació dins l'apartat «Community» de la seva web, on ells diferencien els *amics del museu* del *veïnat*, que és un espai dedicat a l'hort urbà els mesos d'estiu. Un espai verd que es munta especialment dins d'una de les ciutats més verdes i ecològiques d'Europa.

Malgrat que la col·laboració entre associacions d'amics i museus sempre és molt estreta, és veritat que, a vegades, hi ha diferents punts de vista sobre les missions, malentesos amb els objectius o fins i tot alguna lluita de poder (Miraville, 2020). Però aquests fets, que entenem que són puntuals, no invaliden la labor de les associacions, el seu paper com a pont entre els museus i la societat ni el seu impacte beneficiós sobre la seva comunitat. Les seves funcions s'han mantingut al llarg dels anys i, tot i a risc de semblar un organisme caduc, la seva activitat segueix essent vital i necessària, especialment ara que els museus necessitaran reconnectar amb els seus veïns més propers.

4.3.2. Les associacions d'amics dels museus a Catalunya

En el cas del territori català i a falta de museus provinents de col·leccions reials o de la gran aristocràcia, la creació d'associacions d'amics són, en gran part, iniciatives particulars, socials i cíviques. L'any 1931 s'aprova una constitució que obliga les associacions a registrar-se per primera vegada a la península i aquesta formalitat és el punt de partida legislatiu més professional de les associacions.

Tot i els antecedents i una primera experiència precursora l'any 1876 (veure capítol 3), la primera associació d'amics d'un museu de la qual tenim constància a Catalunya és l'Associació d'Amics dels Museus de Catalunya, fundada com a tal l'any 1933 en plena República, època de gran esplendor cultural de la qual ja hem parlat amb anterioritat (veure capítol 3). Va ser la primera associació d'aquest tipus a Catalunya i també de tota la península. L'Associació d'Amics dels Museus de Catalunya segueix en funcionament avui en dia i, tot i que no està lligada exclusivament a un museu en concret, sí que manté una forta vinculació

amb nombrosos centres culturals i museístics. Va ser la primera associació d'amics dels museus a la península, com dèiem, i tot i no ser una associació d'un museu en concret, realitza el mateix tipus d'activitats: exposicions, restauracions d'obres, sortides, viatges, etc. (Serra, 2003). A més, segons paraules de Serra (2003), «l'entitat va ser pionera en el voluntariat dels museus», així com la impulsora de la creació de tres federacions importants per als museus: la Federació Mundial d'Amics dels Museus (WFFM), la Federació Espanyola d'Amics dels Museus (FEAM) i la FCAM: la Federació Catalana d'Amics dels Museus (Serra, 2003). Els seus orígens es remunten a les Exposicions Universals celebrades a Barcelona (del 1888 i del 1929). Després de les exposicions, l'Ajuntament de Barcelona va crear diferents comissions tècniques per classificar els edificis i objectes romanents d'ambdós esdeveniments (Serra, 2003), precedents de la Junta i llavor d'edificis-equipament i béns mobles per als futurs museus municipals. En realitat, el 1902 l'ajuntament va crear la Junta Municipal de Museus i Belles Arts, integrada per representants de l'ajuntament i membres escollits d'entitats culturals de la ciutat de Barcelona. Cinc anys més tard se'n canviava el nom i la fórmula: Junta de Museus de Barcelona, formada per l'Ajuntament i la Diputació de Barcelona (Serra, 2003). Des d'aquest moment i fins al 1936, la Junta va iniciar una política de museus municipals amb la qual participava en l'elecció dels directius dels museus de Barcelona, realitzava estudis i treballs de conservació. La Junta de Museus i el Círcol Artístic van crear els Amics dels Museus l'any 1933.

Posteriorment, amb la Guerra Civil Espanyola moltes de les associacions desapareixen per sempre (Solé, 1995) o bé aturaren significativament la seva activitat (Hachuel, 2012:109) durant aquest període (veure capítol 3). Malgrat això, sorgí alguna iniciativa com la de l'any 1940, quan es van crear els Amigos del Museo Archivo Folklórico de San Pedro de Ripoll. La seva única finalitat era recaptar diners dels socis per al museu (Serra, 2014), finalitat que encara avui en dia perdura.

L'any 1942 succeeix un fet que també afectarà d'altres associacions: han de refer els estatuts per adequar-se a la nova normativa franquista. Així doncs, l'Associació d'Amics dels Museus de Catalunya es veu obligada a haver de canviar el seu nom per un nom en castellà i a haver d'eliminar la paraula *Catalunya* per poder continuar amb les seves activitats. L'any 1979 es recupera l'antic nom, anterior a l'època franquista, a iniciativa de Montserrat Dalí, malgrat tenir-hi un grup de socis en contra (Serra, 2003).

Tot i aquestes precoces manifestacions en el temps, la història de les associacions d'amics de museus és un història molt recent, amb menys de setanta anys d'activitat. Les associacions de Catalunya proliferaren durant l'època franquista, als anys cinquanta, tot i la persecució i repressió política a què estava sotmesa la cultura catalana i amb els canvis de càrrecs i directius als centres museístics i culturals, per directius nomenats pel règim franquista. Uns anys més tard, entra en vigor la Ley 191/1964, de 24 de diciembre, de asociaciones (annex 7), una llei que serà plenament específica per a aquests grups de persones amb interessos comuns.

L'any 1972 va tenir lloc a Barcelona el I Congrés Internacional d'Amics dels Museus del Món, a iniciativa dels Amics dels Museus de Catalunya (a proposta de Frederic Marès). Va estar presidit per Franco i va ser la primera vegada que es van reunir diferents associacions internacionals (Serra, 2003). I d'aquell congrés se'n derivaren importants conclusions: que calia definir què són els *amics dels museus*, establir sistemes de cooperació internacional, promocionar les seves activitats, crear un grup d'estudi, obrir els museus a la societat i donar continuïtat a aquell congrés. I d'aquest mateix congrés en va sorgir la primera idea per crear la World Federation of Friends of Museums. Els Amics dels Museus de Catalunya són una associació que, des dels seus inicis, ha vetllat pel patrimoni (des de diferents vessants), sempre ha buscat conèixer experiències d'associacions estrangeres (buscant-ne aliances) i ha anat reflexionant sobre les maneres d'actualitzar-se i mantenir-se al dia.

Arran de l'assistència dels Amics al II Congrés Internacional d'Amics dels Museus (Brussel·les) i de conèixer diferents experiències europees, l'associació es va plantejar crear «voluntaris culturals» per primera vegada a la península. Ens sembla destacable assenyalar que, tant la iniciativa com les integrants dels primers equips de voluntariat (any 1976), van ser pilotades per dones. Aquell any, la Junta encara estava presidida i encapçalada per homes, però ja hi havia algunes dones com a vocals des de l'any 1971 i podem confirmar que el primer voluntariat cultural català va ser impulsat i portat a terme per dones.

A finals dels setanta i a principis dels vuitanta, a falta d'una política museística estatal (Montes, 2019), trobem veïns i petits ajuntaments que impulsen la creació d'associacions d'amics i que reclamen a les institucions que es facin càrrec dels museus (Solé, 1995) per recaptar diners per fer possible un museu local. Aquest fet és un altre motiu que explica perquè a Catalunya el fenomen de les associacions d'amics de museus està tan estès per tot el territori (veure capítol 3). Un altre dels motius que fan aparèixer associacions d'amics és la recerca de la identitat perduda durant el període de la dictadura franquista.

Aquesta cerca fa que s'uneixin persones amb aquest mateix interès i que busquin aquesta identitat (Alcalde i Rueda, 1989), tot recuperant el gust per compartir art, història i ciència (veure capítol 3) de manera pública, compartida i sense necessitat d'haver d'amargar-se en la clandestinitat .

Els anys posteriors, com dèiem, s'intenta recuperar la «normalitat» anterior a l'època franquista i aquesta identitat perduda i això es vehicula a través de la creació de museus locals i comarcals arreu del territori. En aquesta època les associacions perceben que la població té més temps lliure i, per tant, es plantegen oferir activitats suficientment atractives per atraure els socis (Serra, 2003). També es busca atraure a socis joves o a infants (amb activitats com la del Parc Güell «Petits Amics», del 1995), uns perfils que encara avui dia costa que es facin socis.

Als anys noranta es reorganitza el sistema de museus català i s'elabora un seguit de lleis que els regulen, així com nous decrets sobre l'associacionisme. Aquest fet fa que hi hagi una explosió de creació de noves associacions que, com sol ser habitual a Catalunya, s'estendran per tot el territori. L'any 1993 se celebra el vintè aniversari del voluntariat amb una taula rodona sobre el tema, celebració d'aniversari que farà que més persones s'inscriguin com a voluntàries per oferir el seu servei (Serra, 2003). Aquesta tendència de creació de nous espais anirà creixent fins al 2007, any de la primera crisi econòmica (la «crisi del totxo»), quan començarà una llarga etapa de recessió i de retallades a la cultura que encara arrosseguem (i anem acumulant) avui dia.

En resum, el context històric dels museus i de tot l'univers cultural català ens ajuda a ubicar històricament les associacions d'amics de museus i la seva història, que coincideix amb la dels museus catalans i ens ajuda a entendre el perquè de les seves vicissituds: algunes d'elles encara estan en actiu des de la seva fundació; d'altres han tingut una vida intermitent i, malauradament, algunes han desaparegut.

4.4. Les federacions d'associacions d'amics dels museus

A escala internacional la WFFM es gesta l'any 1972 a Barcelona, arran del I Congrés Internacional d'Amics dels Museus del Món, però es va fundar uns anys més tard, al 1975, amb motiu del II Congrés Internacional d'Amics dels Museus, celebrat a Bèlgica i presidit pel comte Böel. I no serà fins aquest any 1975 que tindrà lloc la seva primera assemblea general. L'any següent l'assemblea

es va fer a Barcelona i es va decidir crear noves societats d'amics dels museus, noves federacions nacionals i altres decisions organitzatives (Serra, 2003).

Aquesta federació mundial representa les associacions d'amics dels museus i estableix el codi ètic bàsic pels amics i voluntaris de museus (Serra, 2003). Al 2012 comptava ja com a membres amb 1.590 grups i amb 1.339.500 membres individuals de tot el món (Holmes i Slater, 2012), atesa la seva bona reputació.

Uns anys més tard, a Europa (a Roma, més concretament), l'any 1990, es crea el Fòrum Europeu d'Associacions del Patrimoni,⁴⁹ constituït encara sense cap partenariat català ni espanyol, tot i que Espanya va entrar a la Unió Europea l'any 1986 (junt amb Portugal). Aquest Fòrum, que compta amb el reconeixement del Parlament Europeu, pretenia ser una plataforma d'unió per als moviments de voluntariat vinculats al patrimoni. Els seus objectius eren sensibilitzar el públic sobre una història comuna en la diversitat regional i estimular moviments voluntaris nacionals per a una acció conjunta en política i gestió. Per tant, no és un conjunt de federacions o associacions individuals aglutinades, sinó que és un espai de treball per aconseguir posteriorment un treball conjunt.

A cada país s'han anat constituïnt les federacions d'associacions d'amics. Així, a Noruega, la Norwegian Federation of Friends of Museums de la WFFM comptava amb 50.000 socis l'any 2002 (Andresen, 2002). Els polítics del país pregunten a aquesta federació el seu punt de vista sobre diferents aspectes relacionats amb els museus (també arxius i biblioteques) i en presenten els informes elaborats al Parlament de Noruega.

En el cas d'Espanya, la Federació Espanyola d'Amics dels Museus (FEAM) va néixer l'any 1983, arran de l'impuls dels Amics dels Museus de Catalunya i inicialment formada pels Amics del Museu Arqueològic de Barcelona, la Fundació Amics del Museu del Prado i els Amics del Museu d'Escultura de Valladolid. Servia per compartir experiències i poder rebre assessorament professional (Serra, 2003). A la primera junta directiva no hi havia cap dona. El primer congrés va tenir lloc l'any 1988 i el segon al cap de dos anys. És una institució sense ànim de lucre, com la gran majoria d'organitzacions que són federacions i associacions d'amics, i declarada d'utilitat pública. La seva funció primordial és la de fomentar la participació i integració de la societat civil en la vida cultural i té com a un dels seus principals objectius promoure la relació entre els seus federats per millorar el desenvolupament de les seves

49 http://www.heritageforum.org/Heritage_Forum/mission.html (consulta: 03-02-2021).

accions (web FEAM).⁵⁰ De fet, el lema que resa en la seva web és «Unimos a personas que quieren a los museos». La FEAM elabora un butlletí mensual on difon totes les novetats del sector, tant nacionals com internacionals, ofereix cursos de formació als seus socis, ofereix assessorament (com crear una nova associació, per exemple), fa difusió a través de diferents canals de les activitats que realitzen tots els seus museus socis i celebra el seu Congrés Nacional que, en condicions sanitàries normals, se celebra anualment per presentar les activitats realitzades, l'estat de la comptabilitat de la Federació i actua de fòrum entre professionals de la gestió de les associacions d'amics. Com veurem més endavant, la Federació i les seves activitats òbviament també s'han vist afectades per la pandèmia de la COVID-19 i han hagut de repensar com transformaven les seves activitats, especialment, les visites guiades pels diferents museus i llocs culturals, que era una de les principals activitats i amb més contacte entre socis d'aquesta federació.

La primera llavor de la Federació Catalana d'Amics dels Museus (FCAM) l'hem d'anar a cercar a l'any 1994 quan els Amics dels Museus de Catalunya junt amb la Direcció General del Patrimoni Cultural de la Generalitat de Catalunya fan un sondeig sobre dues qüestions: saber quantes associacions d'amics existeixen i saber quants museus tenen pensat crear una associació d'amics. Posteriorment, convoquen 250 museus a una jornada anomenada «Jornada d'Associacions d'Amics dels Museus» (a la que assisteixen 78 ens diferents), on es presenten els resultats de l'enquesta realitzada uns dies abans: responen l'enquesta 74 museus. D'aquests, 23 afirmen tenir una associació i 42 treballen amb voluntaris. Finalment, la presentació de la Federació serà el 1995 durant la II Jornada d'Amics dels Museus (Serra, 2003).

Per concloure aquest apartat, podem dir que l'evolució de les diferents federacions d'arreu del món, ha estat una constant preocupació per anar-se atansant cada vegada més al visitant, posant-lo al centre i prioritzant el seu benestar. Cal destacar també el cas de Catalunya, que és on hi ha un major nombre d'associacions i des d'on es crea la Federació Mundial i també la Federació Espanyola. Catalunya és una zona on, per les seves característiques socials i laborals, es desenvolupen moviments organitzatius diferents de la resta de la península Ibèrica (Baltà, 2005:26). Es crea un teixit social que perdura en el

50 <https://www.feam.es/index.php/es/amigos-de-museos/quienes-son> (consulta: 03-02-2021).

temps i que és constant, tret d'èpoques històricament convulses com el període de trencament de la Guerra Civil.

4.5. El marc legal de les associacions d'amics

4.5.1. Marc general

Les associacions d'amics dels museus es regeixen per diferents normatives, de diferents àmbits territorials i de diferent índole. Per començar, les associacions s'emmarquen en un marc general de funcionament propi de museus, on hi podríem trobar diferents codis deontològics, codis ètics, recomanacions, directrius professionals i diverses normes i guies. Per exemple, seria el cas de les Recomanacions de la UNESCO, Declaracions de l'ICOM o el Codi Ètic de la WFFM.

A banda, les associacions s'han de regir per normativa més propera d'abast territorial: les diferents lleis i decrets: lleis de museus, de patrimoni i lleis d'associacions. I per últim, les associacions es regeixen pels seus propis estatuts, que indiquen les seves normes de funcionament intern.

Les associacions d'amics són associacions de persones, com havíem dit, però són, alhora, molts altres conceptes, que hi van implícits. Així, lligat a la noció d'*associació d'amics* hi trobem relacionats els conceptes de *fundació*, *amic* i *voluntariat*. La Constitució Espanyola actual inclou diversos articles dedicats a l'associacionisme i a la participació (Alberich, 2006) i és la norma estatal de referència a la qual també han de recórrer les associacions per tenir un marc general complet. A Catalunya, les associacions d'amics dels museus es regeixen per la Llei d'associacions 7/1997 (annex 8), on, a l'article 2, es defineix què és una associació:

[...] forma jurídica d'agrupació de persones (almenys tres) que s'uneixen de manera voluntària, lliure i solidària, i s'organitzen per un fi comú (d'interès general o particular), sense afany de lucre (busquen interessos socials).

Per a Gemma d'Armengol (1991), les associacions són

[...] espais de relació i de creativitat... que assegurin el contacte humà, l'intercanvi, el diàleg, el debat que enriqueixen la persona i la societat [malgrat que] les evolucions

tecnològiques han transformat els circuits de difusió dels productes culturals i generen profundes mutacions en la manera de concebre i de consumir les obres de l'esperit. (d'Armengol, 1991).

Les associacions neixen per un grup de persones autoorganitzades (Serventy, 2002) i sempre neixen de l'empenta d'un petit grup social que se sent estimulat i motivat per assolir un objectiu. Algunes associacions, fins i tot, han esperonat la creació d'un museu (és el cas de l'Associació d'Amics del Museu de Gavà) o, en alguns casos, l'associació i el museu són la mateixa cosa (com és el cas de l'Associació d'Amics del Museu-Arxiu de Sentmenat). A Austràlia, segons C. Serventy (2002), les associacions d'amics dels museus estan al servei dels directius dels museus per al què aquests puguin necessitar. Però a Catalunya la situació és diferent: cadascú té ben delimitades les seves tasques i així s'eviten duplicats innecessaris. A banda de poder recaptar fons per al museu —continua C. Serventy (2002)— les associacions dels museus poden actuar com a *facilitators* i poden influir en la sensibilització de la comunitat local o la premsa. N'hi ha que exerceixen un rol actiu important com és el cas de l'Associació d'Amics del Museu de Mérida (Extremadura), que formen i preparen els guies —voluntaris— del museu, com a una de les seves activitats principals i diferents de la resta d'associacions que veurem, que no actuen en el rol de ser formadores.

Les associacions d'amics estan organitzades a partir de dues tipologies: associacions i fundacions. Cal fer esment aquí, doncs, a les diferències entre associacions i fundacions: La diferència que existeix entre una fundació i una associació o una societat cooperativa, és que en l'associació i en la societat cooperativa els socis són propietaris d'un percentatge del capital societari i poden extingir l'entitat lliurement si adopten un acord en aquest sentit. A la fundació el capital que aporten els fundadors surt definitivament del seu patrimoni i, com s'ha dit, no poden recuperar-lo. Tanmateix, els fundadors no poden per la seva sola voluntat dissoldre la fundació que van crear (Vilaró, 2010 i Gallart, 2020), tot i que associacions i fundacions comparteixen disposicions comunes (Torre Jussana, 2010 i Coordinadora Catalana de Fundacions).

Totes les associacions compten, com dèiem, amb un grup de persones que van ser, en el seu dia, els socis fundadors de l'associació a la qual pertanyen. Els socis fundadors són un grup de persones amb una il·lusió comuna i que es responsabilitza d'idear-la i de fer els tràmits legals inicials per portar-la a terme (Albert, 1997). Per constituir una associació, els socis fundadors han d'aprovar dos acords bàsics: l'acta fundacional i els estatuts, i inscriure-la al Registre d'Associacions. L'acta fundacional

és el document on consta el propòsit de diverses persones de crear una associació. Ha de contenir uns punts concrets, com és el domicili de cada persona sòcia fundadora, ja sigui física o jurídica. En ella, les persones físiques acrediten la voluntat, com a persones sòcies fundadores, de constituir l'associació, amb la signatura de l'acta.

L'any 1997 es publica al DOGC la Llei d'Associacions.⁵¹ Aquesta és una llei amb molts articles, en comparació amb les lleis anteriors. És una llei molt detallada, que concreta tots els punts que cal tenir en compte sobre una associació.

Les associacions de voluntariat, tot i que tenen una altra llei⁵² es regeixen, en els aspectes generals, per les normes contingudes en aquesta Llei 7/1997. Ho esmentem aquí perquè quasi tots els socis que s'impliquen en les associacions d'amics de museus, són voluntaris.

El preàmbul de la llei 7/97 ens indica que:

L'associacionisme es desenvolupa des dels centenaris ateneus i Cors de Clavé, d'arrel popular i treballadora, les organitzacions de Foment a les associacions d'ajuda mútua, associacions obreres, cases regionals, de fraternitat i de veïns, sorgides de totes les capes socials.

Amb això, aquest preàmbul de la llei ens està explicant, breument, els orígens i antecedents de les associacions. També volem destacar el punt 1 del seu article 2:

Naturalesa i principis [de les associacions]:

1. En les associacions, tres o més persones s'uneixen de manera voluntària, lliure i solidària per a aconseguir, sense afany de lucre, una finalitat comuna d'interès general o particular i es comprometen per a això a posar en comú llurs coneixements, activitats o recursos econòmics, amb caràcter temporal o indefinit.

Per altra banda, ens interessa destacar també l'article 5: els «Estatuts», ja que nosaltres revisarem els estatuts de les associacions objecte d'estudi:

51 Llei 7/1997 de 18 de juny, d'associacions (DOGC núm. 2423, de 01-07-1997, 7526-7532) i modificat l'article 24 posteriorment per la Llei 11/2005, de 7 de juliol, de modificació i derogació parcial de diverses lleis relatives a entitats públiques i privades en matèria de personal (DOGC núm. 4427, de 15-07-2005, p. 21417-21429).

52 Llei 25/1991, del 13 de desembre.

En els estatuts de l'associació, que han d'estar datats i han de dur la signatura de tots els socis i sòcies fundadors o bé, si escau, les del president o presidenta i el secretari o secretària, com a mínim, hi han de constar:

- a) La denominació.
- b) El domicili social.
- c) La durada, quan no es constitueix per temps indefinit.
- d) L'àmbit territorial en què ha de desenvolupar principalment les seves activitats.
- e) L'objecte o les finalitats que es proposa dur a terme.
- f) Els requisits que s'han de complir per a adquirir la condició de socis o sòcies i el procediment d'admissió, les classes de socis i sòcies i els supòsits, i el procediment del règim disciplinari i de pèrdua de la condició de soci o sòcia.
- g) Els drets i les obligacions dels associats i associades i, si fos el cas, els diferents tipus d'aquests, i també els drets i les obligacions que corresponguin a cada tipus.
- h) Els mecanismes de participació que garanteixen els drets i els deures dels voluntaris o voluntàries, en el cas de les associacions que tenen persones voluntàries no associades que hi col·laboren i especialment en les associacions en què hi ha una prevalença d'aquest model.
- i) L'estructura i les competències de l'òrgan de govern, les condicions de nomenament i de destitució dels seus membres i la durada dels càrrecs, que no pot excedir els cinc anys, sens perjudici de llur possible reelecció si no ho exclouen els estatuts. Aquest òrgan de govern pot tenir altres noms, com ara: «junta de govern», «junta directiva» o qualsevol altre nom que l'identifiqui.
- j) La forma i els requisits per a la convocatòria d'assemblea general ordinària i l'extraordinària i la forma de designar la persona que n'ocupi la presidència i la que n'ocupi la secretaria.
- k) Les regles segons les quals han de deliberar i prendre decisions els òrgans col·legiats.
- l) El procediment de modificació dels estatuts, que sempre s'ha d'acordar en assemblea general.
- m) El règim econòmic.
- n) Les causes de dissolució i l'aplicació que s'ha de donar als béns de l'associació en la seva liquidació.

Cal dir, però, que actualment, aquest article ha estat derogat per la Llei 4/2008, de 24 d'abril, del llibre tercer del Codi Civil de Catalunya, relatiu a les persones jurídiques⁵³

El «Capítol III Inscripció de l'associació» [al Registre d'Associacions] és tot un capítol dedicat al Registre de les Associacions. Aquest capítol de registre forçós de les associacions suposa un gran canvi pel que fa a lleis catalanes anteriors, ja que, gràcies a ell, hem pogut conèixer l'antiguitat de moltes associacions.

Hi ha una norma estatal, una d'autonòmica i després hi ha l'obligatorietat que cada associació tingui els seus propis estatuts de funcionament redactats, com indicàvem amb anterioritat. Els estatuts són la forma d'estandarditzar les associacions, de regular-les i la manera de fer que totes compleixin amb la normativa exigida. Per una altra banda, hom podria pensar que aquests estatuts són la forma que les associacions tinguin una estructura inamovible al llarg dels anys, perpetuant-se el mateix format, tot i que, com veurem en el següent capítol, cadascuna té les seves pròpies particularitats individuals.

Els estatuts de les associacions estan regits per dues lleis que són d'una banda, la Llei 7/1997 de 18 de juny, d'associacions (DOGC, 1997) i d'altra, la Llei 4/2008, de 24 d'abril, del llibre tercer del Codi Civil de Catalunya, relatiu a les persones jurídiques (DOGC, 2008). Aquesta darrera llei, té un apartat dedicat a les associacions (el títol II) i és una llei que deroga algunes de les obligacions exigides i marcades per l'anterior llei, essent aquesta darrera, més permissiva pel que fa als deures de les associacions.

Totes les associacions degudament registrades estan obligades a tenir uns estatuts que en regulen la seva organització i el seu funcionament interns. Segons la *Guia d'assessorament del Centre de Serveis a les Associacions de Barcelona* (Torre Jussana, 2016), els estatuts són la norma bàsica de l'associació que en regulen aspectes generals, desglossats en diferents apartats, com els seus membres, la Junta Directiva, el règim disciplinari, la seva denominació, finalitats i domicili —en un mateix capítol—, l'assemblea general, el règim econòmic i la seva dissolució. També han d'anar signats per tots els i les membres fundadors (en el moment de la fundació de l'associació) o pels membres de la junta, en el moment de renovar els estatuts. Per a temes concrets, addicionalment, es poden redactar reglaments de règim intern (Torre Jussana, 2016). Totes les associacions tenen

53 DOGC núm. 5123, de 02-05-2008, p. 34378-34424.

en comú que comparteixen objectius molt similars (Hachuel, 2012) que estan descrits en els estatuts de cadascuna de les associacions.

4.5.2. Els estatuts de les associacions

Per entendre millor el funcionament de les associacions, s'analitzen els estatuts de les cinc associacions objectes d'estudi i se'n destaquen els punts que fan referència a les seves finalitats i als seus socis, ja que són els apartats que tenen un afectació més directa sobre l'activitat del soci.

Els estatuts que tot seguit s'analitzen són els corresponents a l'Associació d'Amics del Museu Marítim de Barcelona, l'Associació Amics del Museu d'Art de Girona, els de l'Associació Amics del Museu de Gavà, l'Associació Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona i l'Associació d'Amics del Museu Arxiu de Sentmenat (veure annexos 2-6).

Els estatuts de l'Associació d'Amics del Museu Marítim de Barcelona compleixen amb les exigències de la Llei 7/1997, és a dir, que contenen el nom de l'associació, el seu domicili social, la seva finalitat, drets i deures dels associats, sobre l'Assemblea, la Junta Directiva i altres figures dins l'associació, el funcionament del seu règim econòmic i el règim disciplinari. Finalment, els darrers articles dels estatuts estan dedicats a la dissolució de l'associació en el cas que fos necessari.

Aquests estatuts no contemplem la mecànica de la seva modificació. Tampoc estan signats ni datats. Recordem aquí que els estatuts originals han d'estar signats per tots els socis i sòcies fundadores (Torre Jussana, 2016).

Pel que fa a les seves finalitats (article 2), els estatuts n'indiquen les següents:

1. Formació d'una consciència marítima, nàutica i naval a Catalunya.
2. Promoció dels interessos marítims de Catalunya.
3. Reafirmació de la presència del mar en tots els ciutadans de Catalunya.
4. Col·laborar per una major projecció i desenvolupament del Museu Marítim de Barcelona.

En queda exclòs tot ànim de lucre.

D'aquests objectius que es detallen volem remarcar-ne els tres primers. Sabem que és una associació que neix a partir de l'existència d'un museu, del seu museu

«mare» (per això la finalitat del punt 4). Però aquesta associació va més enllà; no persegueix només promocionar el museu mare sinó que també es planteja exercir un impacte sobre la població del territori de Catalunya, en relació amb la matèria que la competeix. Amb els fins 1 a 3 persegueixen contribuir a la creació d'identitat d'un col·lectiu i de la voluntat d'estar presents i de formar part del conjunt de ciutadans d'un territori com veurem en un capítol posterior d'aquesta tesi. A l'article 4 dels estatuts, hi trobem l'únic requisit per ser soci de l'associació: ser major d'edat. Si seguim llegint el mateix article, s'indica que també pot haver socis menors d'edat però «no tenen vot en les assemblees ni poden elegir ni ser elegits membres de la Junta Directiva». Aquesta característica és comuna a totes les associacions: la seva universalitat i el seu caràcter inclusiu amb les/els socis que en vulguin formar part.

Els estatuts de l'Associació Amics del Museu d'Art de Girona, tot i que més breus que els del Museu Marítim, compleixen amb totes les exigències de la Llei 7/1997. Van ser aprovats el 2008 en Assemblea General Ordinària, és a dir, per l'òrgan on es voten democràticament les propostes de les associacions. Aquests estatuts no contempnen ni el model per a la seva modificació ni el seu règim disciplinari. Tenen un espai destinat perquè signin el secretari i el president de l'associació (i no per tots les/els membres fundadors).

Les seves finalitats (article 1) són:

- a) Fomentar i donar a conèixer el Museu de Girona tot col·laborant amb les institucions i entitats que en siguin titulars.
- b) Fomentar la relació i la col·laboració amb els altres museus.
- c) Promoure conjuntament amb l'equip tècnic del propi Museu, conferències, exposicions monogràfiques i altres activitats dirigides a fomentar el coneixement i el creixement del Museu d'Art de Girona.
- d) Fomentar la participació en les activitats del museu.

La majoria de les finalitats d'aquesta associació, com veiem, busquen donar a conèixer el propi museu mare, el Museu d'Art de Girona, a través de les seves activitats —obertes a tothom— i, paral·lelament, els altres museus.

Aquesta associació diferencia tres models de soci, segons el tipus de quota que paguen (article 4): honoraris (els sol nomenar la Junta Directiva), numeraris (es paga la quota anual acordada a l'Assemblea General) i protectors (paguen una quota superior a la mínima exigida). No s'indica cap més requisit per ser-ne soci.

També s'accepten socis menors d'edat. Així, novament, comprovem que a priori no es discrimina per cap raó per poder formar part de l'associació. L'únic que es demana és pagar les quotes establertes per l'Assemblea General (article 5).

Els estatuts de l'Associació Amics del Museu de Gavà també compleixen amb totes les exigències de la Llei 7/1997. Aquests estatuts són del 2011 i estan penjats a la seva web, a diferència d'altres estatuts, afavorint-ne la seva consulta. Tot i que no estan signats i tampoc inclouen el seu règim disciplinari, compleixen amb la normativa i poden ser consultats per tothom.

Les finalitats que ells indiquen per a la seva associació en els seus estatuts són:

Article 2. La creació d'aquesta associació té com a finalitat principal col·laborar amb el Museu de Gavà en la millora de la difusió i participació de les seves activitats, per tal de facilitar la integració dels ciutadans i de les entitats en les diferents tasques que porta a terme el Museu.

Article 3. Una altra finalitat serà, també, promoure, organitzar i divulgar el coneixement del patrimoni natural, l'històric i l'arqueològic—matèries la investigació de les quals té assumides el Museu de Gavà—, i contribuir a la conscienciació ciutadana de la necessitat de conservar-los, tot cooperant, si escau, amb altres entitats.

Són només dues finalitats, però, en tractar-se d'uns articles amplis, abasten objectius similars als d'altres estatuts que hem vist amb anterioritat. En aquests articles veiem la necessitat de donar a conèixer el patrimoni de Gavà, fomentant la participació i la integració dels ciutadans en les seves activitats i, alhora, impulsar la consciència de protecció d'aquest patrimoni. La condició d'associat en aquesta associació s'adquireix amb una inscripció i amb l'acceptació d'aquests estatuts; L'acceptació també inclou l'acceptació dels drets i dels deures dels socis, indicats en els articles 28 a 30. Tot i que és una associació amb un caràcter molt local (enfocada als ciutadans residents a Gavà), està oberta a tothom.

Els estatuts de l'Associació Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona són del 2014 i en ells modifiquen el nom de l'antiga associació (constituïda l'any 1993): l'Associació Amics del Museu de Zoologia de Barcelona. Són uns estatuts molt detallats i extensos (amb tots els apartats bàsics), aprovats en Assemblea General i signats pel secretari i el president. Aquests estatuts es troben penjats a la seva web i es poden consultar.

Per ser soci, només cal presentar una sol·licitud (a la seva web hi ha disponible un formulari en línia) i aquesta s'aprova a la següent reunió de la Junta Directiva. Als estatuts es distingeixen quatre tipus de socis numeraris, segons la quota anual, però també altres consideracions, segons la Junta Directiva (article 7): individual, familiar, col·laborador i protector/benefactor, a banda del soci honorari, nomenat per la Junta Directiva.

Aquesta associació té unes finalitats que es detallen en l'article 3 dels seus estatuts:

1. Obtenció de recursos econòmics i d'altre tipus per ajudar al Museu a l'acompliment de les seves finalitats.
2. Fomentar el naturalisme i acollir i estimular a persones i entitats que estiguin interessades en la natura i la seva conservació.
3. Promoure activitats dirigides a incentivar el coneixement del Museu, del patrimoni natural i de les Ciències Naturals.
4. Participar activament en la vida del Museu, cooperant i col·laborant en aquelles iniciatives on l'Associació pot aportar-hi idees, coneixements i experiència.
5. Establir relacions amb grups d'interès i organitzacions amb objectius similars per ampliar la base de suport social al Museu.
6. Actuar com a grup d'opinió en defensa del Museu.
7. Coordinar i incentivar, juntament amb el Museu les persones interessades en col·laborar en els diferents àmbits de treball del Museu i de l'Associació mitjançant el seu treball voluntari.
8. Estimular el patrocini i el mecenatge a favor del Museu.
9. Incentivar les aportacions i donacions de col·leccions o material al Museu.
10. Participar en projectes internacionals de cooperació al desenvolupament en l'àmbit d'actuació del Museu.

De totes les finalitats començaríem ressaltant la 8 i la 9. Ens sembla destacat que vulguin ajudar el museu incentivant-ne diferents formes de patrocini, tal i com funcionen econòmicament molts museus anglosaxons, entre ells, també, els museus d'història natural. En general, veiem que les seves finalitats van orientades a donar suport i donar a conèixer el museu. Destaca el punt número 6, que s'explica atesa la història del museu i les vicissituds viscudes.

Les activitats que es duran a terme, segueix el mateix article 3, per aconseguir amb les finalitats establertes seran les següents:

1. Activitats de formació, com són tallers, mostres, sessions d'estudi, conferències, etc.
2. Col·loquis, taules rodones i altres espais de debat.
3. Sortides i visites culturals i naturalistes.
4. Activitats culturals i formatives de caire lúdic.
5. Organització de viatges de recerca, turismes científic, intercanvis o camps de treball, etc.
6. Organització de jornades i reunions per a professionals i afeccionats de la comunitat naturalista i museística.
7. Convocatòria de concursos, premis i guardons.
8. Publicacions, científiques o divulgatives.
9. Edició de material gràfic i audiovisual.
10. Elaboració de continguts digitals multimèdia.
11. Presència a l'internet i les xarxes socials.
12. Projectes de recerca de biodiversitat.
13. Estudis sobre les col·leccions del Museu.
14. Estudis sobre la història del Museu.
15. Treball de camp per a l'estudi d'espècies i hàbitats.
16. Informes tècnics.
17. Identificació d'espècimens.
18. Prestació de serveis al Museu.
19. Projectes de participació ciutadana.
20. Coordinació de voluntaris.
21. Organització d'actes socials de suport al Museu.
22. Campanyes de comunicació per captar socis i obtenir recursos.
23. Creació, producció i venda de productes propis exclusius.
24. Grups de treball per avançar temes d'especial interès.
25. Treball en xarxa amb altres organitzacions.

Com veiem, són unes extenses tasques a portar a terme per l'associació i que, per la data dels estatuts, inclouen punts actuals com el de la presència a les xarxes socials (punt 11). Aquests estatuts contenen els apartats que solen ser habituals en uns estatuts d'associació però, a més, contenen un apartat dedicat al voluntariat (article 12), al qual hem fet referència en un altre capítol d'aquesta tesi.

Per últim, s'analitzen els estatuts de l'Associació d'Amics del Museu Arxiu de Sentmenat. De tots els apartats indicats com a ineludibles (Torre Jussana, 2016), els estatuts l'Associació d'Amics del Museu Arxiu de de Sentmenat els

conté tots menys el del règim econòmic. Tampoc inclou les signatures dels seus membres fundadors. Malgrat ser uns estatuts en què manquen alguns apartats obligatoris, la Llei és permissiva i flexible en aquests assumptes.

Aquesta associació té tres finalitats principals indicades en els seus estatuts (article 2, que reproduïm a continuació):

1. El foment i la promoció d'activitats dirigides a la creació d'un MUSEU-ARCHIU municipal i a aquelles alres que per llur naturalesa contribueixin a elevar el nivell cultural dels ciutadans de SENTMENAT.
2. La consecució d'una més gran integració col·lectiva de tots els ciutadans en aquelles activitats que siguine en profit de la vila, de la seva història, de les seves tradicions i dels seus costums.
3. El suport a totes aquelles iniciatives que tendeixin a la recerca de la nostra història i a la seva difusió.

En queda exclòs tot ànim de lucre.

En el capítol II (articles 4 a 7) dels presents estatuts es detalla la manera com es pot aconseguir ser soci (article 4): «tenir més de divuit anys i presentar una sol·licitud amb la que la Junta Directiva prendrà una decisió.»

A pesar de no detallar els diferents tipus de socis, es menciona que poden existir socis honoraris. En el articles 5 a 7, s'especifiquen quins són els drets i els deures que tenen els socis d'aquesta associació.

Com hem vist en aquests estatuts, cada associació té les seves pròpies finalitats i la seva tipologia de soci.

Tot i que cada associació ho redacta i expressa de manera lliure, els objectius són lògicament similars, amb alguna petita diferència particular, com posar èmfasi en la defensa del museu o crear una consciència col·lectiva.

Malgrat tractar-se de museus molt diferents entre si i que allotgen objectes de temàtica molt diversa, les finalitats de les seves associacions d'amics són molt semblants i tenen punts en comú, que bàsicament consistirien a realitzar activitats per promoure el coneixement del museu i fomentar la participació de la ciutadania.

Per concloure aquest apartat, podem dir que les associacions, a banda de la seva naturalesa jurídica, no se solen definir ni metaestudiar. És a dir, coneixem la tasca que porten a terme, però no se solen autoanalitzar ni repensar ni publiquen estudis

sobre la reflexió de la seva pròpia tasca interna. I potser el principal motiu és que els socis que en formen part no treballen de manera única en totes aquestes associacions, sinó que tenen les seves feines principals, les seves vides i, a més a més, dediquen el seu temps, els seus diners, el seu talent i els seus esforços a l'associació, de manera voluntària, altruista, solidària i totalment desinteressada. I amb tot això, el temps que tenen el dediquen a tirar endavant tots els projectes lligats a l'associació i, de retruc, al museu. I part de la feina que porten a terme té a veure amb les obligacions que venen marcades pel Departament de Justícia, per continuar essent anomenades associacions (i poder rebre les pertinents subvencions) i per les indicacions administratives que imposen els seus respectius estatuts i normativa derivada. Com hem vist, les associacions engloben molts conceptes, diferents termes que les defineixen, quasi tots ells lligats a la societat, a la seva solidaritat, a la seva manera d'unir-se i d'aglutinar-se per assolir un fi comú, per aconseguir un bé per a tot el conjunt de la ciutadania.

4.6. El codi ètic de la WFFM

Per regular els aspectes fonamentals de la relació entre els museus i els seus amics (i també els seus voluntaris), la WFFM va desenvolupar un codi ètic (annex 7) l'any 1996, assumit per unanimitat per totes les associacions d'amics integrants de la federació. L'esborrany d'aquest codi ètic es va desenvolupar amb la col·laboració del Departament de Cultura i Comunicació del Québec i amb la Federació Mexicana d'Associacions d'Amics dels Museus. Les seves pàgines desgranen els principis bàsics que cada membre ha de complir quan actua en nom d'una associació (Bossi-Comelli i Dussault, 1996). A més, a partir de l'entrada en vigor d'aquest codi, el decàleg serà un dels punts per mesurar l'autoritat i la credibilitat d'una associació.

Aquest codi cobreix tots els espectres que es donen de la relació entre els socis amics i el museu, fent esment de principis com els de lleialtat, democràcia i proposant l'existència de plans de cooperació conjunta.

A Barcelona ciutat també existeix un codi ètic d'associacions, aprovat l'any 2001 en el 1r Congrés de les Associacions de Barcelona, on van participar unes 800 organitzacions de Barcelona ciutat. Deu anys després es va celebrar el segon congrés i en ell es va revisar i actualitzar aquest codi ètic al qual estan adherides unes 200 entitats (associacions, federacions, fundacions i ONG's) de diversa tipologia. Aquest codi es defineix com una guia per al govern de les

associacions en valors cívics i recull els principis expressats en el codi ètic de la WFFM i n'incorpora de nous com alguns exemples de males pràctiques dins de l'associacionisme (CRAJ, 2012).

El codi especifica algunes funcions claus de les associacions d'amics en el context dels museus actuals, com la política de públics dels museus, el voluntariat i la recerca de fons.

4.6.1. La política de públics als museus

El codi ètic de la WFFM ens indica que els amics i els voluntaris tenen uns objectius nobles i solidaris pel que fa al desenvolupament cultural (Bossi-Comelli i Dussault, 1996). Ells aporten el seu suport als museus, el seu temps de manera altruista, els seus coneixements, la seva experiència i les seves qualitats i competències. El seu paper beneficia els museus i contribueix a la museologia. Tots ells són l'expressió del compromís actiu de la societat pel bé de la comunitat (Bossi-Comelli i Dussault, 1996). Com ja hem apuntat amb anterioritat, els amics i els voluntaris són el públic més fidel d'un museu. I ja que tenen aquest rol dins del museu, bé podrien actuar com a representant del públic dels museus, defensar els seus punts de vista i interessos, com apunta el codi ètic de la WFFM i els museus haurien d'aprofitar aquest recurs i treure'n molt més profit. Especialment en el moment actual que estem vivint en què els museus necessiten reconnectar amb el seu entorn més proper, haurien d'escoltar i obrir-se al seu públic i col·laborar plegats per desenvolupar nous projectes conjuntament.

A banda d'això, el fet de ser amic d'un museu hauria d'implicar un seguit de requisits i de compromisos ètics per contrapartida, per tal de poder garantir l'entesa en la relació i aquest treball col·laboratiu (Bossi-Comelli i Dussault, 1996).

4.6.2. Els voluntaris

El codi ètic de la WFFM, com hem vist, inclou una sèrie de definicions. Les considerem rellevants ja que, a banda de ser bàsiques i necessàries, quan es parla sobre aquests conceptes en publicacions, són conceptes que no es defineixen en aquestes. El primer concepte que defineix el codi ètic de la WFFM és el d'*amic* i *voluntari* com a concepte únic: són aquells qui contribueixen al suport dels museus, al seu desenvolupament i en la seva presència pública i influència i no

reben cap remuneració. Aquest suport als museus es pot traduir en un suport financer, moral o en treball voluntari o expert, i tots ells són considerats amics dels museus.

D'altra banda, hi ha un concepte estretament lligat al concepte d'*amic d'associació d'un museu* i aquest és el de *voluntari*. Un voluntari és la persona que s'ofereix lliurement a fer una cosa a la qual no és obligat. Que comporta volició, que ve de 'voler', de 'voluntat' (Bruguera, 1996). Que es decideix fer lliurement i no per obligació o per imposició d'altri. Que es decideix, es fa conscientment i no com a resultat d'algun automatisme, dels reflexos o dels impulsos. Ens semblen remarcables les definicions que donava Josep Lluís Cleries, (gerent de l'Institut Català del Voluntariat l'any 1994) sobre el *voluntari*, entre elles aquesta:

El voluntari és, per tant, un agent molt poderós ... perquè treballa amb el primer recurs natural de tota nació: la gent; i des de baix escriu missatges modestos però eficaços que contribueixen, amb constància, a fer-nos millors com a éssers socials.

Cleries afirma que el voluntariat és un acte de solidaritat, de compromís (Drucker, 2000:17) de fraternitat, «que no exclou a ningú» (Lluch, 1995:31) i que representa ser «una persona sensible davant la societat». En el cas concret del voluntariat cultural, Cleries en destaca el seu caràcter intergeneracional, establint-se un diàleg igualitari independentment de l'edat (Lluch, 1995:33).

Als Estats Units, diferents estudis també revisen el vincle de les persones amb els museus. Alguns d'aquests estudis usen els *focus groups* i les enquestes (Reavey *et al.*, 2013). D'ells es desprèn que la relació amb els visitants sempre és positiva i satisfactòria i que aquesta relació se sol iniciar amb el «boca-orella».

A Austràlia existeixen diferents estudis sobre el voluntariat. S'aborda el fenomen des de la perspectiva social, psicològica i econòmica (Lockstone-Binney *et al.*, 2010). Però tots els estudis tenen en comú que intenten classificar les diferents realitats de voluntariat a diversos àmbits. Un d'aquests estudis és el dedicat als voluntaris que treballen en llocs patrimonials de «pelegrinatge turístic» d'interès literari, que se centra en les motivacions d'aquests voluntaris (Smith, 2003).

A UK els estudis intenten indagar sobre el patrons de comportament dels voluntaris. Mitjançant les dades recopilades i la seva posterior anàlisi, s'examina la participació dels membres de les associacions. Es revisa si la seva participació és activa o més aviat passiva, les seves dades sociodemogràfiques i si els factors de motivació influeixen

en la seva participació (Holmes i Slater, 2012). S'identifiquen nous grups (Slater, 2003) o s'enumeren les causes de la participació passiva (Holmes i Slater, 2012).

Alix Slater (2003) investiga i publica sobre els membres del British Museum, sens dubte, un dels fars mundials a totes les escales en museologia. I investiga els temes que més ens preocupen en aquesta tesi: les motivacions per fer-se soci, el patrons de comportament, l'ús que fan dels avantatges, el valor que donen al fet de ser socis i els seus sentiments vers la institució a la qual pertanyen (Slater, 2003). Com a dada estadística (per poder fer comparacions posteriors), podem dir que l'any 2003, la British Association of Friends of Museums (BAFM) comptava amb unes 300 organitzacions que acumulaven un total de 230.000 socis (Slater, 2003).

Als països nòrdics un dels darrers treballs publicats és un estudi comparatiu dels voluntaris a Dinamarca, Suècia i Noruega (Christidou i Hansen, 2015). En ell es considera el voluntariat com a sinònim de desenvolupament personal i es diferencia del concepte de *l'aprenentatge al llarg de la vida* (un concepte nascut arran de la reforma educativa europea anomenada Pla Bologna) i del *benestar* (Christidou i Hansen, 2015). Aquest estudi es basa en 481 enquestes realitzades als tres països. El perfil de *voluntari mig* que n'extreuen s'assimila molt al perfil del soci amic d'un museu de Catalunya: edat, voluntaris alhora d'altres llocs que no són museus, etc. L'estudi preguntava què era el millor de ser voluntari i també volia reflectir els beneficis que aporta. I acabava amb una dada que considerem molt rellevant: el 60% dels enquestats consideren el voluntariat una activitat positiva. Sobre els amics dels museus, es plantegen especialment tres reptes: atraure socis infantils, juvenils i com atraure població nouvinguda, per tal que se sentin integrats, tot respectant les seves tradicions (Andresen, 2002).

Tradicionalment, el concepte de *voluntari* ha anat lligat a tres principis: regalar temps, per decisió pròpia, lliurement i sense cobrar (Smith, 2003). S'han identificat quatre elements bàsics per poder parlar de *voluntariat en llocs d'oci*: lliure disposició, possibilitat de rebre alguna recompensa, organització formal i proximitat amb el «client» beneficiari (Lockstone-Binney *et al.*, 2010). Tot i que aquest concepte de *voluntariat en llocs d'oci* se centra en el voluntariat en llocs de turisme, en esports i en esdeveniments i no fa referència explícita als voluntaris de les associacions d'amics dels museus.

4.6.3. La cerca de finançament

El codi ètic de la WFFM inclou una sèrie d'apartats que fan referència a tots els aspectes de la relació entre els amics dels museus i els seus museus. Un d'ells és la recerca de finançament. El codi defineix el museu com una institució sense afany de lucre, administrada pel bé comú i accessible al públic. La definició, alineada amb la de l'ICOM, amb qui la WFFM n'és una contrapart, inclou una variada tipologia d'espais museístics i de contingut, però amb finalitats similars: conservar, estudiar, interpretar i exhibir objectes amb valor educatiu i cultural, incloent-hi obres d'art, materials científics i tècnics i materials històrics. Tot i que es tracti d'espais oberts al públic i que el seu objectiu no sigui enriquir-se, per portar a terme aquestes activitats cal finançament. Als països anglosaxons, per una banda, el voluntariat té una llarga tradició, els espais culturals demanen la voluntat als visitants i es posa el nom a sales de grans benefactors de la institució. En països mediterranis, aquestes pràctiques estan menys esteses i les institucions depenen més dels pressupostos públics per poder fer front al conjunt de la seva despesa. El codi ètic de la WFFM ens parla de finançament en un dels seus punts de l'apartat «Deures» i que recomana que amics i voluntaris es coordinin en les seves activitats per aconseguir fons per al museu, tot seguint els plans i programes preestablerts.

4.7 Conclusions

Per concloure aquest apartat, cal dir que és a Catalunya on hi ha un major nombre d'associacions de la península Ibèrica i des d'on es crea la Federació Mundial i també la Federació Espanyola. Catalunya és una zona on, per les seves característiques socials i laborals, es desenvolupen moviments organitzatius diferents de la resta del territori. Es crea un teixit social que perdura en el temps i que és constant, tret d'èpoques històricament convulses com pugui ser el trencament de resultes de la Guerra Civil.

Les associacions tenen un paper clau en la dinàmica dels museus. Així, davant les constants retallades econòmiques al nostre territori del sector museístic, alguns museus decideixen buscar fonts alternatives de finançament i explorar noves vies per fer front a les despeses de funcionament bàsic, fent que alguns museus s'endinsin per primera vegada en les opcions que ofereixen les plataformes de micromecenatge de particulars. I aquests museus usen les associacions d'amics

per canalitzar i gestionar les donacions de la societat civil, fet que atansa la societat als museus als quals decideixen donar.⁵⁴ Les associacions d'amics sempre han destinat part dels seus fons a sufragar certes activitats dels museus (com compres de peces, restauració d'obres, assumir el cost de publicació de catàlegs o l'organització d'activitats), però actualment el seu suport econòmic (i la gestió que se'n deriva) esdevé primordial per al museu.

Per últim, es conclou que les associacions compleixen amb els requisits legals exigits però no s'autoavaluen. I el principal motiu és que els socis actius que fan de junta, ho fan de manera voluntària en el seu temps lliure, és a dir, no treballen de manera exclusiva en aquestes associacions, sinó que tenen les seves feines principals a banda, les seves vides personals i familiars. Potser es podria començar duent a terme aquesta autoanàlisi i metarecerca pròpia amb un petit apartat de reflexió dins la memòria anual que presenten les associacions, fent un sumari raonat de les activitats celebrades. A partir d'ara el que veurem seran les especificitats de les associacions objecte d'estudi i com la seva configuració i la seva activitat impacta en la cultura i en la societat que les envolta.

54 *El País* (*Cinco días*, 2018): «Los amigos de los museos, una fuente de ingresos»: (13.10.2018/ c. 26.01.2021) https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/10/12/fortunas/1539357560_550002.html

5



Museu de Ciències Naturals (vitrina).
Fotografia: gentileza AAM CC Naturals de Barcelona.

Capítol V. Característiques de les associacions d'amics de museus a Catalunya

5.1. Introducció

Després de veure els diferents aspectes generals de les associacions, la seva evolució històrica i el seu marc de funcionament, en aquest capítol tractarem les característiques de les associacions d'amics de museus a Catalunya: les associacions que estan registrades, el nombre de socis que tenen, el seu perfil (on s'ubiquen, quants socis tenen, quotes...) i les activitats que realitzen. La informació procedeix de les dades de registre del Departament de Justícia, de la recerca realitzada directament en cercadors d'internet, de la informació proporcionada per les mateixes associacions i també a partir de l'anàlisi de les respostes a un qüestionari —d'elaboració pròpia— enviat a les associacions.

Com hem vist abans, Catalunya es caracteritza per tenir un gruix molt important d'associacions (sobre les 74.000 associacions de diferents tipologies segons dades de l'Idescat, 2020). Atesa aquesta gran quantitat d'associacions registrades al Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya, es fa imprescindible afinar els paràmetres de cerca al buscador de la seva web per tal de poder treballar millors amb els resultats que ens interessin. Així, els paràmetres usats van ser: *associació*, *cultura* i *amics de*. Aquesta cerca parametritzada (al 2018), va donar com a resultat 914 associacions culturals registrades al Departament de Justícia i, d'aquestes, només 21 són associacions d'amics de museus, un resultat obtingut aplicant els filtres pels mots següents: *amics del museu*, *museu*, *amigos del museo*, *museo*, *d'amics*, *de amigos*.

La resta d'associacions registrades al Departament de Justícia són associacions d'altres tipus, de tot tipus de naturalesa i el Departament de Justícia⁵⁵ les classifica en: associacions d'assistència social; cultura; ensenyament, formació i investigació; foment i defensa dels drets cívics, socials i de la persona; interessos de sectors econòmics, geogràfics o professionals; ordenació de l'espai, ecologia i habitatge; i salut. Les associacions d'amics dels museus estan generalment dins de la categoria de cultura, encara que algunes estan registrades com a associacions científiques o d'altres tipologies.

Per poder obtenir més detalls de les associacions es va crear i enviar un qüestionari a cadascuna de les associacions existents de les quals en teníem coneixement a Catalunya, per observar-ne les seves particularitats i poder-les comparar entre si, amb temes i indicadors objectius com ara: els serveis que ofereixen, la seva antiguitat, les quotes, les activitats que realitzen o la relació que tenen amb el seu museu per, posteriorment, analitzar el seu impacte sobre la societat.

Del total de les 21 associacions, 7 ja no estan en actiu i d'altres 7 no van respondre a la nostra crida. Les que són associacions d'amics —de temes diversos— són majoria (representen el 87,5%) i les que són amics de museus, 21 com veiem, molt poques (representen el 2,3% del total d'associacions registrades). D'aquestes, com dèiem, o bé estan inactives o bé no van respondre a la nostra petició de voler participar en la recerca (un tema del qual tractarem a les conclusions d'aquesta tesi). Es va contactar amb altres associacions no registrades i s'enviaren un total de 31 fitxes qüestionari a 37 associacions —l'any 2019— i es reberen 24 respostes de retorn (és a dir, el 64,9% de les fitxes enviades). Aquestes fitxes són d'associacions de diferents tipologies de museu, segons el seu contingut, i de diferents zones geogràfiques de Catalunya. De les associacions que van respondre a la nostra crida, enviant-nos la fitxa qüestionari de retorn, cal dir que algunes van deixar algun dels camps en blanc.

Seguidament, analitzem les associacions registrades d'amics de museus existents a Catalunya, examinant i comparant-ne les diferents dades sobre la seva ubicació (mitjançant mapes), època de creació, composició, nombre de socis (a través de gràfics), les seves quotes, els serveis i activitats que ofereixen i la tipologia dels museus als quals estan associats.

55 http://justicia.gencat.cat/ca/serveis/guia_d_entitats/ (Consulta: 06-09-2021). Volem fer notar que el recompte es complica, ja que durant el mateix any 2021 les dades de recompte s'actualitzen i pateixen variacions (un cas similar als diferents recomptes de les xifres de salut COVID-19).

5.2. Les associacions d'amics dels museus existents a Catalunya

Malgrat que el nombre d'associacions d'amics dels museus registrades —com s'ha dit— només és de 21, existeix un nombre indeterminat d'associacions no registrades difícil de concretar, justament pel fet que no estan registrades. Per poder tenir una idea més aproximada d'aquesta realitat, vàrem realitzar una cerca d'associacions existents a través de la informació dels mateixos museus i a través d'internet i les xarxes socials, el que ens va permetre comprovar l'existència d'un total de 54 associacions vinculades a museus a Catalunya, tot i que, 11 d'elles ja no estan en actiu. Cal afegir, d'altra banda, que cap de les associacions està declarada d'utilitat pública pel Ministerio de Interior, que és un reconeixement administratiu conforme una associació està constituïda per assolir una finalitat d'interès general, d'acord amb l'article 32 de la Llei orgànica 1/2002 de regulació del Dret d'Associació.⁵⁶ Aquesta declaració, principalment, serveix per poder gaudir de beneficis fiscals a canvi de presentar els comptes anuals al Departament de Justícia.

Les associacions d'amics de museus existents i registrades al Departament de Justícia són divuit (més tres que no pertanyen a cap museu en concret) i són les següents (taula 5.1.):

Taula 5.1. Associacions d'Amics de Museus registrades a Catalunya, ordenades per any de registre de menor a major

Nom de l'Associació	Any de Registre	Localitat
Ass. d'Amics del Museu de Molins de Rei	1970	Molins de Rei
As. de Amigos del Museo Buigas	1977	Cerdanyola del Vallès
Ass. Amics del Museu del Càntir d'Argentona	1978	Argentona
Ass. d'Amics del Museu de Gavà	1981	Gavà
Ass. d'Amics del Museu Diocesà i Comarcal de Solsona	1986	Solsona
Grup d'Amics del Museu-arxiu de Sentmenat	1987	Sentmenat

⁵⁶ Torre Jussana, de l'Ajuntament de Barcelona, ofereix assessorament a les associacions en aquest sentit.

Nom de l'Associació	Any de Registre	Localitat
Ass. d'Amics del Museu de Sant Boi*	1988	Sant Boi de Llobregat
Ass. d'Amics del Museu Marítim de Barcelona	1991	Barcelona
Amics del Museu d'Art de Girona	1992	Girona
Ass. d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona	1994	Barcelona
Ass. d'Amics del Museu Monestir de Pedralbes	1996	Barcelona
Amics del Museu Geològic del Seminari de Barcelona	1998	Barcelona
Ass. d'Amics i Col·lab. del Museu Etnològic del Montseny, la Gabella d'Arbúcies	2000	Arbúcies
Amics del Museu de Sant Feliu de Guíxols	2008	Sant Feliu de Guíxols
Ass. Amics del Museu del Traginer	2013	Igualada
Ass. d'Amics del Museu de Reus	2013	Reus
Ass. d'Amics del Museu Memorial de l'Exili de la Jonquera	2014	Jonquera
Ass. Cercle d'Amics del Museu de Lleida	2016	Lleida
Amigos de los Museos	1966	Lleida
Associació Amics dels Museus de Catalunya	1967	Barcelona
Associació Amics dels Museus d'Osona	1992	Vic

(*) Associació actualment desapareguda.

Elaboració pròpia. Font: Departament de Justícia (2019).

5.3. Característiques de les associacions

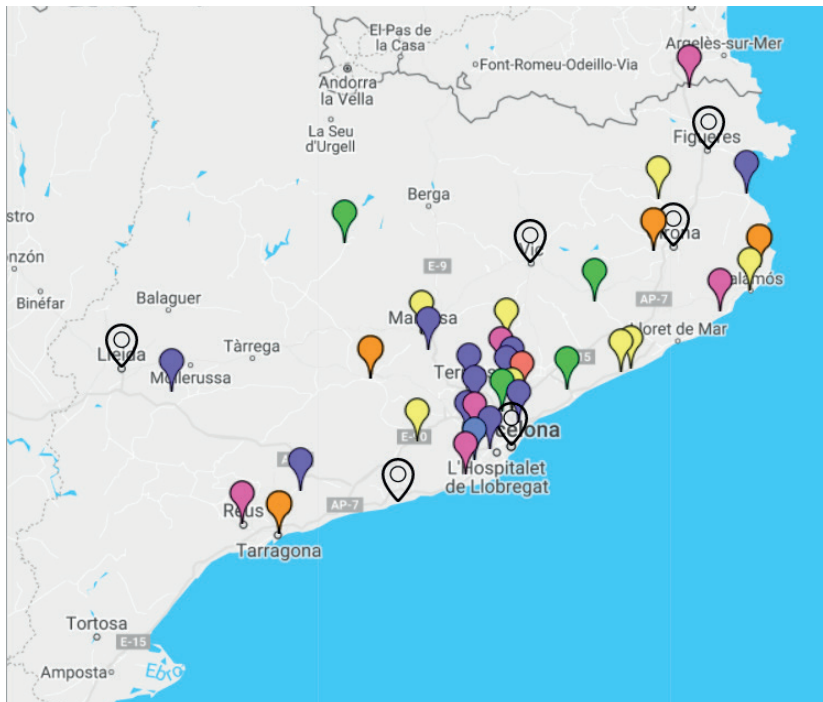
En aquest apartat analitzarem i compararem les característiques de les associacions que van respondre a la nostra crida amb les dades que ens van fer arribar a través de la nostra fitxa d'associació, d'elaboració pròpia (veure annex 9). Primer, però, veiem el panorama general on s'ubiquen aquestes associacions i quina tipologia presenten.

5.3.1. Ubicació

A continuació, presentem un mapa de Catalunya d'elaboració pròpia amb la ubicació de les diferents associacions que existeixen. Els colors del mapa representen les diferents naturaleses jurídiques o el diferent estat actual de les associacions. Així, trobem que (veure figura 5.1. i taula 5.2.) els punts transparents són els llocs on hi ha més d'una tipologia d'associació, els punts vermells són club d'amics, els punts de color taronja es corresponen a associacions ja desaparegudes, els punts fúcsia són per associacions registrades, el blau fluix representa l'associació registrada que ja està desapareguda, el punt blau de to més fosc és per associacions de les quals mai hem obtingut una resposta, el verd indica associacions registrades de les quals no hem rebut resposta i, per últim, la resta d'associacions no registrades apareixen marcades de color groc.

D'aquesta manera, obtenim el mapa següent:

Figura 5.1. Mapa de les poblacions on s'ubiquen les associacions d'amics de museus de Catalunya



Font: elaboració pròpia, 2019. Aplicació web: ezmmaps.co

Taula 5.2. Taula de les associacions d'amics de museus de Catalunya

Nom de l'associació	Any de registre	Localitat	Observacions
Amics del Museu Abelló	-	Mollet	Club
Amics del Museu del Cinema	-	Girona	Club
Amics del Museu Egipci	-	Barcelona	Club
Assoc. Amics del MACBA	-	Barcelona	Club
Assoc. Amics del MNAC	-	Barcelona	Club
Assoc. Amics del Museu de la Xocolata	-	Barcelona	Club
Assoc. Amics del Museu d'Història de Catalunya	-	Barcelona	Club
Cercle del MEV	-	Vic	Club d'empresaris
Amics del Museu Clarà	-	Barcelona	Desapareguda
Amics del Museu de la Pell	-	Igualada	Desapareguda
Amics del Museu de la Tècnica de l'Empordà	-	Figueres	Desapareguda
Amics del Museu de Tarragona	-	Tarragona	Desapareguda
Amics del Museu del Suro	-	Palafrugell	Desapareguda
Amics del Museu del Transport de Catalunya	-	Barcelona	Desapareguda
Amics del Museu Etnològic	-	Bescanó	Desapareguda
Amics del Museu d'Art de Girona	1992	Girona	Registrada
Amics del Museu de Sant Feliu de Guíxols	2008	Sant Feliu de Guíxols	Registrada
Amigos de los Museos	1966	Lleida	Registrada
AAM de Ciències Naturals de Barcelona	1994	Barcelona	Registrada
AAM de Gavà	1981	Gavà	Registrada
AAM de Molins de Rei	1970	Molins de Rei	Registrada
AAM de Reus	2013	Reus	Registrada
AAM Marítim de Barcelona	1991	Barcelona	Registrada

Nom de l'associació	Any de registre	Localitat	Observacions
AAM Memorial de l'Exili de la Jonquera	2014	Jonquera	Registrada
Associació Amics dels Museus de Catalunya	1967	Barcelona	Registrada
Associació Amics dels Museus d'Osona	1992	Vic	Registrada
Grup d'Amics del Museu-arxiu de Sentmenat	1987	Sentmenat	Registrada
Ass. d'Amics del Museu de Sant Boi	1988	Sant Boi de Llobregat	Registrada i desapareguda
Amics del Museu Geològic del Seminari de Barcelona	1998	Barcelona	Registrada i sense resposta
Asoc. de Amigos del Museo Buigas	1977	Cerdanyola del Vallès	Registrada i sense resposta
AAM del Càntir d'Argentona	1978	Argentona	Registrada i sense resposta
AAM del Traginer	2013	Igualada	Registrada i sense resposta
Ass. Cercle d'Amics del Museu de Lleida	2016	Lleida	Registrada i sense resposta
AAM Diocesà i Comarcal de Solsona	1986	Solsona	Registrada i sense resposta
AAM Monestir de Pedralbes	1996	Barcelona	Registrada i sense resposta
Ass. d'Amics i Col·lab. del Museu Etnològic del Montseny, la Gabella d'Arbúcies	2000	Arbúcies	Registrada i sense resposta
Amics del Museu de Juneda	-	Juneda	Sense resposta
AAM de Pallejà	-	Pallejà	Sense resposta
Amics del Museu de Vilabella	-	Vilabella	Sense resposta
Amics del Museu Etnològic	-	Barcelona	Sense resposta

Nom de l'associació	Any de registre	Localitat	Observacions
Amics del Museu Històric de Polinyà	-	Polinyà	Sense resposta
Amics del Museu i del Patrimoni	-	Palau Solità Plegamas	Sense resposta
Amics del Museu Municipal de Rubí	-	Rubí	Sense resposta
Amics del Museu Nacional de la Tecnologia	-	Terrassa	Sense resposta
Amics del Museu Víctor Balaguer	-	Vilanova i la Geltrú	Sense resposta
Amics dels Museus i del Patrimoni d'Esplugues	-	Esplugues Llobregat	Sense resposta
Amics Museu Torre Balldovina	-	Sta. Coloma Gramanet	Sense resposta
AAM de Castellgalí	-	Castellgalí	Sense resposta
Assoc. Cultural Amics del Museu d'Empúries	-	Empúries	Sense resposta
AAM Comarcal de Manresa	-	Manresa	No registrada
AAM Dalí	-	Figueres	No registrada
AAM de Banyoles	-	Banyoles	No registrada
AAM de Calella	-	Calella	No registrada
AAM de la Pesca	-	Palamós	No registrada
AAM de l'Esperanto	-	Subirats	No registrada i desapareguda
AAM de Pintura de Sant Pol	-	Sant Pol	No registrada
AAM de Sant Feliu de Codines	-	St. Feliu Codines	No registrada
Assoc. Amics del Ferrocarril	-	Vilanova i la Geltrú	No registrada
Assoc. Amics del Jardí Botànic	-	Barcelona	No registrada
AAM de Montcada	-	Montcada i Reixac	No registrada

Font: elaboració pròpia (2019).

Altres museus (alguns d'ampli reconeixement, com el Museu Picasso de Barcelona), no apareixen emplaçats en el mapa perquè el que ofereixen és un carnet de descomptes.

Comprovem que les associacions que van respondre a la nostra crida (que van ser 24) es concentren, sobretot, a les províncies de Girona i Barcelona i, dintre d'elles, s'imposen les zones més costaneres. Aquesta distribució coincideix també amb les zones més poblades (veure taula 5.3.) i, remuntant-nos en el temps, comprovem que també coincideix amb alguns dels llocs poblats de manera continuada des de fa segles.

Taula 5.3. Poblacions on s'ubiquen associacions, ordenades de menor a major segons el nombre d'habitants, posades en relació amb el nombre de socis

Localitat associació	Població / Nombre d'habitants	Nombre de socis
Subirats	3.044	4
La Jonquera	3.290	60
Sant Pol de Mar	5.299	80
Sant Feliu de Codines	6.259	14
Sentmenat	9.078	210
Palamós	17.910	74
Calella	19.069	239
Banyoles	19.826	20
Sant Feliu de Guíxols	21.925	251
Molins de Rei	25.868	324
Montcada i Reixac	36.239	21
Figueres	46.654	550
Gavà	46.771	270
Vilanova i la Geltrú	67.086	45
Manresa	77.714	39
Girona	101.852	822
Reus	104.373	139
Barcelona (7)	1.636.762	3375

Elaboració pròpia. Font: Idescat (2019).

5.3.2. Any de creació

De les 24 associacions de les quals en tenim fitxa, dues d'elles es van crear als anys cinquanta: l'Associació d'Amics del Museu de Molins de Rei —junt amb el seu museu— l'any 1953 (essent l'associació més antiga) i la del Museu de Pintura de Sant Pol, l'any 1956. En ambdós casos, la seva activitat s'ha mantingut invariable al llarg dels anys. L'any 1961 es va crear l'associació del Museu de Sant Feliu de Codines (tot i que no va tenir estatuts fins l'any 1993). Als anys setanta no es crea cap associació i, com veiem, durant tots els anys de franquisme fan que l'activitat associativa sigui molt baixa. Passat aquest període fosc, veiem que la creació d'associacions repunta, tot coincidint amb l'esclat de l'interès per la recuperació de la cultura catalana. Així doncs, trobem que als anys vuitanta es creen les associacions del Museu de Gavà i la de Sentmenat, abans de les lleis més modernes d'associacionisme (Figura 5.2. i taula 5.4.).

Tretze associacions es van crear als anys noranta, anys en què es va concentrar el volum de creació d'associacions més important de tota la història. La majoria d'associacions d'amics de museus van estar creades a partir de l'any 1992, tot coincidint amb la celebració dels Jocs Olímpics de Barcelona 92 i amb una reforma urbanística que passava per un pla de museus (com hem vist amb anterioritat, en capítols anteriors). Aquest fet es podia haver donat pels motius següents: la llei de museus de l'any 1990, la llei de patrimoni del 1993 i la creació, l'any 1991, de l'Institut Català del Voluntariat⁵⁷ (actualment desaparegut), que fomentava l'associacionisme i el voluntariat i que podria haver comportat un efecte crida per a crear noves associacions.

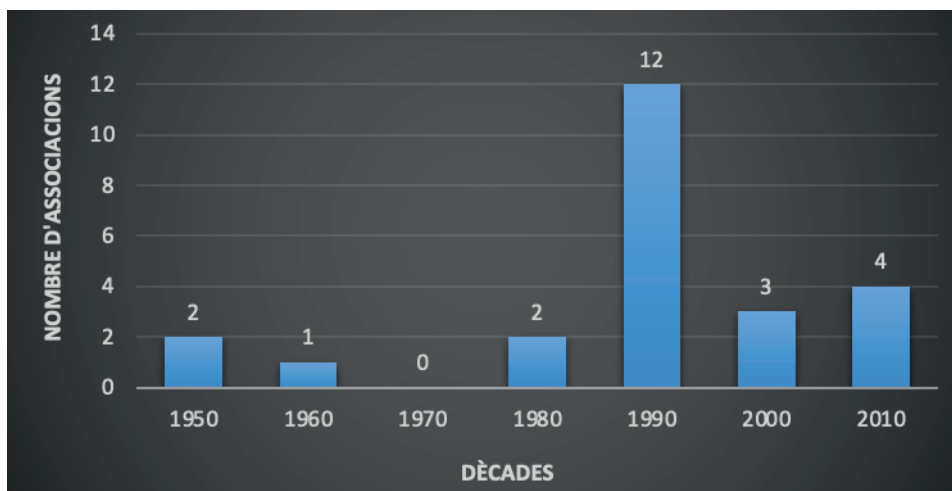
Passat aquest esclat dels primers anys noranta, hi ha una baixada del nombre de creació d'associacions que podria estar donat pel fet que la proliferació de museus i centres culturals durant els anys noranta va portar al col·lapse cultural i a la superpoblació de centres, fent que alguns d'ells haguessin de ser tancats o reconvertits per a altres usos no museístics.

Finalment, sis associacions van ser creades amb posterioritat a l'any 2000, essent les del Museu de Reus i del Museu de l'Exili de La Jonquera les de més recent creació. Ambdues associacions van ser creades l'any 2013, un cop superades

57 Creat amb la posada en marxa de la Llei 25/1991, de 13 de desembre, per la qual es creava l'Institut Català del Voluntariat.

diferents crisis polítiques i econòmiques de diferents sectors del nostre territori, com la crisi de l'habitatge.

Figura 5.2. Nombre d'associacions creades per dècades



Elaboració pròpia a partir de la fitxa enviada a associacions, 2019.

Taula 5.4. Anys de creació de les associacions d'amics de museus

Anys 50:	2		
Municipal, Molins de Rei	1953	Anys 2000	3
Pintura, Sant Pol	1956	AAM MNAC	2000
		Ferrocarril, Vilanova i la Geltrú	2008
Anys 60:	1	AAM St. Feliu de Guíxols	2009
AAM St. Feliu de Codines	1961		
		Anys 2010	4
Anys 70:	0	Esperanto, Subirats	2011
		Xocolata, BCN	2011
Anys 80:	2	Museu Exili, Jonquera	2013
AAM Gavà	1981	AAM Reus	2013
AAM Sentmenat	1987		

Anys 90:	12
Marítim, BCN	1992
Museu Art de Girona	1992
Jardí Botànic, BCN	1993
Museu Dalí	1993
CC Naturals BCN	1994
Pesca, Palamós	1994
AAM Banyoles	1995
AAM Calella	1995
Municipal, Montcada	1996
Museu Ha. Catalunya	1996
AAM MACBA	1998
Comarcal, Manresa	1998

Font: elaboració pròpia a partir de la fitxa enviada a associacions, 2019

En la següent taula veiem l'any de creació de cada associació (taula 5.5.) en relació amb la data de l'any del seu registre i la data de creació del museu al qual es vincula. Comprovem que l'any de creació de les associacions sol coincidir amb l'any de registre de les associacions (menys en el cas del Museu de Ciències Naturals de Barcelona, que la van registrar un any abans) i, per una altra banda, en relació amb l'any de fundació del seu museu comprovem que, per norma general (en 17 de les 24 associacions) l'associació d'amics es configura anys després de la data de fundació del seu museu.

Taula 5.5. Comparativa entre associacions atenent l'any de la seva creació, l'any de registre i l'any de fundació del seu museu

Nom associació	Any creació associació	Any registre associació	Any creació museu
Ass. d'Amics del Museu de Molins de Rei	1953	1970	1953
As. Amics Museu Pintura, Sant Pol	1956	-	1956
Ass. Amics del Museu Sant Feliu de Codines	1961	-	1970

Capítol V. Característiques de les associacions d'amics de museus a Catalunya

Nom associació	Any creació associació	Any registre associació	Any creació museu
Ass. d'Amics del Museu de Gavà	1981	1981	1978
Grup d'Amics del Museu-arxiu de Sentmenat	1987	1987	1987
Ass. d'Amics del Museu Marítim de Barcelona	1992	1991	1936
Amics del Museu d'Art de Girona	1992	1992	1976
Jardí Botànic, BCN	1993	-	1999
Museu Dalí, Figueres	1993	-	1974
Ass. d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona	1994	1994	1882
Museu de la Pesca, Palamós	1994	-	2002
AAM Banyoles	1995	-	1916 i 1928
AAM Calella	1995	-	1959
Museu Municipal de Montcada	1996	-	1982
Museu Ha. Catalunya	1996	-	1996
Comarcal, Manresa	1998	-	1896
AAM MACBA	1998	-	1995
AAM MNAC	2000	-	1931
Ferrocarril, Vilanova i la Geltrú	2008	-	1990
Amics del Museu de Sant Feliu de Guíxols	2009	-	1914
Esperanto, Subirats	2011	-	1968
Xocolata, BCN	2011	-	2000
Ass. d'Amics del Museu de Reus	2013	-	1934
Ass. d'Amics del Museu Memorial de l'Exili de la Jonquera	2013	-	2007

Font: elaboració pròpia (2021).

5.3.3. Composició

De totes les associacions de què es disposa informació, només set d'elles estan presidides per dones (representant així un terç de les associacions estudiades).

Aquesta dada es repeteix quan observem els impulsors fundacionals de les associacions: la majoria són homes i només apareix alguna dona quan els impulsors són un grup nombrós de persones, exceptuant el cas del Museu de Montcada, on la persona fundadora —única— és una dona. Hi ha alguna dona impulsora en vuit de les 24 associacions, però les dones sempre representen un nombre inferior al nombre d'homes, a excepció de dos casos: l'Associació d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona (3 dones i 1 home, o el que és el mateix: 3D-1H) i la de Sant Feliu de Guíxols (6D-2H). A la resta d'associacions la proporció és la següent (veure taula 5.6., ordenada de menor a major nombre de dones fundadores):

Taula 5.6. Comparativa de persones fundadores de les associacions ordenada de menor a major nombre de dones en elles

Associacions	Any creació	Dones	Homes
Museu de Banyoles	1995	1	2
Museu de Calella	1995	1	3
Museu Marítim de BCN	1992	1	3
Museu de Reus	2013	2	3
Ferrocarril, Vilanova i la Geltrú	2008	3	10
CC Naturals de BCN	1994	3	1
Esperanto, Subirats	2011	3	5
Sant Feliu de Guíxols	2009	6	2

Font: elaboració pròpia a partir d'enquesta a les associacions (2014).

En els altres quinze casos, els impulsors han estat homes que van engegar el projecte de manera individual (Amics dels Museus Dalí i del Museu de Sant Feliu de Guíxols), en parelles (Museu de Sant Pol de Mar) o en grup nombrós (més de tres persones, com són els casos del Museu de Gavà i el Museu Comarcal de Manresa).

En el cas de l'Associació d'Amics del Museu de Molins de Rei, els impulsors van ser un grup de treballadors de l'empresa tèxtil Samaranch. Aquest cas concret ens entronca amb el fenomen de les associacions de treballadors, que estan documentades a la zona del Baix Llobregat, nascudes a partir «d'una inquietud obrera per disposar de les pròpies eines en l'intent de millorar l'educació popular» (Carbonell, 1996:29). En la resta de casos, ens trobem que s'esmenta com a fundadors a homes amb nom i cognoms més altres socis sense especificar-ne el nom (Museu d'Art de Girona i Museu-Arxiu de Sentmenat), on es menciona un col·lectiu sense especificar-ne noms o només s'al·ludeix al nombre de persones, sense concretar-ne tampoc els noms.

En el cas de l'Associació d'Amics del Museu de la Xocolata, creada al 2011, la impulsora va ser la Fundació de l'Escola del Gremi de Pastisseria i Museu de la Xocolata, amb un format d'associació de carnet d'avantatges per fidelitzar clients visitants a les instal·lacions del museu.

5.3.4. Nombre de socis

De les associacions estudiades, n'hi ha de diferents dimensions, segons el seu nombre de socis (veure taula 5.7., ordenada de menor a major segons el percentatge d'augment):

Taula 5.7. Percentatge d'augment dels socis de les associacions, ordenades de menor a major nombre i on també es pot veure el seu creixement mitjà anual (dades any 2019). Les associacions marcades amb un asterisc no faciliten dades

Associació	Socis inicials	Socis actuals	Percentatge augment	Anys d'existència	Creixement mitjà anual
AAM MACBA	95	98	3,2	21	0,15
AAM St. Feliu de Codines	10	14	40	58	0,69
Pintura, Sant Pol	50	80	60	63	0,95
Municipal, Montcada	11	21	91	23	3,95
Comarcal, Manresa	20	39	95	21	4,52
Museu Exili, Jonquera	23	60	161	6	26,81

Associació	Socis inicials	Socis actuals	Percentatge augment	Anys d'existència	Creixement mitjà anual
AAM CC Naturals BCN	58	158	172	25	6,90
AAM Banyoles	7	20	186	24	7,74
Ferrocarril, Vilanova i la Geltrú	13	45	246	11	22,38
AAM Gavà	50	270	440	38	11,58
AAM Reus	25	139	456	6	76,00
AAM Pesca, Palamós	12	74	517	25	20,67
AAM St. Feliu de Guíxols	30	251	737	10	73,67
Jardí Botànic, BCN	29	383	1221	26	46,95
AAM Marítim, BCN	14	276	1871	27	69,31
AAM Sentmenat	9	210	2233	32	69,79
Museu Ha. Catalunya*	3	74	2367	23	102,90
Municipal, Molins de Rei	10	324	3140	66	47,58
Xocolata, BCN	1	53	5200	8	650,00
AAM Calella	4	239	5875,0	24	244,79
AAM Museu Dalí*	--	550	--	26	--
AAM Art de Girona*	--	822	--	27	--
AAM MNAC*	--	2333	--	19	--

Font: elaboració pròpia, 2021.

En el cas de l'Associació d'Amics del Museu de Girona el nombre de sòcies que són dones representen quasi un 65% del nombre total de socis. Com hem vist, pel que fa al nombre de socis, en els dos extrems oposats trobem a la Fundació Privada d'Amics del MNAC, que disposa de 2.333 associats i en l'altre extrem, l'Associació d'Amics del Museu de Sant Feliu de Codines, amb 14 socis i una població per sobre dels 6.000 habitants. En el cas del MNAC, desconeixem, ara per ara,⁵⁸ més dades concretes sobre aquests associats com per exemple, si hi ha

⁵⁸ Veure aquestes dades ampliades en el proper capítol, a partir d'una enquesta realitzada als associats de les Associacions d'Amics de Museus de Catalunya.

famílies senceres que en formin part o, si són més col·lectius de professionals agrupats, a què es dediquen o on viuen.

En la forquilla del mig, pel que fa a nombre de socis, trobem nou associacions amb menys de 100 socis, nou amb un nombre de socis entre 101 i 500 i, per últim, dues associacions amb més de 501 associats. L'Associació d'Amics del Museu d'Esperanto de Subirats, actualment sense activitat, no va facilitar aquesta dada.

S'observa si hi ha relació directa entre el nombre de visitants dels museus de Barcelona i el nombre de socis que tenen les associacions d'amics de la ciutat de Barcelona. En aquest cas, l'índex de correlació és 0,74, un índex força elevat (veure taula 5.8.). Tot i que aquest índex no és una causa directa del nombre de socis, sí que pot ser un factor d'increment natural del nombre total de socis de les associacions, és a dir, a més població real a la ciutat, més possibilitat d'augment de nombre de socis a les associacions.

Taula 5.8. Índex de correlació entre el nombre de socis i el nombre de visitants dels museus de la ciutat de Barcelona

Associació	Nombre de socis	Nombre visitants
AAM MACBA	98	331.694
AAM CC Naturals, BCN	158	238.848
Jardí Botànic BCN	383	11.708
AAM Marítim, BCN	276	303.967
AAM Xocolata, BCN	53	132.758
AAM MNAC_BCN	2333	550.709
AAM Història de Catalunya	74	132.923
	Índex de correlació:	0,74

Elaboració pròpia. Font: Generalitat de Catalunya (2018).

Es comprova també si hi ha relació directa entre el nombre de socis que tenen les associacions d'amics i el nombre d'habitants totals de la seva població. En aquest cas, l'índex de correlació és del 0,86. Així doncs, no sorprèn comprovar que en províncies i poblacions amb major densitat demogràfica, les associacions d'amics que hi conviuen, tinguin també un nombre més elevat de socis (veure taula 5.9.).

Taula 5.9. Índex de correlació entre el nombre de socis i el nombre d'habitants de diferents poblacions de les províncies de Barcelona, Girona i Tarragona (Idescat, 2019)

Associació	Nombre de socis	Nombre habitants
AAM Reus	139	103477
Comarcal, Manresa	39	76250
Ferrocarril, Vilanova i la Geltrú	45	66274
AAM Gavà	270	46705
AAM Montcada	21	35599
Municipal, Molins de Rei	324	25687
AAM Sentmenat	210	8957
AAM St Feliu de Codines	14	6184
Esperanto, Subirats	4	3025
AAM d'Art de Girona	822	100266
AAM Museus Dalí	550	46381
AAM St. Feliu de Guíxols	251	21824
AAM Banyoles	20	19615
AAM Calella	239	18728
Pesca, Palamós	74	17898
Pintura, Sant Pol	80	5178
Museu Memorial de l'Exili	60	3233
	Índex de correlació:	0,86

Font: elaboració pròpia a partir fitxa enviada a associacions (2019).

5.3.5. Les quotes d'associat

Pel que fa a la quota que paguen els socis per ser membres de l'associació, existeix una àmplia varietat, que va dels 0 als 60€ per persona i any. El més habitual és que hi hagi una única quota (i que aquesta no es pugui escollir) i la més habitual

és la de 30 euros anuals. En el cas de moltes associacions, la quota d'associat és 0. Algunes associacions tenen un escalat de preus, en funció de l'edat de l'associat o el grau d'implicació que vulgui tenir.⁵⁹

Els imports per ser socis varien força entre les diferents associacions. Observem tres associacions on no es paga res i una on només es paga 1€. A quatre associacions es paguen menys de 20€. En quatre, 30€ i en unes 25€ o 35€ a cadascuna d'elles. A l'extrem més elevat, tenim l'associació on es cobren 60€. En tots aquests casos, les associacions tenen una única quota i el soci no pot escollir entre opcions de preu.

Cinc de les 24 associacions, com dèiem, tenen un escalat de preus, en funció de l'edat de l'associat o segons el grau d'implicació que aquest en vulgui tenir dins l'associació. Així, trobem una associació que té una forquilla de 5€ a 300€ (corresponent a la quota de soci benefactor). En un altra cas, 9€ o 18€ (o quota individual o quota familiar). En una altra associació, o bé 14€ o bé 20€. Una altra que n'ofereix tres de diferenciades: 25€, 40€ o 60€. I per últim, la que n'ofereix des de 18€ fins a «a partir de 1.800€» (si es vol ser soci de la modalitat «Membre d'Honor»).

Observem si la quota influeix en el nombre d'activitats que es porten a terme, calculant l'índex de correlació entre les quotes i les activitats. L'índex de correlació entre la quantitat de la quota i el nombre d'activitats és baix (un valor de 0,02), per tant, com que la correlació és gairebé inexistent, no hi ha influència entre la quota i el nombre d'activitats.

Les quotes que paguen els associats és la principal font d'ingressos amb la qual compten les associacions (taula 5.10.). A més, algunes associacions compten amb les aportacions puntuals d'empreses locals (AAM La Jonquera), els romanents d'excursions i subvencions —no detallades— (AAM Sant Feliu de Guíxols), subvenció del seu ajuntament i algun ajut puntual de la Diputació de Barcelona (AAM Sentmenat) i també de l'ajuntament i del Parc de la Serralada de Marina (AAM Montcada i Reixac).

59 Aquest grau d'implicació pot ser membre d'honor, benefactor, protector o col·laborador.

Taula 5.10. Comparativa de quotes de les associacions ordenada de menor a major import

Associació	Quotes
AAM Sant Feliu de Codines	0 €
Ferrocarril, Vilanova i la Geltrú	0 €
AAM Xocolata	0 €
AAM Sentmenat	1 €
Museu de Banyoles	10 €
AAM Sant Feliu de Guíxols	10 €
Museu de la Pesca, Palamós	15 €
Museu de Calella	15 €
AAM de Gavà	18 €
Exili, Jonquera	25 €
Comarcal de Manresa	30 €
Museu de Pintura, Sant Pol	30 €
AAM Reus	30 €
AAM d'Art de Girona	30 €
AAM Dalí	35 €
AAM Marítim de BCN	60 €
Jardí Botànic de BCN	14 i 20€
AAM MACBA	25, 40 i 60€
Hª de Catalunya	9 i 18€
AAM MNAC	de 18 a 1800€
AAM CC Naturals de BCN	de 5 a 300€
Museu Municipal Molins de Rei	s/d
Esperanto, Subirats	s/d

Font: elaboració pròpia a partir de fitxes (2019).

5.3.6. Serveis oferts per les associacions

Les tasques de les associacions van dirigides en dues direccions: d'una banda a oferir activitats divulgatives als seus socis i a la població en general i, de l'altra, a oferir una sèrie de serveis tant al seu museu com a la societat.

Si analitzem l'activitat que realitzen les diferents associacions, veiem que aquesta és bastant similar entre totes elles. A banda de les seves ocupacions internes, les associacions s'encarreguen d'organitzar activitats amb les quals ajuden a difondre i a divulgar el patrimoni que conserva el seu museu, tant pels seus socis com pel públic en general que hi pugui estar interessat. Aquestes activitats poden ser: visites comentades, conferències, concerts relacionats, etc. (taula 5.11.).

Per un altre costat, a més, les associacions ofereixen diferents serveis als seus socis com puguin ser la informació periòdica de les novetats (butlletí), la gestió de possibles descomptes en activitats i publicacions del museu corresponent, l'oferta d'entrada gratuïta al museu o a altres museus de temàtica similar, la difusió de totes les activitats que s'organitzin (visites comentades, conferències, sortides, viatges, concerts, etc.), descomptes en articles i el servei de consulta documental. En el punt on trobem majors similituds entre associacions, és en els serveis que s'ofereixen, les activitats que es realitzen i la col·laboració amb el museu al qual van lligades. Hi ha alguna petita variació mínima entre elles, però l'oferta és molt similar. Les activitats que organitzen són diverses, és a dir, es pensen i programen activitats diferents cada any, no es dediquen només a una sola activitat com podia ser el cas de les associacions dedicades al teatre o al cant coral (Gómez, 2007). La majoria d'activitats estan obertes a tota la població, a excepció d'algun cas puntual.

Tot i que l'Associació d'Amics del Museu Marítim de Barcelona és l'associació que realitza menys activitats, és la que, degut a la temàtica del museu, ofereix activitats més singulars en comparació amb la resta d'associacions. Entre elles s'ofereixen activitats com tallers de modelisme naval, sortides de modelisme, cursos d'oficis i interpretació de plànols i recerca i recuperació de material en perill de desaparició. El seu *focus group* va ser molt entranyable perquè, degut a l'edat i l'experiència dels socis assistents, va fer gala d'una camaraderia i espontaneïtat infreqüent en aquest tipus d'àmbit, com veurem en el capítol corresponent.

Les activitats de les associacions demostren les polítiques que volen empènyer, tant en el terreny econòmic com pel que fa a política de públics.⁶⁰ Algunes d'elles dediquen les seves activitats a tota mena de franges d'edat. Algunes associacions, com l'Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona, dedica part del seu finançament a comprar alguna peça per al museu, tot i que l'adquisició d'obres sigui una activitat puntual i el gruix del finançament recaptat vagi destinat a oferir activitats per als socis i públic en general (en era prepanidèmia global). Aquí sí que veiem una diferència respecte a associacions d'amics internacionals, com és el cas dels Amis du Louvre, l'única finalitat dels quals és el recaptament de fons privats (donacions) amb què adquirir noves peces per al museu (web Amis du Louvre). Segurament el seu volum d'associats (uns 60.000 membres l'any 2021) permeten recollir fons suficients com per poder plantejar-se gestionar adquisicions per al museu del qual en són amics. A més, aquesta acció de patrocini democràtic, com ells mateixos expliquen, contribueix a apropar el museu al públic en dos sentits: per una banda, amb el fet que l'adquisició d'una peça concreta genera un gran sentiment d'orgull entre els socis que hi han col·laborat i, d'altra banda, perquè s'educa a les noves generacions en el sentit del valor del patrimoni col·lectiu.

Pel que fa a la convocatòria de premis, ajuts o beques, cap de les associacions analitzades convoca cap ajut per a la recerca del seu patrimoni, llevat de l'Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona, que convoca un premi al millor treball de recerca sobre el Museu d'Art. Hi ha d'altres casos d'associacions que convoquen premis de recerca, com per exemple és el cas de l'Associació d'Amics de la Seu Vella de Lleida (Font, 2003 i web AAM Seu Vella de Lleida).

Hem de dir que observem més similituds que diferències entre les diferents Associacions. Tot i això, hem detectat dos punts que ens han cridat especialment l'atenció: tres de les associacions⁶¹ fan que els seus associats puguin restaurar i conservar part del material conservat en el museu, com veurem més endavant, exercint un paper tècnic d'autèntics professionals.

D'altra banda, també volem destacar el fet que, la majoria d'associats no són només uns associats que, pagant una quota anual, gaudeixen d'uns beneficis, sinó que, alhora, són col·laboradors voluntaris del museu i que dediquen part del seu

60 Ens hem basat en les activitats indicades per les mateixes associacions i en la pròpia recerca realitzada.

61 Associació d'Amics del Museu Marítim de Barcelona i Associació socis i col·laboradors del Museu del Ferrocarril de Vilanova i la Geltrú.

temps lliure a realitzar tasques que afavoreixen el museu. És a dir, que aporten els seus coneixements, temps i mà d'obra, en pro de tota la societat. Però també existeix el soci mecenes, és a dir, el que només aporta diners, el soci silenciós, el que paga però no assisteix a res, com defineixen Holmes i Slater amb el seu concepte de *soci passiu* (Holmes i Slater, 2012).

Tot parafrasejant Gemma d'Armengol, podríem dir que aquests voluntaris no tenen el reconeixement ni la gratitud social que potser sí reben els voluntaris de museus en països anglosaxons, amb una llarga i consolidada trajectòria del voluntariat, com a tal. Creiem que aquesta tradició anglosaxona també es deu a una millor economia social. És difícil fer-se voluntari (a l'igual que fer donacions, obres benèfiques o de mecenatge) si la pròpia situació és de precarietat econòmica i hom ha d'emprar tot el seu temps a treballar per sobreviure.

Per últim, cal afegir que les associacions solen col·laborar amb el pertinent museu (en un 83,3%), realitzant alguns serveis o tasques de suport. És aquí on trobem la major varietat de funcions: difusió d'activitats, restauració de materials, edició de fulletons, conservació del fons o organització d'activitats. Val a dir que, en quasi tots els casos, es tracta de tasques voluntàries comunes a totes les associacions.

5.4. Les activitats associatives

Les activitats de les associacions demostren, com en el cas també dels serveis, les polítiques que volen seguir les associacions, tant en el vessant econòmic com pel que fa a política de socis. Algunes d'elles dediquen les seves activitats a totes les franges d'edats de la vida possibles (o desitgen fer-ho) i això demostra la seva voluntat universal i de voler arribar a tothom per igual.

Passem a analitzar i comparar les activitats que porten a terme les associacions que van respondre a la nostra crida amb les dades que ens van fer arribar a través de la nostra fitxa d'associació, d'elaboració pròpia (veure annex 9).

Revisant les activitats que es realitzen a les diferents associacions, comprovem que són similars entre elles i en el 100% dels casos estan dedicades a la divulgació del contingut del seu museu. Són activitats que tenen un caràcter recreatiu o de lleure, amb contingut de qualitat: visites comentades, conferències, concerts, tallers, recerca i altres actes socials com sopars. També es realitzen activitats fora del museu, com visites a altres espais o viatges culturals a altres països. Per poder analitzar amb major detall les activitats que es porten a terme a les diferents associacions, hem creat la següent taula, amb la llista de les cinc associacions

finals objectes d'estudi, la descripció de les activitats dutes a terme i el nombre realitzat (veure taula 5.11., ordenada per ordre alfabètic de nom de l'activitat). Les memòries anuals, així com la majoria de dades de les associacions, no sempre són públiques i s'ha de demanar específicament que es facilitin. Davant la reticència a enviar-les i al fet que s'ha de perdre molt de temps reclamant constantment documents i dades, al final s'ha optat per centrar-se en les cinc associacions amb les quals va ser possible organitzar els *focus groups*. És un tema que es tracta a les conclusions d'aquesta tesi: la por de les associacions a ser auditades i la manca —segurament involuntària— de transparència.

Taula 5.11. Nombre i tipologia d'activitats realitzades per les associacions, durant el període 2012-2016, ordenat alfabèticament per nom de l'activitat.

	<i>Museu Marítim</i>	<i>Art Girona</i>	<i>Gavà</i>	<i>Sentmenat</i>	<i>CC Naturals BCN</i>
Concerts	-	22	6	5	-
Concursos	5	-	-	-	-
Conferències	5	82	5	5	16
Cursos	5	-	-	-	-
Exposicions	5	51	1	5	-
Fires	-	-	-	10	-
Jornades divulgació	-	2	2	-	4
Publicacions	-	-	6	5	-
Restauració	2	3	-	-	-
Tallers	-	-	-	-	5
Viatges	-	5	6	-	-

Font: memòries anuals de cadascuna de les associacions. Elaboració pròpia (2017).

És amb aquestes activitats que els socis de les diferents associacions solen col·laborar amb el corresponent museu, fent algunes tasques de suport, de manera voluntària, altruista, solidària i desinteressada. És aquí on trobem la major varietat de funcions: difusió d'activitats, restauració de materials, edició de fulletons, conservació del fons o organització d'activitats. Cal dir que quasi en tots els casos, es tracta de treball desenvolupat per voluntaris.

Pel que fa a la relació de les associacions amb el museu del qual en són amics, les col·laboracions s'estableixen de diferents maneres: poden ser pecuniàries, de

cessió d'espais, d'oferta de serveis o mà d'obra per a tasques de manteniment o restauració (veure taula 5.11.) d'alguna peça del museu, com és el cas de la AAM d'Art de Girona i de la AAM Marítim de Barcelona.

En tots els casos, el museu cedeix un espai, material inventariable i fungible a l'associació d'amics perquè aquesta pugui desenvolupar la seva tasca. En alguna associació, el personal del museu també ofereix suport en ofimàtica, com és el cas del Museu Marítim.

La tasca més habitual és la de col·laborar conjuntament en la organització i difusió de les diferents activitats divulgatives de les exposicions del museu (visites comentades, tríptics, butlletí, etc.). En altres casos, com en el de l'Associació d'Amics del Museu de Calella, s'apadrina una sala i se'n costea el seu manteniment.

Tres de les associacions restauren obres del seu museu. Són els casos de l'Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona, la del Museu Marítim i la del Museu del Ferrocarril de Vilanova i la Geltrú. A l'Associació d'Amics del Museu de Calella no restauren ells directament cap obra, però sí que ajuden a sufragar-ne les despeses (tant de peces del museu com de l'arxiu).

En el cas de l'Associació d'Amics del Museu de Reus, l'associació està supeditada a les peticions que el museu els faci a cada moment.

En altres casos, tot coincidint amb museus de petites dimensions (Museu de Sant Feliu de Codines i Museu-Arxiu de Sentmenat), és la mateixa associació que també s'encarrega del 100% de la gestió del museu (canalitzant donacions pel Museu, realitzant tasques d'assessorament de conservació i divulgació patrimonial o les tasques administratives necessàries). De fet, els mateixos socis són els encarregats de gestionar, voluntàriament i com a afició, el museu.

Com hem vist, les activitats que es porten a terme en el si de les associacions d'amics de museus són molt semblants entre elles. On més similituds hi ha entre associacions és en les quotes que es paguen i en els avantatges i activitats que s'ofereixen. Aquestes activitats són molt variades i, tret d'algun cas molt particular (les maquetes del Museu Marítim), són similars entre associacions. S'ofereixen als socis, però, en gairebé el 99% s'ofereixen obertes al públic, per a tota la comunitat o, en algun cas que sigui de pagament, a diferent preu: els socis tenen un descompte. S'ofereixen activitats amb o sense la implicació del museu i a dins o a fora de les instal·lacions del museu del qual en formen part quant a associació. Es fan al llarg de l'any (no necessàriament coincidint amb cap festivitat) i per a diferents franges d'edat de socis.

L'assistència a les activitats i tot el *feed-back* que se'n pot recollir (el seu grau de coneixement, la seva valoració, l'ús que se'n fa, etc.), resulten un bon baròmetre per calcular l'impacte i el grau d'implicació dels associats, així com del grau de compromís de la resta de la societat amb una associació en concret.

5.5. Tipologia de museu

La realitat diversa de l'associacionisme a Catalunya i, en concret, dels amics dels museus, ens demostra que les associacions d'amics de museus comparteixen finalitats, missió, objectius i tipus d'activitats, tot i que la naturalesa del contingut del museu del qual en són «amigues» sigui molt variat. Ens demostra també que la seva finalitat és essencialment social, independentment del contingut del seu museu. En la taula següent (taula 5.12.) s'agrupen les associacions en funció del contingut del museu:

Taula 5.12. Associacions d'amics de museus, ordenades segons el contingut dels seus museus

Museu	Tipus de museu	Quantitat per tipologia
AAM Gavà	Arqueologia	1
AAM MACBA	Art	
AAM St. Feliu de Codines	Art	
Pintura, Sant Pol	Art	
AAM Dalí	Art	
AAM Art de Girona	Art	
AA MNAC	Art	6
AAM CC Naturals BCN	CC Naturals	
Jardí Botànic, BCN	CC Naturals	2
Museu Exili, Jonquera	Història	
AAM St. Feliu de Guíxols	Història	

Museu	Tipus de museu	Quantitat per tipologia
Museu Ha. Catalunya	Història	3
Esperanto, Subirats	Llengua	1
Municipal, Montcada	Miscel·lània	
Comarcal, Manresa	Miscel·lània	
AAM Banyoles	Miscel·lània	
AAM Reus	Miscel·lània	
AAM Sentmenat	Miscel·lània	
Municipal, Molins de Rei	Miscel·lània	
AAM Calella	Miscel·lània	7
Ferrocarril, Vilanova i la Geltrú	Tècnica	
Pesca, Palamós	Tècnica	
AAM Marítim, BCN	Tècnica	
AAM Xocolata, BCN	Tècnica	4

Font: elaboració pròpia.

5.6. Conclusions

Per recapitular, podem dir que les associacions presenten diversos punts en comú, però cadascuna també té les seves pròpies particularitats individuals i decideix la forma jurídica que li resulta més escaient. Catalunya compta amb una variada quantitat de formats d'associació, independentment de la zona geogràfica on s'ubiquin i independentment del tipus de museu del qual en siguin sòcies. En relació amb la naturalesa de les associacions, podem afirmar que és un fenomen que ocorre de manera estesa a tot el territori, sense tenir en compte ni el volum de població ni la mida del museu ni el seu contingut. Es donen totes les casuístiques i ens trobem amb el cas de grans associacions, amb un nombre important de

socis, en poblacions petites de comarques, com és el cas de Sentmenat. La zona geogràfica on es concentren més associacions correspon a les províncies de Girona i Barcelona i, més específicament, la zona més costanera.

Les associacions més antigues són dels anys cinquanta i alguna encara es manté en actiu, malgrat tots els embats històrics succeïts. D'altres associacions neixen després de la publicació d'una llei que les impulsa i les empara, l'any 1991, quan comprovem un gran creixement del nombre d'associacions.

Pel que fa als seus socis, s'aprecia una marcada diferenciació de gènere, a tots nivells: presidència, socis fundadors, socis beneficiaris i socis voluntaris. Cal dir que no és fins als anys 2000 que aquesta tendència comença a variar fins que es reverteix del tot i les dones comencen a ocupar els espais associatius en detriment dels homes. En el següent capítol veurem amb més detall aquesta qüestió de gènere aplicada al món associatiu.

On més similituds trobem entre associacions és en les quotes que es paguen, com dèiem, i en els avantatges i activitats que s'ofereixen. Aquestes són molt variades i, tret d'algun cas molt particular (com pot ser el de les maquetes de la AAM Marítim), són, com hem vist, molt similars.

Pel que fa a les activitats que ofereixen les associacions, van encaminades a donar a conèixer el fons del museu (amb visites guiades, conferències...) i oferir als socis viatges i jornades on es comparteixen interessos comuns i s'aprenen coneixements relacionats amb el seu àmbit d'interès. En qualsevol cas, aquestes activitats sempre fan de pont d'enllaç entre la societat i el museu i són una porta d'entrada a oferir coneixements d'una manera divulgativa. Les activitats i els serveis que ofereixen les associacions tenen un fort impacte sobre la societat ja que, tot i que donem per fet que aquestes sempre existeixen, recentment hem pogut comprovar com, a causa de la pandèmia de la COVID-19, el fet de no programar-se i no poder-se desenvolupar ha provocat un gran buit, deixant a molts socis sense comunicació amb persones amb qui senten interessos comuns, el que podríem considerar «família cultural» (sobretot en aquelles persones que estan soles i viuen l'associació com a motor social), i deixant alhora a tota la població orfa d'aliment cultural.

En el proper capítol veurem més amb profunditat què representa ser soci d'una associació d'amics d'un museu i quines implicacions comporta. Com és el perfil de soci, els seus hàbits més comuns i els seus sentiments vers l'experiència museística.

6



Castell de Sentmenat.
Fotografia: Eva Jove.

Capítol VI. El perfil del soci, els seus hàbits i els seus sentiments

6.1. Introducció

Després de conèixer les grans característiques de les associacions, com hem vist en el capítol anterior, en aquest capítol s'analitzaran els resultats obtinguts a la segona fase del treball de camp d'aquesta tesi doctoral: les enquestes realitzades als socis de les associacions d'amics de museus. Es partia de la hipòtesi que els museus exerceixen un impacte social positiu sobre el seu entorn i sobre el seu públic més fidel, és a dir, els socis de les associacions d'amics dels museus, i és per aquest motiu que aquest públic es va prendre com a població objecte del nostre grup enquesta. Com hem assenyalat a l'apartat metodològic, aquesta enquesta es va fer als socis dels disset museus que hem especificat en el capítol anterior.

L'enquesta, que es pot veure a l'annex 10 del final d'aquesta tesi, es contestava de manera anònima i voluntària, a partir de la tramesa enviada als seus associats. En total, es van recollir 250 enquestes, que corresponen a un 4,31 % de les enquestes enviades. Majoritàriament, les enquestes es van realitzar *online* (198 enquestes del total de 250), tot i que, en alguns casos, es van contestar també en paper (52 enquestes). El tractament que es va realitzar de les enquestes, especialment el fet d'estandarditzar el format de les respostes, es troba explicat amb detall a l'apartat «Metodologia» d'aquesta tesi.

Les enquestes van ser realitzades entre els mesos de maig i juliol de l'any 2014. De les associacions que van contestar l'enquesta en el seu dia, actualment ja no existeix l'Associació d'Amics de l'Esperanto (del Museu privat de l'Esperanto de Subirats). D'altra banda, mencionar que l'Associació d'Amics del Museu del Ferrocarril de Vilanova i la Geltrú va aturar la seva activitat temporalment i després la va reprendre novament l'any 2018. Les gràfiques i taules aquí

presentades són d'elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades obtingudes amb les enquestes (exceptuant les que provenen de dades directes de l'Idescat). L'anàlisi d'aquestes enquestes ens permet fer una radiografia dels socis de les associacions d'amics de museus, des del seu perfil social fins a aprofundir en els seus hàbits a dins els museus i comprovar què experimenten durant les seves visites als museus. En aquesta tesi, fins ara, havíem vist les característiques de les associacions, des del prisma de l'organització de les associacions. Amb les enquestes realitzades als socis que s'analitzen en aquest capítol comprovem com viuen els socis el fet de ser-ho, des del seu punt de vista individual i particular (com també veurem amb els *focus groups* en el següent capítol). Així doncs, s'estudien les associacions i els socis dels diferents museus, per observar-ne algunes característiques i comparar-les entre si. Vàrem crear una enquesta original, d'elaboració pròpia, que havia de tenir dues característiques: ser curta i també precisa. L'enquesta era curta, per tal que els socis/es que la responguessin no es cansessin abans d'acabar-la i, alhora, havíem de crear una enquesta amb unes preguntes precises de manera que fessin el màxim de diana en els temes en els quals ens interessava posar l'accent. D'aquesta forma, vàrem dividir la nostra enquesta en aquests tres apartats: el seu perfil, els seus hàbits/interessos i els sentiments que experimenten. En el primer apartat, el que es correspon al perfil del soci, es realitzen cinc preguntes per tal d'obtenir una radiografia del seu perfil sociodemogràfic. En el segon apartat, es fan cinc preguntes relacionades amb els hàbits culturals que tenen a veure amb els museus i l'ús que els socis en fan. I, per últim, en el darrer apartat, es plantegen cinc qüestions relacionades amb el sentir de l'experiència de ser soci i tot el que comporta en el terreny personal.

El conjunt de les enquestes estudiades ens permet, doncs, conèixer aspectes fonamentals sobre les característiques i dinàmiques que s'estableixen entre els tres actors implicats: el museu, les associacions i, alhora, amb els seus socis. D'aquesta manera, conèixer el perfil de soci ens permet comprovar si aquest perfil repeteix el mateix patró del «visitant ordinari» i habitual del museu. Analitzant els interessos dels socis, podem comprovar els hàbits del soci de l'associació, què comparteixen o què els diferencia. I, per últim, amb la darrera secció de l'enquesta ens interessava conèixer i poder comprovar quines sensacions, emocions, records i sentiments experimenten els amics dels museus durant la visita al museu o realitzant una col·laboració amb l'associació i les seves motivacions per fer-se soci. Realitzant les enquestes de manera individual, s'obtenen unes respostes i unes dades qualitatives que, si no estan dutes a terme amb aquesta tècnica,

difícilment es poden recollir aquests coneixements i aquesta memòria tan privada de cadascuna de les persones que han participat en l'estudi. Les dades que es generen al voltant de les associacions no es coneixen amb massa precisió (si ens referim a dades generals de les mateixes associacions) i aquesta tesi és una manera de donar a conèixer aquestes dades objectives més professionals i organitzatives, com també una manera de fer aflorar les dades més subjectives que concerneixen els seus socis i totes les seves vivències experimentades pel fet de ser socis.

6.2. Perfil

El primer apartat de l'enquesta, el que es correspon amb el perfil del soci, consta de cinc preguntes, com es pot veure al mateix qüestionari, consultable a l'annex corresponent (annex 10). El perfil de soci que hem elaborat es defineix a partir de les cinc primeres preguntes de l'enquesta, que plantegen qüestions per conèixer el perfil sociodemogràfic que tenen els socis i per conèixer si aquest perfil es repeteix en totes les associacions de la mateixa manera. És l'apartat més concret de respondre i que, per tant, menys susceptible d'interpretacions. Les preguntes que es realitzen en aquest apartat són: nom de l'associació a la qual es pertany, edat, gènere, nivell d'estudis acabats i, per últim, lloc habitual de residència.

Tot seguit passem a veure cadascuna d'aquestes preguntes amb més concreció i a analitzar-ne els resultats obtinguts.

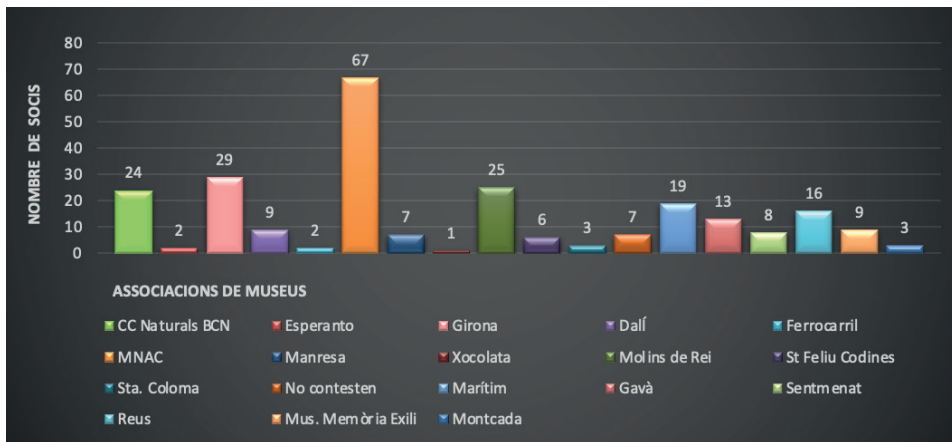
6.2.1. Associacions a què pertanyen les persones enquestades

La primera pregunta de la nostra enquesta, «Nom de l'associació a la qual pertany», ens permet veure a quines associacions pertanyen les persones enquestades. Observem que algunes persones no contesten a aquesta pregunta, tot i no ser una pregunta especialment personal. El percentatge de persones que no responen a la primera pregunta representa un 2,8% del total d'enquestats (7 persones). És un percentatge baix i poc significatiu però, de totes formes, en base a la data d'entrada de l'enquesta i a les respostes d'altres camps, en aquest cas s'ha emprat el camp per poder identificar l'enquesta per després poder-la relacionar i creuar amb altres preguntes posteriors on les ubicacions sí que tenen importància. D'altra banda, cal afegir que tant aquí com en la resta de respostes de l'enquesta

s'han estandarditzat les respostes per poder oferir el càlcul correcte dels resultats que són iguals, d'una manera homogènia.

Com s'observa a la gràfica 1 (figura 6.1.), la majoria de les persones que han respost l'enquesta pertanyen al MNAC, amb un 26,8% (67 persones), atès que el seu nombre de socis també és el més elevat de totes les associacions enquestades. Tot i així, és una dada baixa de participació en relació al seu nombre total de socis (2.333 socis). Això s'explica per l'avançada edat dels socis (veure resultats a la pregunta núm. 2 de l'enquesta) i el seu poc accés a les tecnologies, tot i que per pal·liar aquesta bretxa tecnològica es va fer també un repartiment d'enquestes en paper en una de les seves assemblees, on van contestar l'enquesta en paper 22 socis.

Figura 6.1.: Associació a la qual pertanyen els enquestats. La llegenda es llegeix primer d'esquerra a dreta i després de dalt a baix



Font: elaboració pròpia a partir dades enquesta (2014).

A continuació, són els socis de l'Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona, amb un 11,6% els qui responen de manera més nombrosa. En el seu cas, també dues enquestes es van respondre a mà. Aquest fet posa de manifest la bretxa tecnològica d'alguns socis que són d'edat avançada. Per contra, la participació més petita la tenim representada amb una sola enquesta rebuda, pertanyent als Amics del Museu de la Xocolata. Aquesta associació té 53 socis actius (any 2013), no és de les associacions més petites que existeixen a Catalunya i, a més, està situada al centre de Barcelona ciutat. El fet de rebre només una sola

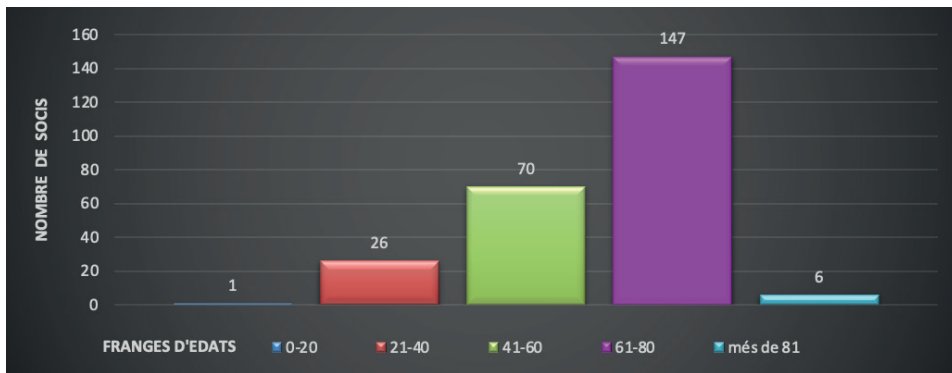
enquesta ens fa pensar que pot tenir relació amb la pròpia naturalesa d'aquesta associació: va ser creada per un gremi professional i no per iniciativa social. A banda d'aquest fet significatiu, ser amic d'aquesta associació permet poder gaudir d'una sèrie d'avantatges econòmics d'un lloc que tracta un producte alimentari. Tot i que Catalunya és un país on es consumeix molta xocolata —durant tot l'any i en ocasions assenyalades— també és cert que existeix una manifesta consciència dietètica sobre menjar sa que no n'aconsella el consum habitual i això pot provocar que menys persones estiguin interessades en aquest producte i, de retruc, en aquest museu i en la seva associació d'amics. Per últim, cal dir que, al tractar-se d'un carnet de descomptes, no s'estableix una connexió profunda amb el contingut del museu, com passa en d'altres museus, ni es genera aquest fort sentiment d'identitat i de patrimoni.

6.2.2. Edat

Pel que fa al tema de l'edat dels socis de les associacions partíem d'un objectiu i d'una hipòtesis (H1), que consistia a comprovar si el perfil del soci era igual o diferent al perfil de visitant ordinari del museu. Crèiem (H1) que el perfil de soci era d'edat avançada (+65) i, per tant, era més gran que el visitant ordinari dels museus. Sobre la hipòtesi, arrencàvem del pressupòsit que l'edat majoritària dels socis seria la de majors de 65 anys i les dades obtingudes així ho confirmen. Amb els resultats de l'enquesta es confirma que l'edat majoritària dels socis és de 61 a 80 anys (amb un 58,8%, veure figura 6.2.), seguida per la franja de 41 a 60 anys (28%) que és quasi la meitat de la franja de 61 a 80 anys. Per poder-ho comprovar vàrem incloure la pregunta de l'edat a la nostra enquesta (que després hem compilat en franges d'edat). Pel que fa a l'objectiu, constatem que el perfil majoritari de soci de les associacions és d'una edat més avançada que el visitant ordinari de museu que respon al perfil següent: home de mitjana edat, de nivell d'estudis mig-alt i amb inquietud pels museus. A efectes pràctics aquest fet es tradueix en diferents implicacions: significa que el rol actiu a les associacions demanda més temps i que, per tant, aquesta dedicació no es pot exercir fins a arribar l'edat de jubilació (+65) de la vida laboral. També significa que les associacions tenen una població més envellida (+65) i, com veurem més endavant, els costa implicar en elles a gent jove (menors de 40 anys), que representen el 10,8% dels socis enquestats. Aquest punt pot ser degut a la percepció anacrònica que existeix de les associacions, en comptes de veure-ho com una oportunitat filantròpica, d'inici de desenvolupament professional o creixement personal.

Si posem en relació la pregunta 1, nom de l'associació i la pregunta 2, edat, veiem que no tots els museus són iguals i s'aprecia cert contrast entre les diferents associacions: així, 8 dels museus tenen socis més joves que la mitjana d'edat (Amics del MNAC, Amics del Museu Comarcal de Manresa, Amics del Museu Dalí, Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona, Amics del Museu de Gavà, Amics del Museu Arxiu de Sentmenat), mentre que, per volum d'enquestes els Amics del Museu de la Xocolata (1 enquesta) i els Amics del Museu de les Maleses (3 enquestes) no són una mostra prou representativa. El fet que aquestes associacions tinguin com a socis unes edats més joves, pot respondre al fet que els seus socis siguin de fora de la població i fins i tot de fora de Catalunya i que no prenguin part de manera activa de les activitats ni de la junta de l'associació i només siguin socis de manera filantròpica, és a dir, per donar suport/suport econòmic.

Figura 6.2.: Franges d'edat dels socis

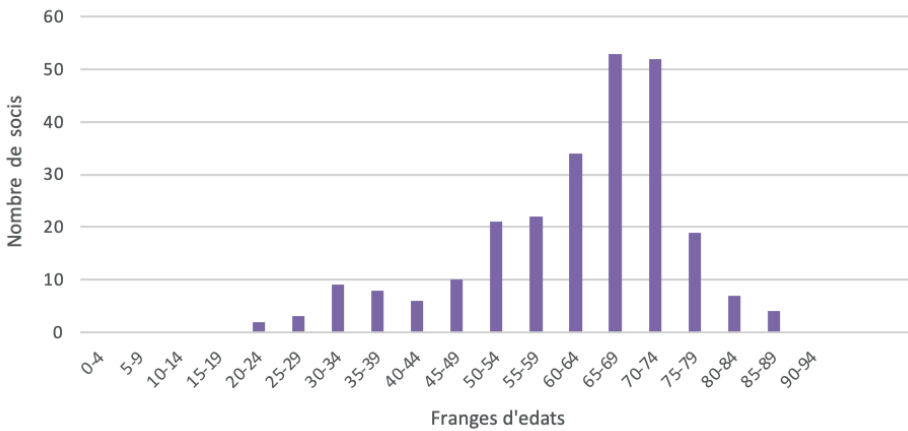


Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

A més de revisar les franges d'edat dels socis, n'hem analitzat la seva freqüència, és a dir, la distribució d'edats dels socis de les associacions, o dit d'una altra manera, el nombre de persones que hi ha a cada grup/franja d'edat. Comparada amb la freqüència d'edats de Catalunya, observem que la distribució és diferent: la dels socis ens demostra que la gent quan es jubila té més temps per col·laborar amb les associacions. Si seguim observant l'histograma de la freqüència d'edat dels socis (figura 6.3.) i la comparem amb la freqüència d'edat de Catalunya (figura 6.4.) comprovem el següent: a les associacions, l'edat de 65 a 69 anys és la més abundant (amb 53 socis), seguit de la franja de 70 a 74 anys (amb 52 socis). En

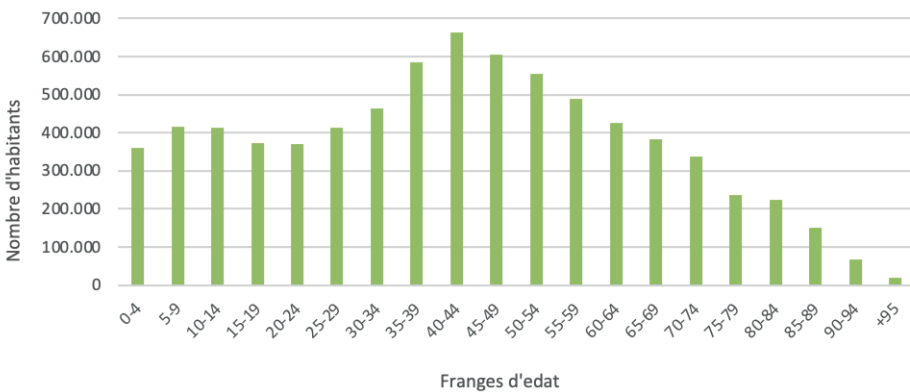
el primer histograma, esbiaixat cap a l'esquerra, veiem que la mitjana és menor que la mitjana d'edat. A Catalunya, en canvi, la franja d'edat amb més habitants és la franja de 40 a 44 anys, amb 662.977 habitants. Les franges d'edat de 65 a 69 anys i de 70 a 74 anys tenen 383.516 i 337.597 habitants, respectivament (Idescat, 2018). Si sobreposem els dos histogrames (figura 6.5.) veiem millor la diferència entre la freqüència d'edat dels socis (65 a 74 anys) comparada amb la freqüència d'edat dels habitants de Catalunya (35 a 54 anys).

Figura 6.3. Freqüència d'edat dels socis



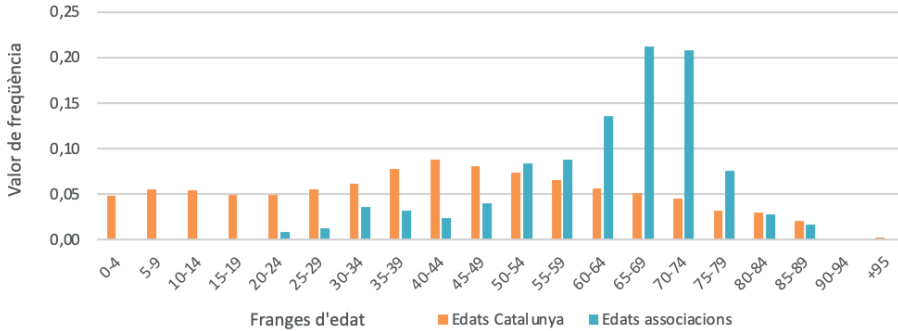
Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Figura 6.4.: Freqüència d'edat habitants de Catalunya, a 1 de gener de 2018



Font: Idescat.

Figura 6.5.: Comparativa de la freqüència d'edat dels habitants de Catalunya i la freqüència d'edat dels socis de les associacions enquestades

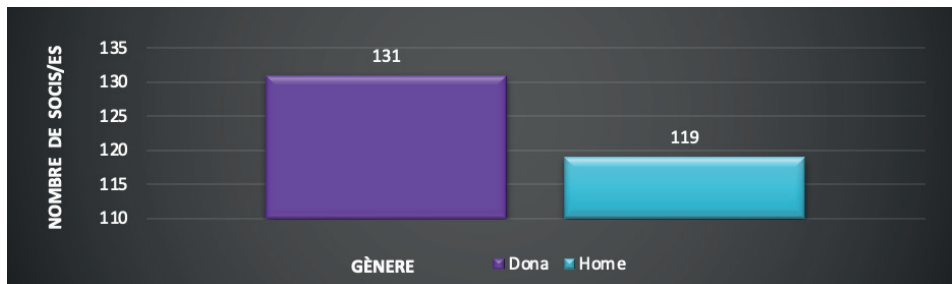


Font: elaboració pròpia a partir de les dades de la figura 6.3. i figura 6.4.

6.2.3. Gènere

A l'enquesta només es van donar dues opcions de gènere, tot i que som conscients de la diversitat de gèneres existents i segurament ara mateix no enfocariem aquest pregunta amb les mateixes opcions de respostes. Les dades obtingudes mostren que la majoria de les persones associades que han respost són dones (figura 6.6.), amb un 52,4%. Tot i que les sòcies són majoritàriament dones, hi ha força equilibri entre els gèneres, segons les respostes obtingudes a l'enquesta. Si extrapolem aquestes dades al conjunt dels associats, obtenim un gènere diferent al gènere del perfil del visitant ordinari del museu.

Figura 6.6.: Gènere dels socis



Font: elaboració pròpia a partir de les enquestes (2014).

Si posem en relació la pregunta 1, nom de l'associació i la pregunta 3, gènere, comprovem que aquesta dada es repeteix en les divuit associacions excepte a les sis següents, on el soci majoritari és home: l'Associació d'Amics del Museu Molins de Rei, Socis i Col·laboradors del Museu del Ferrocarril de Catalunya, Amics del Museu Municipal Can Xifreda de Sant Feliu de Codines, Associació d'Amics del Museu Arxiu de Sentmenat, Associació d'Amics del Museu Marítim de Barcelona i Associació d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona.

Creuant les dades d'edat amb les de gènere, el que s'observa és el següent: en les franges d'edat de menys de 20 anys i de més de 81 anys hi tenim socis homes. En la franja de 21 a 40 anys hi tenim el mateix nombre de dones que d'homes (13 i 13). En la franja de 41 a 60 anys hi ha més del doble de dones que d'homes i, per últim, a la franja d'edat de 61 a 80 anys hi ha 3 homes més que dones.

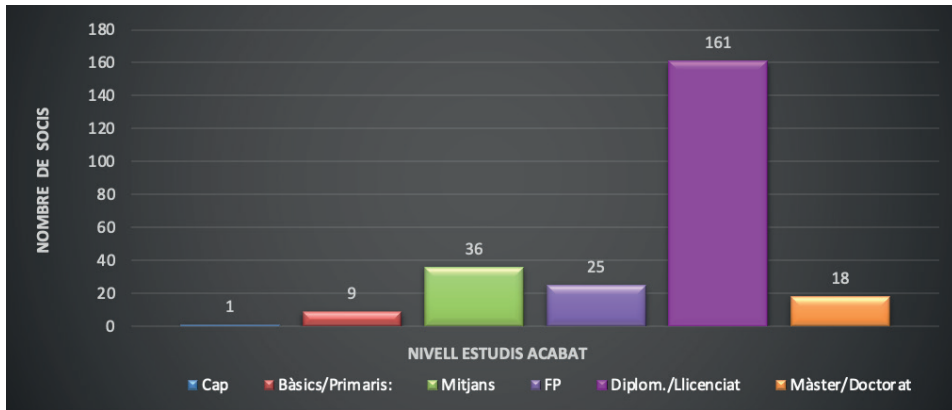
6.2.4. Nivell d'estudis

En la tercera pregunta de l'enquesta es demanava pel nivell d'estudis «acabats», per no donar peu a confusió i evitar que els socis dubtessin entre els ja acabats o els que s'estaven cursant, si era el cas. Amb aquesta pregunta volíem comprovar si els socis tenen estudis mitjans-alts, com en el cas del perfil de visitant ordinari als museus.

Es confirma que els socis de les associacions tenen, amb un 71,6%, un nivell d'estudis universitaris, corresponent a grau universitari —grau, diplomant o llicenciat i màster/doctorat— (figura 6.7.), a l'igual que el perfil de visitant ordinari dels museus. Aquesta dada l'associem a una qüestió que veurem després que és el fet de visitar un museu amb la motivació d'aprendre-hi.

Si posem en relació la pregunta 1, nom de l'associació i la pregunta 4, el nivell d'estudis acabat, s'observa que també totes les associacions, sense excepció, tenen un nivell d'estudis de diplomant, llicenciat o superior, amb uns percentatges sempre per sobre del 50% i que arriben fins al 100%. Per tant, és el tret social més comú i més similar entre totes les associacions. I aquí se'ns planteja el gran dubte de sempre: si sabem que aquest perfil d'estudis entra al museu, perquè no portem el museu a fora? I, alhora, com ho fem per captar públic d'edats inferiors, que està en un altre nivell d'estudis?

Figura 6.7.: Nivell d'estudis acabat dels socis



Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

6.2.5. Lloc habitual de residència

Pel que fa a la pregunta de l'enquesta sobre la població, per tal d'evitar confusions amb altres tipologies de residència, es va concretar com a enunciat «Lloc habitual de residència» (figura 6.8.). Amb els resultats a aquesta pregunta volíem comprovar si els socis viuen prop del museu o bé si hi ha una certa distància.

Pel que fa a la distància entre la ubicació física de les associacions i el lloc de residència dels seus socis, comprovem el següent:

Els socis de Sentmenat són els que viuen més a prop del seu museu. El 100% dels enquestats viuen a Sentmenat mateix, és a dir, són gent vivint al poble, que estimen la cultura i el patrimoni del seu poble i per defensar-lo i difondre'l, se'n fan socis (tot i que com veurem posteriorment, sabem que tenen socis en altres països). L'associació que té els socis més lluny és l'Associació d'Amics del Museu Dalí, que té un soci resident a Madrid. No cal dir que Dalí és un artista universal i que el seu conjunt de museus atreuen a interessats i a turistes d'arreu del planeta. Per tant, no és d'estranyar que, d'entre els seus socis, també hi hagi socis residint a Madrid, on Dalí també va residir i on hi va tenir unes vivències cabdals per la seva obra. Després, l'associació d'Amics del Museu de Reus té dos socis residint a Barcelona ciutat (a 113 km) i la resta dels seus socis són de la ciutat de Reus.

Quant a les altres associacions, si posem en relació la pregunta 1, nom de l'associació i la pregunta 5, lloc de residència, a través de la mitjana de kilòmetres dels seus socis, els resultats que obtenim són els següents, ordenats de menor a major nombre de kilòmetres (taula. 6.1.):

Taula 6.1.: Mitjana en km de distància entre el museu i el lloc de residència dels seus socis

Associacions	Mitjana de km
Amics del Museu de la Xocolata	0,00
Amics Sentmenat	0,00
Amics Torre Balldovina	3,95
Associació Amics del Museu Les Maleles	8,57
Associació d'Amics del Museu de Gavà	10,35
Amics Museu Molins de Rei	11,28
Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona	16,58
Associació Amics del Museu de Sant Feliu de Codines	22,00
Associació Museu Comarcal de Manresa	25,65
Museu Marítim de Barcelona	25,71
Associació d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona (AAMCNB)	33,71
Associació d'Amics del MUME	36,77
Socis i Col·laboradors del Museu del Ferrocarril de Catalunya.	45,10
Associació Museus Reus	56,50
Associació Catalana d'Esperanto	63,40
Amics del MNAC	113,48
Amics del Museu Dalí	225,68

Font: elaboració pròpia a partir d'enquesta (2014) i Google Maps (2021).

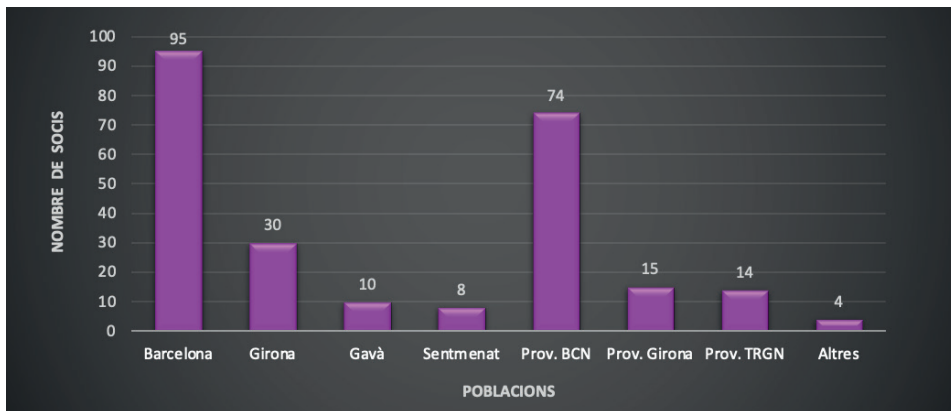
Cal dir que a totes les associacions (exceptuant la de Sentmenat) hi ha socis de la ciutat de Barcelona. Això pot significar tres coses: que gent nascuda a diferents poblacions està vivint ara a Barcelona i quan visita el seu lloc d'origen natal o de creixement, aprofita per visitar el seu museu i fer-se'n sòcia, o bé que

els ciutadans de Barcelona surten de la ciutat per descobrir nous pobles i nous museus, allunyats de la gran ciutat i decideixen fer-se'n socis i, per últim, que els socis viatgen on sigui per conèixer nous museus i que no els hi importa fer kilòmetres per tal de descobrir nous llocs culturals.

L'Associació d'Amics del MNAC és la que té més diversitat de poblacions d'entre els seus socis, amb 19 ubicacions diferents. De nou, el fenomen del turisme podria ser rellevant per explicar aquest fet. De totes maneres, som més partidaris d'altres hipòtesis d'explicació, ja que un dels trets dels turistes és que estan de pas i/o que visiten museus perquè els hi organitzen la visita. I el fet de fer-se soci, com veurem, comporta unes implicacions més estretes: implica un lligam més profund amb el museu, una connexió per algun motiu (que veurem posteriorment), un vincle emocional que fa fer aquest pas d'unir-se al museu i donar-li suport com a soci/a.

Seguidament del MNAC, comprovem que els Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona (amb vuit poblacions diferents) és el segon museu que té més varietat de poblacions i, en tercer lloc, els Amics del Museu Marítim de Barcelona (amb set poblacions). Aquest fet s'explica pel fet d'estar situats a Barcelona ciutat (un lloc freqüentat per venir a passar el dia i per venir específicament a visitar exposicions), per ser uns dels museus més antics de la ciutat i també pel fet de ser referents a Catalunya en la seva temàtica.

Figura 6.8.: Lloc de residència dels socis



Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Concloem aquest primer apartat de l'enquesta, sobre el perfil del soci, amb les següents dades sobre aquest model de públic visitant: el soci majoritari de les associacions d'amics de museus de Catalunya es correspon al perfil següent: dona, de més de 65 anys, amb estudis alts, que viu a prop del museu del qual n'és sòcia. D'altra banda, creuant aquestes dades sociodemogràfiques entre sí, es conclou, com s'ha indicat en cada apartat, que no en totes les associacions es repeteix aquest mateix patró de perfil de soci, amb només unes lleugeres diferències.

6.3. Interessos / Hàbits

El segon apartat de l'enquesta, el que es correspon amb els interessos i/o hàbits del soci de les associacions d'amics de museus de Catalunya, consta també de cinc preguntes (són les que corresponen als números 6 a 10 de l'enquesta). En aquest apartat es fan preguntes, principalment, sobre els hàbits dels socis en relació amb l'associació i/o a d'altres associacions, per conèixer quins costums tenen els socis de les associacions d'amics de museus i quins usos fan de les associacions. Les preguntes que es fan en aquest apartat són:

- Quants anys fa que s'és soci de l'Associació;
- A quines altres associacions d'amics de museus pertany;
- A quines altres associacions que no siguin de museus es pertany;
- Si es visiten altres museus
- Quins museus s'han visitat en els darrers 12 mesos.

A continuació analitzem cadascuna d'aquestes preguntes amb més detall per poder examinar-ne els resultats extrets.

6.3.1. Anys de soci a l' Associació

Es va realitzar la pregunta de quants anys feia que s'era soci/a de l'associació, a la nostra enquesta, per tal de saber quina antiguitat tenien els socis/es membres de les associacions. Aquesta dada, a més de per saber quants anys fa que són socis/es, ens serveix per saber el grau de fidelitat dels socis/es amb l'entitat al llarg dels anys, és a dir, del museu i per saber també si en algun moment havien decidit interrompre la seva relació de soci.

Al contrari de la hipòtesi que inicialment teníem, la majoria d'enquestats fa menys de 5 anys que són socis de la seva associació (figura 6.9.), amb un 40,8%. Després, el 23,2% fa entre 6 i 10 anys que és soci de la seva associació (58 enquestats), seguit d'un 21,2% que ho és des de fa entre 11 i 20 anys (53 enquestats). La mitjana d'anys de ser soci és de 9,25 anys (\pm 8,28 anys). La mitjana i la seva desviació estàndard⁶² d'anys de pertinença a cada associació (taula 6.2.), ordenada de més gran a més petita, és la següent:

Taula. 6.2.: Mitjana i desviació estàndard anys del soci a l'associació

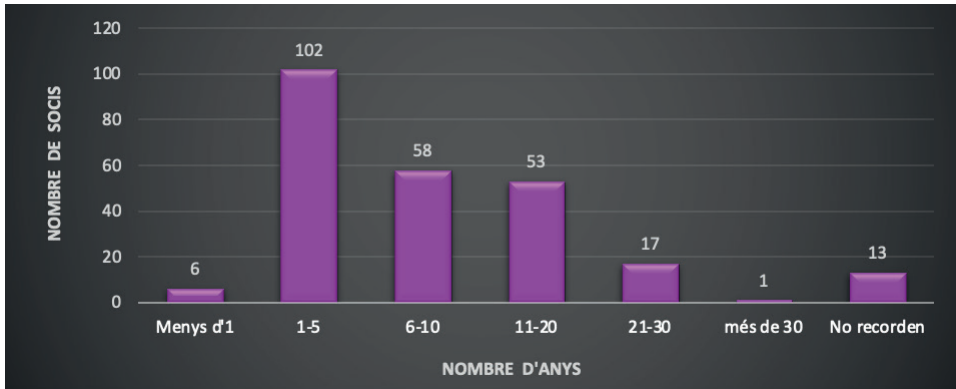
Nom associació	Mitjana	Desviació estàndard
Amics del Museu de Gavà	22,18	9,69
Amics Museu d'Esperanto	18,50	21,92
Amics del Museu Arxiu de Sentmenat	13,63	9,62
Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona	13,13	9,36
Amics del Museu de Molins de Rei	11,41	9,63
Amics del Museu d'Art de Girona	10,85	6,58
Amics Museu Municipal Montcada	10,00	6,11
Socis i Col·laboradors del Museu del Ferrocarril de Catalunya	10,00	7,07
Amics del Museu Municipal Can Xifreda de Sant Feliu de Codines	9,83	8,54
Amics del Museu Comarcal de Manresa	9,50	7,40
Amics del Museu Marítim de Barcelona	9,13	6,38
Amics Museu Torre Balldovina Santa Coloma	9,00	6,08
Amics del MNAC	5,59	3,47
Amics del Museu Dalí	4,56	4,45
Amics del Museu de l'Exili	3,83	0,75
Amics del Museu de Reus	3,63	1,20
Amics del Museu de la Xocolata	1,00	0,00

Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

62 La desviació estàndard és un concepte estadístic que mostra la desviació que hi ha respecte a la mitjana i es calcula mitjançant una fórmula predefinida, en el nostre cas, l'excel.

Els que no recorden quants anys fa que són socis, els hem agrupat en una columna, ja que ha estat impossible concretar uns anys pel context de la resta de l'enquesta. Així doncs, tenim a la nostra gràfica la columna de «No recorden» pels 13 enquestats que no han pogut precisar l'any del seu ingrés a l'associació com a socis.

Figura 6.9.: Anys de pertinença dels socis a l'associació



Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

A l'inici de la nostra recerca, pensàvem que l'antiguitat del museu i/o l'antiguitat de l'associació podien estar directament relacionades amb l'antiguitat dels seus socis, és a dir, amb els seus anys de pertinença a l'associació. Volíem comprovar si els socis portaven tants anys a l'associació com anys té l'associació i/o com anys d'existència del seu museu. Si ens fixem en la correlació entre variables estadístiques, els coeficients que obtenim són els següents: entre l'any de creació del museu i la mitjana d'anys que fa que en són socis, el coeficient és 0,057. Entre l'any de creació de l'associació (que gairebé en tots els casos és sempre inferior a l'any de creació del seu museu) i la mitjana d'anys que fa que en són socis, el coeficient és 0,342. Per tant, amb aquests dos valors, comprovem que la hipòtesi inicialment plantejada que com més antic és el museu i com més antiga l'associació, més antics són els seus socis, no és certa, ja que les dades no estan fortament correlades entre si, donant uns valors molt baixos de correlació (recordem que els socis, en la gran majoria, es fan socis en edat no laboral). A banda de desmentir la hipòtesi inicial, la conclusió rellevant que n'extraïem és que les associacions presenten un problema de captació de soci en edat jove.

6.3.2. Pertinença a altres associacions amics dels museus

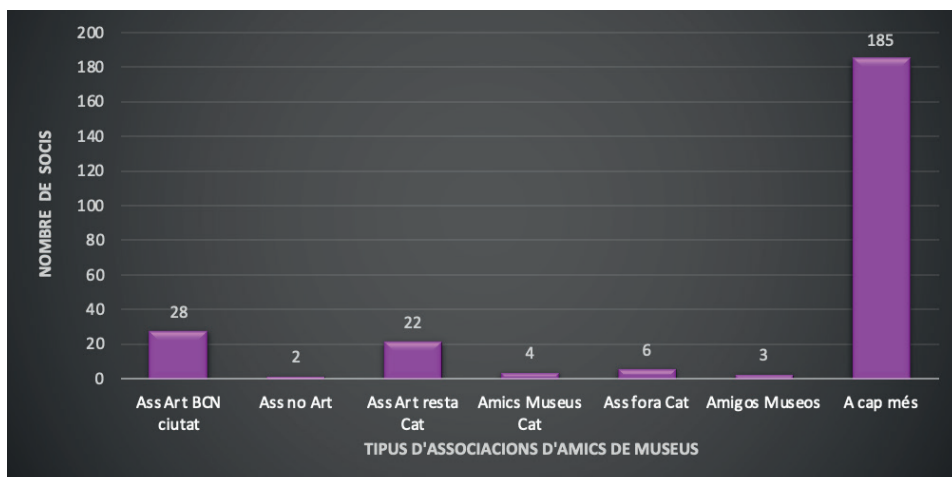
Un altre tema que ens interessava saber dels socis de les associacions d'amics de museus era si els socis objecte d'estudi eren també actius en d'altres associacions i, en concret en aquesta pregunta, en d'altres associacions d'amics de museus. Les dades, en aquest sentit, mostraren que el nombre de persones que són membres de dues o més associacions són el 26,8%. El que indica aquesta dada és que hi ha un grup reduït de socis que estan preocupats i compromesos per diferents tipus de patrimoni cultural i també podria indicar una situació econòmica estable com per poder donar suport econòmic a totes les associacions de les quals són amics. Tot i que de manera majoritària, un 73,2% de les persones enquestades són sòcies només d'una sola associació d'amics de museus (la seva, figura 6.10.), un 19,6% ho són de dues associacions de museus i un 7,2% pertanyen a tres o més associacions. Això pot ser degut a diferents motius: per manca d'altres interessos, per manca de temps o bé per manca de poder adquisitiu. En la primera gràfica (figura 6.10.) veiem a quantes associacions pertanyen els socis (el nombre, la quantitat) i en la segona (figura 6.11.) podem veure de quines associacions de museus més en són socis, amb una classificació de tipologia realitzada a partir de les respostes rebudes, que és la següent: AAM d'Art de Barcelona ciutat, AAM que no són d'Art de Barcelona ciutat, AAM d'Art de la resta de Catalunya, de l'Associació d'Amics dels Museus de Catalunya, AAM de fora de Catalunya, Asociación de Amigos de los Museus i per últim, «a cap més».

Figura 6.10.: Nombre d'associacions d'amics de museus a què pertanyen els socis



Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Figura 6.11.: Pertinença a altres associacions d'amics de museus



Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

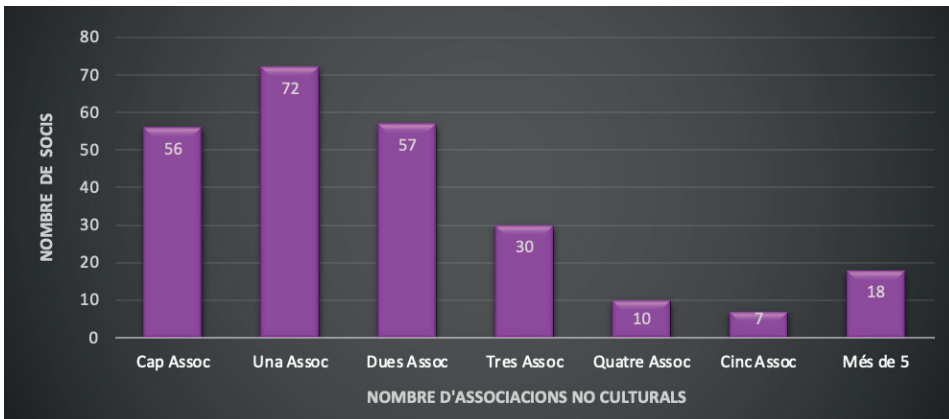
6.3.3. Pertinença a altres associacions, diferents de les d'amics de museus

Amb aquesta pregunta (la vuitena de la nostra enquesta) buscàvem veure si els socis i sòcies són molt actius i/o diversos a l'hora d'escollir les associacions a les quals associar-se, és a dir, si hi ha un elevat nombre de persones associades que pertanyen a diverses associacions i de quina tipologia són aquestes, diferent al tipus d'associacions d'amics de museus. A la pregunta s'indicava molt clarament que es preguntava per associacions que no tinguessin relació amb cap museu.

A diferència de la pregunta anterior, on preguntàvem de quines altres associacions d'amics de museus eren socis els enquestats, en aquesta pregunta volíem saber de quantes associacions diferents més eren socis, entenent aquestes com a associacions que no fossin associacions d'amics d'altres museus. Amb ambdues preguntes preteníem saber si el soci era un soci actiu i fins on arribava el seu compromís, tant pel que fa a associacions d'amics d'altres museus com a d'altres tipologies d'associació (fossin o no fossin de caràcter cultural).

Així doncs, 194 persones de les 250 que van respondre a la nostra enquesta, és a dir, el 77,6% dels enquestats pertanyen a un altra associació que no està relacionada amb cap museu (figura 6.12.). A més, és freqüent que es pertanyi a diverses associacions (culturals, o no): la mitjana d'associacions no museístiques a les quals pertany cada soci és d'1,51 associacions (amb una variació de $\pm 0,99$ associacions d'aquesta mitjana). Aquesta alta dada confirma el tret inquiet, actiu i compromès del soci, que recolza altres institucions culturals i que dona suport a diverses causes diferents. Això pot ser degut al que nosaltres anomenem *efecte sembrat*: un cop has explorat i coneixes el terreny de la teva zona, et fas soci d'una primera associació i en coneixes la seva mecànica, després és més fàcil tenir més informació i fer-se soci d'altres associacions (ja siguin de museus o no).

Figura 6.12.: Pertinença a associacions no museístiques



Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Segons les dades de pertinença a associacions de la població catalana, de l'Idescat (que no s'han actualitzat des del 2011),⁶³ hi ha més de dos milions de catalans que pertanyen a associacions (2.433.520 persones majors de 16 anys, veure taula 6.3.), de les quals, la gran majoria són d'associacions de clubs esportius (655.820, el 8,74% de la població total de Catalunya), seguides de lluny de les 291.430 que pertanyen a sindicats o a partits polítics (el 3,88% de la població). En un

63 Dades que hem tornat a consulta/comprovar el 2021.

lloc intermedi de l'estadística hi tenim les 268.400 persones que pertanyen a associacions culturals variades, que representen el 3,57% de la població total de Catalunya. Per tant, si comparem les dues poblacions (enquesta pròpia i Idescat), és a dir, la dels socis dels museus amb la de la població general de Catalunya, comprovem que els socis són molt més actius en relació amb el total de la població de Catalunya i, per tant, es conclou que els socis amics de museus tenen més inquietud cultural i també més poder adquisitiu per donar suport a diferents associacions.

Taula 6.3.: Pertinença a entitats o associacions. Població a partir de 16 anys

Catalunya	Sindicat o partit polític	Club esportiu	Associació professional	Associació de veïns	Associació ecologista, comitès de solidaritat, ONG	Associació cultural (corals, cercles d'art, etc.)	Altres tipus d'associacions	Casal d'avis	Centre excursionista, casal de joves, esplais, escoltes
2011	291,43	655,82	193,15	174,62	267,72	268,4	279,14	141,4	161,84

Unitats: Milers de persones.

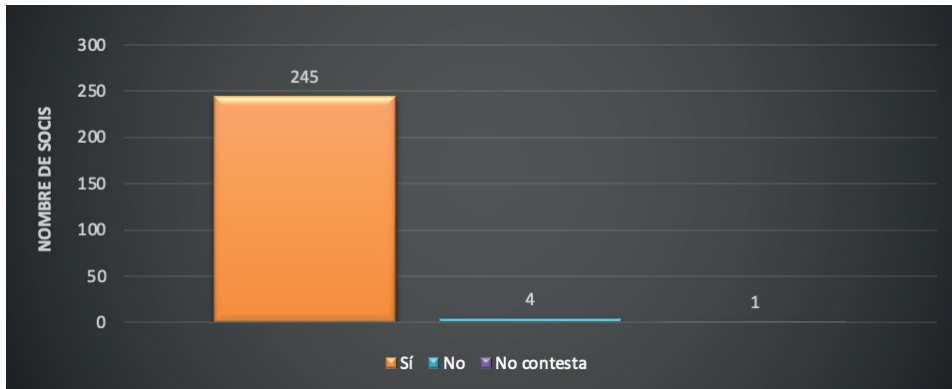
Font: Idescat i IERMB (2011).

6.3.4. Visita de museus

Volíem confirmar, amb aquesta qüestió de l'enquesta (la número 9), si els socis es quedaven fent activitats només al museu del qual en són socis o bé al contrari, si eren més actius i dinàmics a l'hora de visitar altres museus. Com era d'esperar, la majoria de les persones associades declaren que visiten amb freqüència altres museus. El 98% dels socis enquestats són persones que visiten altres museus de manera habitual (figura 6.13.), ja sigui per lliure o en bona part solen assistir als viatges que organitza la mateixa associació i, en aquests viatges, visiten diversos museus (pregunta 10). Aquest fet denota l'esperit curiós i les ganes d'aprendre

dels socis amics de museus que veuen en el fet de visitar altres museus una manera lúdica de passar el seu temps de lleure i també d'adquirir coneixements acompanyats de familiars i persones amb interessos afins (com veurem més endavant).

Figura 6.13.: Visita a altres museus

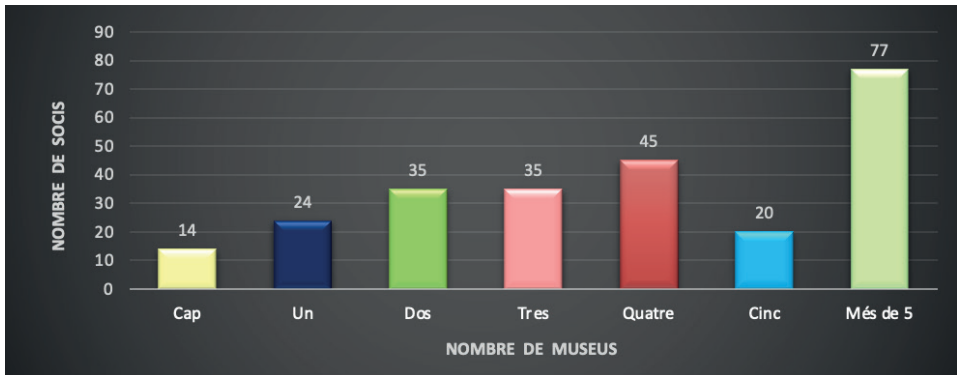


Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

6.3.5. Museus visitats en els darrers dotze mesos

Per conèixer els interessos i els hàbits dels socis, a la pregunta número 10 de la nostra enquesta preguntàvem si, en el cas de visitar altres museus, quins museus concrets s'havien visitat en els darrers dotze mesos. Sabíem amb antelació que els resultats ens donarien un nombre elevat i així ha estat. Les respostes a aquesta pregunta ens mostren i ens confirmen un soci molt actiu pel que fa a visites a altres museus diferents dels de la seva associació. Una part important dels enquestats (el 94,4%), com dèiem, es mostra molt dinàmica a l'hora de visitar altres museus que no són el de la seva pròpia associació. Només un 5,6% visiten només el museu del qual en són socis (columna «cap», de la figura 6.14.). Un 30,8% dels qui visiten més museus diferents declaren haver visitat més de cinc museus en els darrers dotze mesos. La mitjana de museus visitats els últims dotze mesos són 2,77 museus (amb una desviació estàndard del $\pm 0,27$).

Figura 6.14.: Nombre de museus visitats els darrers dotze mesos



Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Sobre els museus visitats, cal dir que, en els casos que s'han visitat diversos museus, es visiten els museus de temàtica afí al museu del qual s'és soci. En algun cas es detecta que s'han visitat els museus de la mateixa població i en d'altres casos, alguns museus de la ciutat o zona que s'ha visitat en el viatge anual que fa l'associació, fora de Catalunya.

Concloem aquest segon apartat de l'enquesta, sobre els hàbits del soci, amb les següents dades sobre aquests hàbits: el soci majoritari de les associacions d'amics de museus de Catalunya fa menys de cinc anys que és soci, pertany a almenys una altra associació no museística i visita altres museus i en visita més de cinc en un any.⁶⁴

6.4. Sensacions experimentades / Sentiments

El tercer i darrer apartat de la nostra enquesta correspon a les preguntes adreçades a conèixer les sensacions i/o sentiments experimentats per les persones associades d'amics de museus. Aquesta secció consta, com en el cas dels apartats anteriors, de cinc qüestions (preguntes números 11 a 15 de l'enquesta). Aquí es fan preguntes, essencialment, sobre les impressions i sensacions que viuen els socis, per fer una aproximació més qualitativa de l'experiència museística dels

64 Dades recollides abans de la pandèmia global de COVID-19.

socis i quin impacte produeix ser soci d'un museu. Les preguntes que es fan en aquest apartat són: Quin és el seu primer record de visita a un museu; Què li sol transmetre habitualment el museu del qual n'és amic, quan el visita; Quina és l'activitat que, com associat, ha realitzat més freqüentment al museu, en els darrers dotze mesos; Quan ha realitzat l'activitat de la pregunta anterior per al museu del qual n'és amic, per quins motius l'ha realitzat; Quan ha finalitzat l'activitat ha sentit que... (i s'havien indicat algunes de les sensacions experimentades).

A continuació observem cadascuna d'aquestes preguntes amb més detall per poder examinar-ne els resultats extrets.

6.4.1. Primer record de visita a un museu

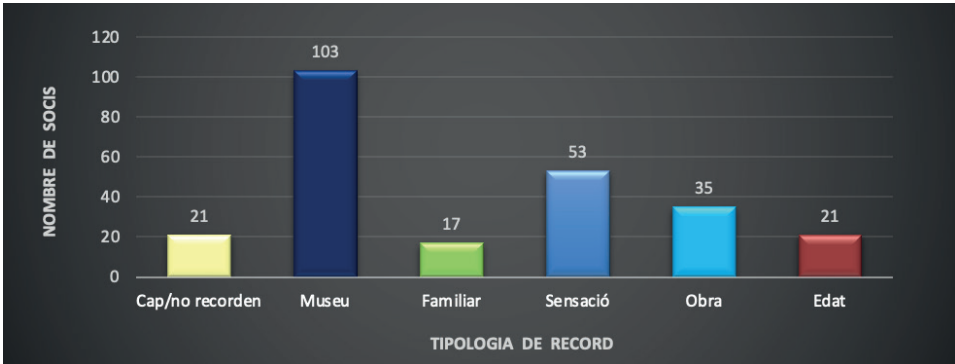
Amb aquesta primera pregunta de l'apartat emocions i sentiments de l'enquesta, volíem veure si un museu impacta al llarg dels anys. Volíem mesurar la «marca» o empremta que deixa per sempre la visita a un museu, el seu impacte de per vida, tot i haver passat molts anys de la visita. I també volíem calibrar el pes del record que deixa aquesta primera visita a un museu i si, com veurem més endavant, és un dels motius per fer-se'n soci anys després en la vida adulta. Veiem que quasi tothom contesta aquesta pregunta (com veurem més avall), quasi tothom té aquest record i per a quasi tothom, aquest record se situa a la infantesa, en una data molt allunyada de la data de resposta de l'enquesta. A més, aquest record genera una sensació plaent i de benestar que dibuixa un somriure i connecta amb tots aquells sentiments d'il·lusió i de màgia de quan s'és infant i, novament, ens trobem amb la potència del record, amb el poder que té el record de traslladar-nos a una època en concret, a un espai o moments viscuts amb algú.

Com que volíem que la pregunta fos oberta, sense opcions per escollir i de text lliure, les persones han respost d'una forma àmplia, amb diferents tipus de respostes. Per poder estudiar la mètrica i generar la gràfica d'aquestes respostes, hem agrupat les respostes en aquests grans conceptes (Stevens, 2018): respostes referides a museus, a familiars, lligades a una sensació, a una obra o bé a una edat. Atesa l'edat dels socis, suposàvem que no seria una pregunta fàcil de contestar. En canvi, tenim la majoria de socis (229) que l'han respost i que, a més, l'han respost amb molt de detall (figura 6.15.). Malgrat això, hi ha algun soci que no la contesta (21 persones del total de 250).

Un total de 103 socis (el 41,2%, figura 6.15., columna de color blau fosc), responen a la pregunta destacant un museu en concret —resposta escollida de

manera majoritària—, seguida de la resposta a la pregunta contestada amb una sensació (amb 53 socis, 21,2%, columna de color blau). I en darrer lloc el que es recorda és amb qui, tot i que, en algun cas, com veurem més endavant, el «qui» serà rellevant de manera particular.

Figura 6.15.: Tipologia del primer record d'un museu



Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

Les persones que recorden un museu citen el seu nom a l'enquesta, però quan aquest nom, a més, va acompanyat d'un familiar, el record esdevé molt més personal, més profund i més íntim. Així, diverses persones ens expliquen aquell moment acompanyats del seu avi (mai de l'àvia) i del seu pare. En algun cas, recorden l'edat i que una persona concreta del museu (com és el cas repetit del Museu de Zoologia de Barcelona) els va ensenyar una caixa del dipòsit. Algunes persones enquestades recorden una obra concreta *La vicaria*, de Fortuny, *El Guernica*, *L'estela d'Hammurabi*, els equips d'immersió del Marítim, la vaixella d'Empúries, la balena del Museu Zoològic de Barcelona, etc.) i d'altres, etapes escolars concretes: l'escola, l'institut, la universitat. I de 21,2% que recorda una sensació —tot i que n'hi ha alguna de negativa (tres, «avorrit»)— la majoria són sensacions molt satisfactòries i molt expressives («grandiositat», «molt emocionant», «benestar», «fascinació», «admiració», «alegria», etc.). Es comprova una relació directa entre el museu que primer es recorda i el fet de fer-se'n soci en edat adulta.

6.4.2. Què li sol transmetre habitualment el museu del qual n'és amic quan el visita

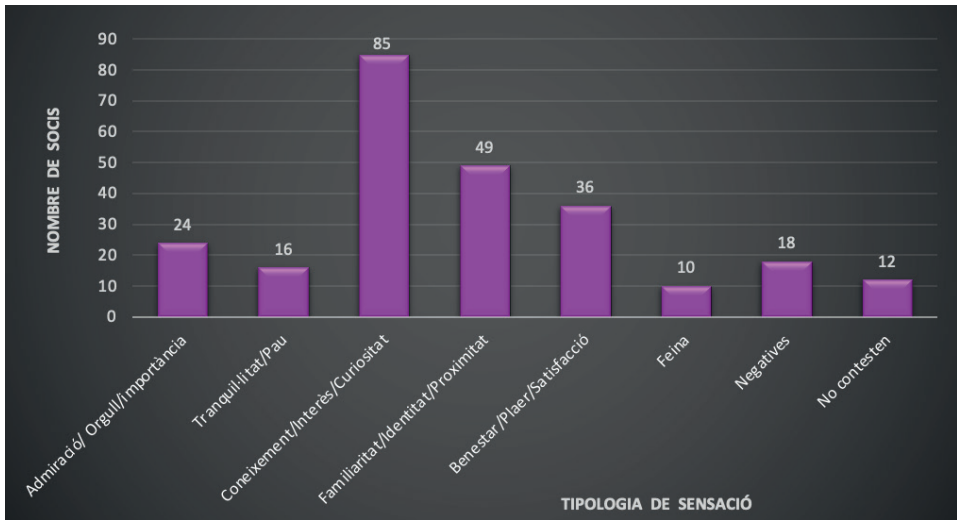
En tot aquest apartat, ens interessava copsar les sensacions que s'experimenten a dins d'un museu. En part, perquè és una dada que costa de poder registrar de manera fiable i, d'altra banda, també ho volíem recollir perquè a les persones els hi sol costar d'identificar-ho i d'expressar-ho amb paraules. Tot i aquestes dificultats, els resultats obtinguts han estat molt positius, perquè els enquestats s'han expressat i ho han fet lliurement, en un camp en blanc, sense unes opcions predeterminades d'antuvi (d'altra banda, com altres tretze preguntes de l'enquesta, per donar més llibertat de resposta al soci).

Per poder analitzar la mètrica i realitzar la gràfica, hem agrupat les respostes en aquests grans paràmetres (Stevens, 2018): Admiració (orgull, importància), Tranquil·litat (pau, calma), Coneixement (interès, curiositat), Familiaritat (identitat, proximitat), relacionades amb la Feina i, per últim, sensacions negatives.

La sensació més extensament apuntada amb 85 respostes (34%) és la sensació d'haver adquirit un coneixement, d'haver despertat un interès i també la curiositat (figura 6.16.). Seguidament, amb 49 respostes (19,6%), els enquestats expressen haver tingut sentiments de familiaritat, proximitat, caliu, confiança, estimació, de trobar-se com a casa, de sentir-se el museu proper i de sentir el museu com un tret identitari. Amb 36 respostes (14,4%), els socis manifesten sensacions agradables de benestar, plaer, de gaudir, trobar-se a gust, trobar-se bé, alegria, satisfacció, i també calma, relaxació, serenor (amb 16 respostes, 6,4%). Com podrem confirmar en el capítol següent, aquestes dades ens mostren que els museus són un lloc de pau i benestar, on les persones hi van, sobretot, a aprendre, però on també s'hi troben còmodes. La dada del 34% no ens hauria d'estranyar, ja que els museus s'alcen com un dels llocs on adquirir coneixements dins del nostre mapa cultural i són espais que transfereixen les seves investigacions i sabers a la societat.

I potser caldria fer-nos el plantejament a la inversa: els museus són espais calmats i per això donen peu a abstrure's de la resta del món, dels problemes que puguem tenir, de l'espiral del dia a dia i submergir-nos de ple en les peces que estiguem veient o activitats que estiguem portant a terme i són el context ideal per desconnectar i per sentir la calma que l'intel·lecte just necessita per desconnectar de la vida diària i, alhora, per connectar amb aquest jo interior més introspectiu i espiritual. El fet que, en el moment de visitar museus, sigui un moment de lleure, facilita que sigui un temps pausat, de qualitat i de tranquil·litat.

Figura 6.16.: Sensacions experimentades al visitar el museu amic



Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

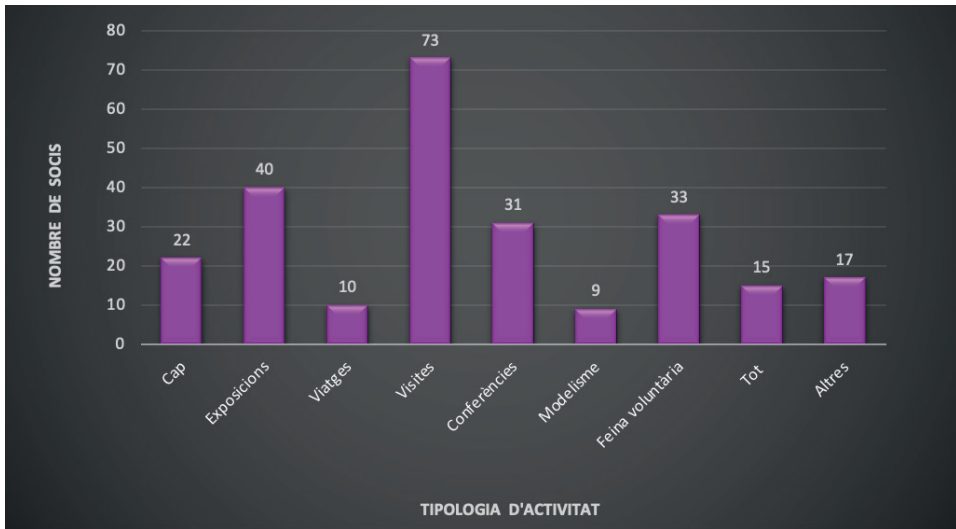
A banda de l'aprenentatge cognitiu, els socis se senten «com a casa» quan visiten el seu museu. Altres expressions que usen per referir-se a aquesta impressió són «comoditat», «com si entrés a casa», «és com un trosset meu», «lloc que et fas teu», «[sento] familiaritat», «la meua segona casa», etc. El següent sentiment més repetit és el de «benestar», expressat amb aquesta fórmula i també amb paraules com «plaer», «[lloc] agradable», «[lloc] positiu», «[lloc on] em trobo a gust», etc. Socialment, aquests sentiments de «casa» i de familiaritat amb el museu serveixen també de mecanisme de defensa del museu. Coneixem el cas de jaciments arqueològics on els veïns més propers senten el jaciment com a seu i aquest fet propicia que se'ls hi desperti un instint d'actuar de guardians del jaciment i alerten de qualsevol anomalia que es pugui produir en un moment determinat, com una acampada amb tendes, unes motos o l'inici de la celebració d'una festa al mig del jaciment. Aquest fet sobretot s'accentua en museus locals ja que el volum de població i les mides del museu faciliten un contacte molt més estret entre ambdues parts. Aconseguir aquest vincle i aconseguir aquesta sinergia és un dels gran impactes dels museus.

6.4.3. Activitats desenvolupades amb major freqüència al museu en els darrers dotze mesos

Volíem saber quina era l'activitat que més realitzaven els associats en el museu del qual en són amics, de les que organitza la mateixa associació, en el darrer any. De manera majoritària, 73 dels socis (29,2%) que han respost a l'enquesta visiten el museu del qual són amics com activitat realitzada més freqüentment (figura 6.17. i capítol anterior sobre característiques de les associacions). Aquest percentatge ens entronca amb la dada que veurem posteriorment, on els socis enquestats ens indiquen que van al museu per aprendre i una de les maneres predilectes per fer-ho són les visites a l'espai, especialment, les visites guiades que tenen molta rellevància a l'hora de transmetre coneixements i, alhora, sempre atrauen molt de públic. Les categories de la gràfica són: cap activitat en els darrers dotze mesos, anar a veure exposicions, viatges (sortides culturals), conferències, modelisme (construcció de maquetes), tasques voluntàries de l'associació, totes les activitats que organitza l'associació i, per últim, altres de menys mencionades com concerts, balls o teatre.

El tipus de visita més mencionada pels socis és la guiada. En segon lloc, amb 40 respostes, l'activitat més realitzada és la visita a exposicions temporals concretes. Aquestes dues activitats són les més freqüents ja que són les dues activitats principals que els visitants realitzen a l'interior dels museus. Amb un percentatge molt similar trobem el fet d'anar al museu per fer-hi tasques voluntàries (les pròpies del fet de ser soci d'una associació) i, en segon terme, per assistir a conferències. Un petit percentatge dels socis (el 8,8%) dona suport a l'associació econòmicament, però no assisteix a cap de les activitats que es realitzen. Amb un percentatge similar tenim els socis més actius, que assisteixen i gaudeixen de totes les activitats que s'organitzen. Pel que fa als viatges, s'han recollit tant els viatges de més d'un dia com les sortides d'un sol dia a algun altre espai cultural de Catalunya.

Figura 6.17.: Activitat com a soci

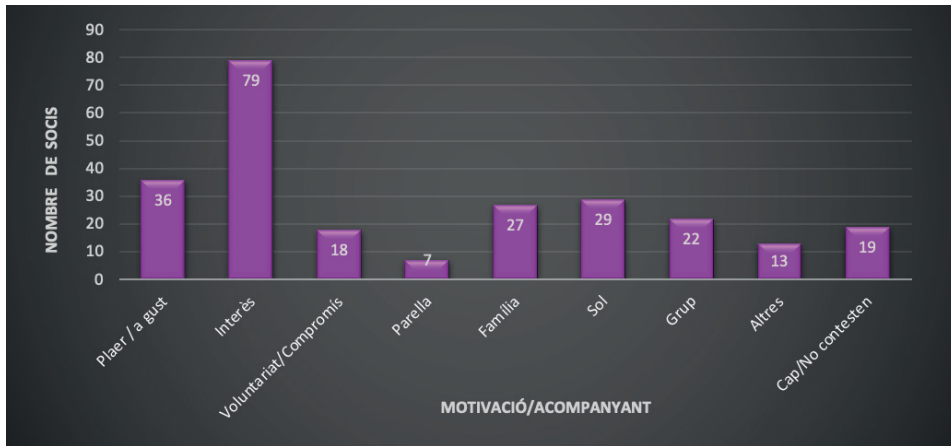


Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

6.4.4. Motius de visita al museu

La pregunta número 14 era una pregunta oberta, on es preguntaven els motius de la visita/activitat referida a la pregunta 13, sense donar cap opció tancada. Moltes persones van interpretar malament l'enunciat i per aquest motiu creiem que va ser una pregunta mal formulada (ja que en la pregunta mencionàvem «... [tant si era] sol, en família o en grup...»). La resposta més àmpliament contestada, per 79 dels socis enquestats (que representa el 31,6%), és l'interès pel museu (figura 6.18.), és a dir, aprendre, obtenir coneixements i interessar-se pel seu contingut. En segon lloc, amb 36 respostes (14,4%), per plaer i per passar una estona gaudint del museu. I, alhora, les persones que responen això ho lliguen directament amb passar una estona agradable amb els seus familiars o amics, un tema que no demanava la pregunta. Un nombre important de persones (56 enquestats) han respost que els motiva visitar el museu en companyia, degut a la mala redacció i la mala interpretació de l'enunciat de la pregunta, que denota la importància del bon disseny inicial d'una enquesta.

Figura 6.18.: Motiu visita museu



Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

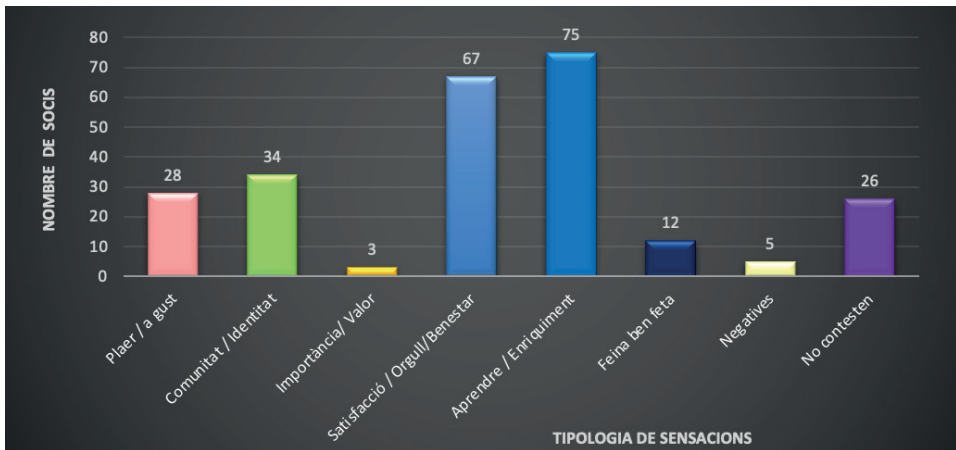
Deixant de banda l'interès cognitiu que desperta cada museu, ens interessa aturar-nos en els motius de la visita del museu relacionats amb el plaer de visitar-lo. Així doncs, en aquest apartat, ens trobem expressions com «per passar una estona», «per gaudi propi», «per plaer», «per gaudi personal», «per gust», «per ganes», etc.

6.4.5. Sensacions experimentades en finalitzar l'activitat al museu

La darrera pregunta de l'enquesta és una pregunta oberta amb camp lliure per poder escriure el que es desitjava, ja que no es volia condicionar en res la seva resposta. Es preguntava quina o quines eren les sensacions experimentades al finalitzar una activitat portada a terme al museu. Així, la sensació d'haver après és la sensació predominant, indicada per 75 de les persones enquestades (figura 6.19.), que representen un 30%. Seguidament, amb 67 persones (o un 26,8%) l'opció de sentir satisfacció, orgull de pertànyer a l'associació del museu. En tercer lloc i de manera molt igualada, els socis senten plaer o gust i sentiment d'identitat i de pertànyer a una comunitat (un sentiment que veurem més àmpliament explicat en el capítol següent). No passen per alt les cinc respostes de to negatiu que apareixen a l'enquesta. Si bé no són sentiments positius com a la resta de casos, la definició més correcta seria que es tracta de cinc respostes

crítiques, com ho avala la naturalesa dels comentaris que les acompanyen: «manca d'inversió pública», «una mica de desencís en veure que hi havia poca participació»... Per tant, els comentaris negatius no van en relació amb el fet de tenir una mala experiència personal, sinó al fet que es doni poc suport a la cultura o al fet que se'n faci poca difusió.

Figura 6.19.: Sensacions experimentades pels socis dins del seu museu



Font: elaboració pròpia a partir dades enquestes (2014).

A més de la part enriquidora intel·lectual i racional, els enquestats assenyalen de manera molt nombrosa la satisfacció que senten dins els museus. A aquest sentiment se li uneixen d'altres com «plaer», «alegria», «plenitud», «orgull», «amb ganes de tornar», «amb ganes de compartir-ho», etc., cosa que ens porta a preguntar-nos quin preu deu tenir tot aquest plaer estètic? Què val sentir plaer i alegria dins d'un museu? És avaluable monetàriament? Si tenim en compte que molts museus i les seves activitats són gratuïtes (o tenen un preu molt assequible) la relació preu entrada i benefici aconseguit és realment molt alta i aquest retorn personal és d'un valor incalculable, realment no té preu i aquest fet no es pot quantificar en termes econòmics.

6.5 Conclusions

Per concloure aquest apartat, podem dir que després de les fitxes per conèixer les característiques de cadascuna de les associacions i també fer-ne les corresponents comparatives, el nostre treball de camp seguia amb el disseny d'una enquesta (que havia de ser curta i precisa) per cobrir diferents objectius, obtenint dades qualitatives derivades de les respostes donades pels socis de les associacions des de la seva perspectiva individual i particular. En la primera secció d'aquesta enquesta, la que es correspon al perfil del soci, es realitzaren cinc preguntes per tal d'obtenir una radiografia del perfil sociodemogràfic del soci. En el segon apartat es feien preguntes relacionades amb els hàbits culturals relacionats amb els museus i l'ús que els socis en fan d'ells. I, per últim, en el darrer tram de l'enquesta, es plantejaven qüestions relacionades amb el sentir de l'experiència de ser soci i tot el que això comporta en el terreny personal.

Observant les dades obtingudes amb les enquestes als 250 socis de diferents associacions, notem una certa similitud en els respostes. Aquestes coincidències en les respostes es donen tant en el perfil del soci com en els hàbits i en el sentiments i les sensacions experimentades en practicar activitats organitzades per la seva associació i, la gran majoria d'elles, lligades al museu del qual són socis.

Pel que fa al perfil, ens trobem amb un perfil de soci amic que difereix del perfil habitual de visitant de tots els museus, arreu del territori, tinguin la naturalesa que tinguin. Així, en el cas dels socis, el perfil és el d'una dona de d'edat avançada (+65), amb estudis mitjos-alts. Per tant, concloem que el perfil de soci de les associacions d'amics de museu no repeteix el mateix patró del «visitant ordinari» del museu. L'edat dels associats és superior a la del perfil habitual dels visitants dels museus, on l'edat més usual és de 40 anys. Relacionem el fet associatiu a un nivell cultural alt, que no vol dir necessàriament un poder adquisitiu benestant), tot i que el fet de no haver d'estar pensant a sobreviure et dona una pau mental i una llibertat que propicia poder-se ocupar i destinar temps al benestar emocional i a la cerca del «confort espiritual» (Riera, 2019).

Pel que fa als hàbits dels socis, no difereixen del perfil que mostra el visitant dels museus: soci actiu, atret per diferents propostes de diferents espais, que freqüenta amb assiduitat el museu del qual n'és soci, però que també en visita d'altres, tot aprofitant els avantatges que ofereix el fet de ser soci: avantatges econòmics, però també organitzatius, com els viatges exclusius per als socis amb els profits que se'n deriven: espais que s'obren només a grups molt reduïts i pel fet d'estar vinculats a un determinat museu, per exemple. Cal dir que el soci majoritari de

les associacions d'amics de museus de Catalunya fa menys de cinc anys que n'és soci, pertany a almenys una altra associació no museística, visita altres museus i en visita més de cinc en un any. No podem saber com era exactament el perfil del soci que va ser pioner, als anys cinquanta, amb el naixement de les primeres associacions, però ja que aquestes no han variat massa (ni en format, objectius ni en activitats) podem suposar que el perfil de soci, devia ser similar a l'actual i que els seus hàbits tampoc devien diferir gaire dels actuals, tot i que la societat en general fos molt diferent.

Pel que fa a les emocions i als sentiments experimentats, aquí sí que elaborem, per primera vegada, un perfil emocional. Com que aquest perfil emocional és la primera vegada que es realitza, és un perfil que es posa sobre la palestra per primera vegada i no el podem comparar amb res similar realitzat anteriorment. El que sí podem fer és comparar el perfil emocional de les diferents associacions i comprovem que és força similar. A més de la part d'aprenentatge intel·lectual i més racional, els enquestats assenyalen de manera molt nombrosa la satisfacció que senten dins els museus. A aquest sentiment se s'uneixen d'altres que sorgeixen com els de «plaer», «alegria», «plenitud», «orgull», «amb ganes de tornar», «amb ganes de compartir-ho», etc. Si prenem en consideració que molts museus i les seves activitats són gratuïtes (o tenen un preu molt assequible) i les activitats que organitzen les associacions també són obertes i gratuïtes, al posar en relació el preu d'entrada amb el benefici aconseguit pel públic visitant, comprovem que el guany assolit és realment molt alt i aquest retorn personal és d'un valor difícil de calcular.

Destaca en les respostes el que Bisquerra en diu *consciència emocional* (Bisquerra, 2009:123), és a dir, emocions a l'entorn dels museus i connexions emocionals amb els objectes, atès que «les emocions són el pas previ a l'aprenentatge» (Mazzanti; Sani, 2021), ja que pensem que si no hi ha una connexió emocional amb l'objecte o allò que tens al davant no suscita interès, no es genera un vincle i, per tant, no es produeix aquest aprenentatge del que se'ns parla al llarg del *NEMO report*. Pel que fa als hàbits dels socis, aquests no varien del perfil de visitant de museus: soci actiu, atret per propostes plurals de diferents espais, que freqüenta amb assiduitat el museu del qual n'és soci, però també d'altres, aprofitant els avantatges que ofereix el fet de ser soci: avantatges econòmics però també organitzatius (els viatges organitzats només per als socis) i l'avantatge exclusiu: espais que tan sols obren a grups molt reduïts i pel fet d'estar vinculats a un determinat museu. Els socis, a més, aprofiten el fet de tenir el carnet de jubilat. D'aquest perfil també en destaca especialment el tema dels records. El

tema del record personal, d'infantesa, la crida a la nostàlgia, ens entronca amb l'èxit d'una de les activitats que porten a terme les associacions: les exposicions de fotografia antiga. Aquest tipus d'activitat és la més participativa a l'hora de preparar-la (tothom es veu amb cor de cedir aquella foto antiga que té a casa, amb la qual cosa se sent feliç i útil), però també a l'hora de visitar-la: tothom va a veure la foto d'aquella persona estimada o propera de fa uns anys o la imatge de com era un lloc abans de, per exemple, el canvi de la pagesia per la modernitat industrial. Aquesta activitat ens referma en la idea que la cultura, l'art i el patrimoni fan que es desvetllin sentits, l'art suggereix sensacions, que s'activin records personals, sentiments subjectius que cadascú percep i descodifica des de la seva pròpia experiència.

7



Museu de Gavà (façana).
Fotografia: Eva Jove.

Capítol VII. Anàlisi de resultats dels *focus groups* realitzats a les associacions d'amics dels museus

7.1. Introducció

En els capítols anteriors hem vist les característiques de les associacions (des del seu propi punt de vista) i havíem presentat les dades resultants de l'enquesta que vàrem fer als seus socis. En aquest capítol, es desenvolupa una anàlisi més propera, profunda i qualitativa sobre els socis i sòcies, en primera persona, des del seu punt de vista personal i a partir dels resultats obtinguts a la fase tres del treball de camp d'aquesta tesi, realitzada mitjançant la tècnica dels *focus groups* (o grups focals), amb preguntes com ara «què en pensen de l'associació?» «Per què se'n fan membres?» o «Quines són les activitats que valoren més?»

Aquestes preguntes cada soci les va respondre a partir de la seva visió particular, a les reunions grupals que es van fer a cada associació. Les sessions ens van servir per establir un contacte directe i personal amb socis reals de cadascuna de les associacions i aconseguir dades qualitatives amb les quals completar el nostre treball de camp sobre els amics de les associacions de diferents museus de Catalunya. Les dades recollides són paraules, expressions, maneres de dir les coses que ens van servir, al mateix temps, per copsar aspectes subjectius dels socis de les associacions i per comprovar com impacten els museus en les seves vides, com aquest fet deixa una empremta en els seus records i en la seva manera de viure i de veure la vida i com influeix en el seu benestar.

Com hem assenyalat a la presentació de la metodologia, es van realitzar cinc *focus groups* en diferents associacions d'amics de museus: la del Museu Marítim de Barcelona, la del Museu d'Art de Girona, la del Museu de Ciències Naturals de

Barcelona, la del Museu de Gavà i la del Museu-Arxiu de Sentmenat. Per realitzar els *focus groups*, es va demanar que acudissin voluntàriament a la convocatòria quatre o cinc socis de cada associació.

Tot i que es va dissenyar la idea general dels *focus groups* (lloc, aforament, moderació dels temes... tenint en compte Morgan, 1998), no es va escollir cap perfil ni cap persona en concret per participar en ells. Això va fer que els grups es formessin de manera lliure, espontània i voluntària, sense intervenir en la selecció dels socis que van assistir als *focus groups* de manera deliberada. El tema general a tractar als *focus groups* era l'experiència personal dels participants com a socis i, en algun cas, com a Junta. Com a part moderadora dels *focus groups*, activàvem la conversa si es generava algun silenci, però es deixava que els temes fluïssin lliurement de manera que cada soci i cada associació trobés la llibertat d'expressar els temes que més els interessessin.

Les sessions es van gravar —amb el consentiment de tots els participants— i també es van prendre notes a mà. Posteriorment aquestes gravacions es van transcriure. Més tard, es va dissenyar i crear un algorisme de recompte de paraules, de sinònims de paraules i de mots anàlegs. Ideant aquest algorisme el que volíem aconseguir era convertir els *focus groups* en dades estadístiques que es poguessin mesurar, és a dir, quantificar i donar d'una forma intel·ligible, que creïem que era un punt clau per poder desgranar la informació recollida, el recompte de la freqüència de repetició dels conceptes de cada soci. És a dir, captar de què parlaven els socis amb una fórmula el més objectiva possible, tenint en compte 1) que s'estava parlant amb persones i 2) que les paraules, quan es traslladen a text, també es poden [mal]interpretar.

Ens interessava capturar certs conceptes, certes idees i veure si els socis de les associacions se sentien identificats amb aquests conceptes. Els conceptes que ens interessava veure eren 31, i es van estandarditzar per a tots els *focus groups*. Són els següents (ordenats alfabèticament):

1. Anys: any, constituir, crear, fundador
2. Afició: afecció, mar, natura, quadres
3. Amistat: amical, camarada, company, conegut
4. Aportació: arropat, diversió, gaudir, omple
5. Aprenentatge: aprendre, coneixement, descobrir, enriquiment
6. Associacionisme: agrupació, fidel, membre, respecte
7. Benestar: bé, benefici, confort, satisfacció

8. Cooperar: ajudar, contribuir, organitzar, participar
9. Companyia: amiatat, amics, colla, companys
10. Comunitat: acollida, altruisme, compartir, compromís
11. Decepcions: «agobiada», cansada, enfadat, frustració
12. Edat: anys, aporten, elevada, època
13. Estimar: agraïment, apreciar, prear, valorar
14. Família: comprensió, dona, fills, néts, senyora
15. Feina: cansat, nervis, ocupat, responsabilitat
16. Germanor: avinença, colla, companys, trobada
17. Identitat: dic, existir, nom, soc
18. Importància: ajudar, base, important, útil
19. Jubilació: època, període, responsabilitat, temps
20. Lloc: ciutat, indret, poble, residència
21. Motivació: causa, experiència, il·lusió, motiu
22. Museu: paraigües, política, record, relació
23. Oficis: artesans, cosir, fuster, pintor
24. Passió: afició, gaudir, engrescar, entusiasme
25. Plaer: agradar, benestar, bo, content
26. Rialles: acudits, alegria, entusiasme, joia
27. Satisfacció: admiració, felicitat, orgull, profitós
28. Sentiment: estimar, il·lusió, motor, passió
29. Repetir: aprofitar, desig, seguir, tornar
30. Tutoria: ajut, aprendre, ensenyament, tutela
31. Voluntariat: convençut, membre, partidari, voluntari

Usant aquest algoritme que vàrem concebre, com dèiem, s'obtenia una explotació dels resultats dels *focus groups* totalment objectiva, de la mateixa manera que havíem realitzat l'explotació de dades de les enquestes. Les dades dels *focus groups* es complementen amb les dades de les enquestes, que també vàrem convertir en gràfiques de dades quantificables i comparables entre si, tot i que contenien dades d'un fort contingut qualitatiu. De fet, els resultats dels grups focals aquí

analitzats, s'assimilen a les respostes obtingudes a la part final de l'enquesta als socis (veure capítol anterior).

Com hem dit, es van fer un total de cinc *focus groups*, on van assistir un total de 23 persones i es van transcriure un global de més de cinc hores de conversa (veure taula 7.1.). Al final del capítol s'inclou un codi QR amb un fragment d'àudio d'aquests *focus groups*.

Taula 7.1.: *Focus groups* realitzats amb els noms de les associacions, els socis participants de cadascuna d'elles i els minuts totals de gravació

FOCUS GROUPS		FOCUS GROUPS	
AAM Museu Marítim de Barcelona	39,48 min	AAM Museu Arxiu de Sentmenat	113 min
Soci 1		Soci 1	
Soci 2		Soci 2	
Soci 3		Soci 3	
Soci 4		Soci 4	
AAM Museu d'Art de Girona	53 min	Soci 5	
Soci 1		Soci 6	
Soci 2		Soci 7	
Soci 3		Soci 8	
Soci 4		AAM Museu de Gavà	63 min
AAM Museu CC Naturals de BCN	60,06 min	Soci 1	
Soci 1		Soci 2	
Soci 2		Soci 3	
		Soci 4	
		Soci 5	

Font: elaboració pròpia a partir dels *focus groups* realitzats durant 2014 i 2015.

Amb l'anàlisi dels *focus groups* es van obtenir dades de gran valor històric (records personals, tradició oral) o dades rellevants per a la nostra investigació, com els motius que van portar a cadascun dels socis a fer-se soci de l'associació (dades qualitatives, qüestions totalment subjectives). Pel que fa a les dades històriques, coneixem dades d'associacions anteriors ja desaparegudes —i la seva ubicació— ja que que les associacions actuals han substituït i han heretat les seves activitats i funcions. De la conversa també sorgiren altres temes personals vinculats, com puguin ser la feina, la parella, els fills o el relleu generacional de les juntes. Tot i que els *focus groups* són una sessió coral i no són entrevistes personals, és cert que cada soci va acabar responent de manera individual, és a dir, obviant la resposta conjunta com a associació que representaven. Malgrat això, hi va haver temes compartits amb què tothom va coincidir, com, per exemple, com n'és, de complicat, dedicar temps personal a una junta d'associació mentre estàs en edat laboral i, alhora, haver-ho de compaginar amb la vida personal. Les associacions i les seves juntes solen estar formades per persones majoritàriament més grans de 65 anys, per tant, el relleu generacional és complicat i és una qüestió estretament lligada al fet que la mitjana d'edat dels membres de l'associació sigui alta. La gent jove i al voltant dels 40 anys costa que es faci sòcia i que, a més, participi en la junta o en les activitats organitzades, justament per estar en edat laboral:

Amb un reunió de junta jo ho deia, buscar gent jove perquè porti idees. Com que tenim poca gent jove i la gent jove que hi ha treballa, això no és possible, però són coses que les hem tractat, que les hem parlat, és una idea que tenim. (Soci 3, Associació d'Amics del Museu Marítim de Barcelona).

En els *focus groups* també es va posar de manifest que a les associacions coincideixen socis de formació i experiència diversa que convergeixen en la mateixa associació per un interès patrimonial i cultural comú, tot i que el contingut dels seus museus sigui diferent. Un punt en què coincideixen tots els socis és que, malgrat els sacrificis personals que han de fer per dedicar-se a l'associació, ho fan amb il·lusió, perquè s'hi troben a gust i perquè estar-hi vinculats (d'una manera o una altra) els retorna molt més del que ells/es hi dediquen.

A continuació s'explicaran i s'analitzaran els resultats obtinguts en els diferents *focus groups*. Per tal de preservar l'anonimat dels participants dels *focus groups* i complir amb la Llei de Protecció de Dades vigent, a cada participant se li va atorgar un número correlatiu (exemple: Soci 1 de l'Associació d'Amics del Museu Marítim de Barcelona).

7.2. L' Associació d'Amics del Museu Marítim de Barcelona

El Museu Marítim de Barcelona és un dels grans museus històrics de la ciutat de Barcelona. Amb un majestuós edifici (antigues Drassanes) reconvertit en museu, aplega maquetes de naus, naus reals conservades, exposicions temporals relacionades i un magnífic programa educatiu. El *focus group* de l'Associació d'Amics del Museu Marítim de Barcelona el vàrem realitzar a les mateixes instal·lacions del Museu Marítim de Barcelona, a l'espai de què disposa l'Associació d'Amics i ens vàrem trobar en plena preparació de les activitats nadalenques de l'associació. La xerrada va tenir lloc al voltant d'una taula amb quatre socis i la conversa va durar quasi una hora.

Bàsicament, les persones participants varen insistir, primer, sobre els records d'infantesa, per després continuar tractant les activitats de l'associació que, en el seu cas, són molt específiques, ja que fan modelisme de vaixells a escala, modelisme de radiocontrol (fan sortides per fer navegar vaixells) i restauració de peces antigues del museu aplicant oficis que alguns socis saben i d'altres ho aprenen a la mateixa associació. Així, el soci 1 va parlar sobre diferents temes, però en van destacar tres per sobre d'altres pel que fa a freqüència de repetició. D'aquesta manera, de manera individual, va mencionar els temes: «companyia», «família» i «identitat» (15,6%). Ens va explicar com es va fer soci:

No, no coneixia el museu. Vaig començar fent un parell de *kits*. Compta que no soc massa de mar, però m'agradava fer *kits* i un dia que vaig passar per aquí vaig dir... i ja vaig agafar una malaltia, tenia més hores, i dic mira, per ocupar hores, vaig interessar-me, em van presentar el taller, vaig conèixer gent i em vaig fer soci.

També ens va explicar que l'associació «el va enganxar» (en el sentit addictiu/positiu) i que hi va trobar una colla d'amics. També que «algun cap de setmana d'activitats [de l'Associació], ho has de pactar amb la família». Va afegir que és a l'associació on hi dedica més temps perquè li fa falta i s'hi troba a gust. De la conversa amb el grup de socis, destaquen (soci 1): «és l'avantatge de l'associacionisme: aquí s'ajunten un mecànic de motos i un directiu general d'una gran empresa i dinem tots junts, participem i fem la mateixa maqueta. Per mi això és la base de l'associacionisme». Aquesta visió de l'associacionisme com a lloc on gaudir i passar-s'ho bé és transversal a moltes de les justificacions de les associacions, de per què es fan socis o sòcies. Estan evidentment interessades en

les activitats desenvolupades i en la temàtica del museu, però es destaca sobretot l'interès en trobar una interrelació de sociabilitat.

El soci 2 participant també va parlar sobre diferents temes, però el que va destacar en freqüència de repetició va ser el tema del «museu» (25,4%), seguit de «benestar» amb un 17,6% de repetició. Ens comentar que [l'Associació] «ens fa sentir útils». «Farem els 25 anys i ho estic esperant amb il·lusió», i que «parlem el mateix idioma tots plegats». Afegeix que

[...] m'he trobat molt ben acompanyat, molt ben arropat [emparat], m'hi trobo molt bé i em diverteixo. M'ho passo bé. Perquè jo els hi he dit a aquests companys meus: el dia que m'ho passi malament per algun motiu, me'n vaig, no en tinc cap necessitat a la meua edat de patir, per això.

El soci 3 és el president de la Junta de l'associació i és amb qui vàrem organitzar la petita trobada. Va parlar sobretot de la «família» (16,1%). Ens va explicar que quan fan maquetes «quan arribem al tema de les veles, intentem involucrar a la dona», explicant que les seves dones saben més de cosir i ho fan més ràpid i que ells ho podrien fer, però tardarien més. I segueix parlant de família: «es fan dinars de germanor» o que «estem pensant en si deixar la junta com era, amb els mateixos, o buscar col·laboradors, per feines puntuals. No carregar-se de feina.» Però se sent recompensat amb escriure per l'Associació «perquè és un voluntariat», indicant que «jo el que valoro és tot el cicle. Tant a dalt com a baix: el tractar amb gent, sortir de casa i tenir moltes opinions, molt tipus de conversa. O sigui, això també et manté viu». Per què dedica tant de temps a l'associació? Ens explicava que «ho parles amb la família. Sempre hi ha comprensió i sempre t'ajuden a que puguis tenir les activitats». Aquest soci va esmentar la importància de la transmissió de coneixements d'una generació a l'altra i la importància de compartir coneixements entre diferents companys d'associació:

[...] amb la gent gran, amb el que t'aporten, tu pots treure encara més coses. I amb la gent jove, també. Jo el que valoro és tot el cicle. Tant a dalt com a baix: el tractar amb gent, sortir de casa i tenir moltes opinions, molt tipus de conversa. O sigui, això també et manté viu.

El soci 4 va ser el que menys va parlar, però el tema que més va destacar va ser el del sentiment d'«identitat» (25%), seguit dels dos temes «jubilació» i «sentiments/emocions» (10,7%). Ens va explicar com es va fer soci:

[...] Em vaig fer soci ben bé per, per afició a... sempre ha estat vinculat a la mar i bé em vaig fer soci un any amb el Saló Nàutic. No coneixia l'associació però em va, em van resultar un tema que poder simpàtic i interessant i vaig estar ben bé dos anys o tres sense saber res més de l'associació, només que era soci, i quan em vaig jubilar llavors va ser quan vaig començar a aparèixer per aquí.

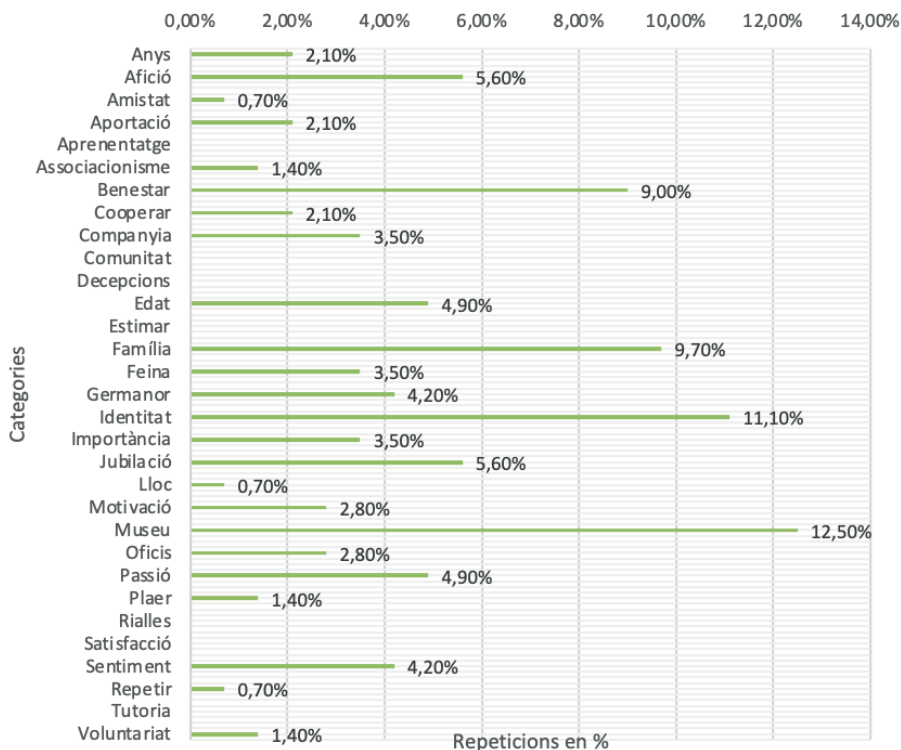
Tot i que actualment viu a Tarragona, ens va comentar que va a l'associació perquè «no deixa de ser un hobby. Ho fas perquè t'hi trobes a gust», tot afegint que

[...] m'hi trobo bé, hi ha gent molt maca. Veig persones realment grans, de vuitanta molt, amb moltes ganes de viure, molta força i molta vitalitat. Jo tinc 66 anys i no em considero gran i ho trobo encomiable. Això m'omple molt.

Els dos temes categoritzats en els que van coincidir a parlar tots els socis a la vegada, al mateix temps, van ser parlar de «feina» i de «jubilació», amb el mateix percentatge: un 50% per cadascun dels temes. Aquest percentatge és dels temes que es parlaren en una mateixa frase, tots els socis participants alhora (no al llarg de tot el grup focal).

Per últim, el tema més comentat en el *focus group* d'aquesta associació, entre tots els temes categoritzats i amb el que més van coincidir tots els socis va ser el del «museu» (12,5%, veure figura 7.1.). És el percentatge més alt i passarà igual en dues associacions més, de les cinc totals. En aquest cas això va passar perquè els socis contínuament feien referència al Museu Marítim, ja que hi estan estretament vinculats, en parlen amb molta estima i les activitats estan perfectament alineades amb el contingut del museu. Cal afegir que els seus interessos són uns interessos paral·lels a la temàtica del museu i que el seu interès pel museu no és estrictament històric, ni pels objectes com a peces historicoartístiques. Seguidament, el concepte més repetit va ser el d'«identitat» (11,1%), referint-se especialment al fet de trobar-se a gust i de trobar un lloc que encaixa amb els seus interessos i valors. A continuació els socis fan molt esment de la «família» (9,7%) i al «benestar» (9%), ja que parlaren molt sobre l'edat en què un es fa soci, sobre com s'implica la família en les activitats de l'associació, així com també els beneficis que aquesta aporta (per recuperar-se d'una etapa de malaltia, per exemple). Es van eliminar les set categories de conceptes que estaven al 0%: «aprenentatge», «comunitat», «decepcions», «estimar», «rialles», «satisfacció» i «tutoria», ja que això significa que aquest conceptes no van generar un interès o un debat comú.

Figura 7.1.: Histograma de categories temàtiques del *focus group* complet de l'Associació d'Amics del Museu Marítim de Barcelona



Font: elaboració pròpia a partir del *focus group* realitzat el 2014.

Concloem que és una associació molt col·laborativa, amigable i facilitadora per a tothom qui vulgui aprendre i es vulgui implicar en el fascinant món de les maquetes de vaixells i les seves activitats paral·leles, com la interpretació de plànols de construcció de naus. El perfil de soci és el perfil de soci gran, però altament actiu, de qui ens parla Andresen (2002).

7.3. L'Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona

El Museu d'Art de Girona és un dels museus històrics ubicat al centre de la ciutat de Girona. Amb un noble edifici (antic palau episcopal) reconvertit en museu, aplega diferents col·leccions de pintura, escultura i objectes religiosos, amb un ampli programa educatiu i on en destaquen magnífiques exposicions temporals relacionades.

El *focus group*, el vàrem realitzar a l'espai de què disposava l'Associació d'Amics, en un cèntric carrer de la ciutat de Girona (abans de la pandèmia). Ens vàrem trobar abans d'una Assemblea General de l'associació (motiu pel qual vàrem acabar precipitadament, perquè havien de disposar del mateix espai per a l'assemblea). La xerrada va tenir lloc al voltant d'una taula amb quatre socis. La conversa va durar quasi una hora i va estar molt centrada a parlar sobre el museu del qual en són associació i aspectes de funcionament com a tal.

El soci 1, president de la Junta, ens explica com es va fer soci:

Perquè de seguida em va semblar que si hi havia estat vinculat al Museu d'Art com a usuari, és a dir, si anava a veure les exposicions i estava estudiant història de l'art i vaig començar a fer alguna petita tasca com a becari relacionada amb el museu, doncs em semblava que també el més lògic era que pogués formar-ne part a través dels Amics. Perquè això em donava l'oportunitat d'estar-hi més aprop i llavors em vaig fer soci així.

De la seva conversa hem de destacar, sobretot, el tema del «benestar» (16%) i el de la «companyia» (14%). Aquest soci reconeixia que

[...] malgrat no he pogut gaudir de moltes de les activitats. A mi em fa molt content que es puguin oferir. A les que puc assistir, sempre n'he quedat molt satisfet. No és per dir-ho, sempre m'ha agradat molt tot. I a les que no he pogut assistir em sembla que és molt bo que una ciutat com Girona pugui oferir una oferta que complementi el que es pot oferir a nivell municipal, d'altres institucions, altres associacions... Fins i tot si ho penso en termes econòmics, el què costa ser soci a l'any, compensa i compensa amb escriure.

Com veiem, sobretot va destacar aspectes relacionats amb els beneficis que l'associació organitzi i ofereixi diferents activitats com a element fonamental de la participació en l'associació i de la ciutat.

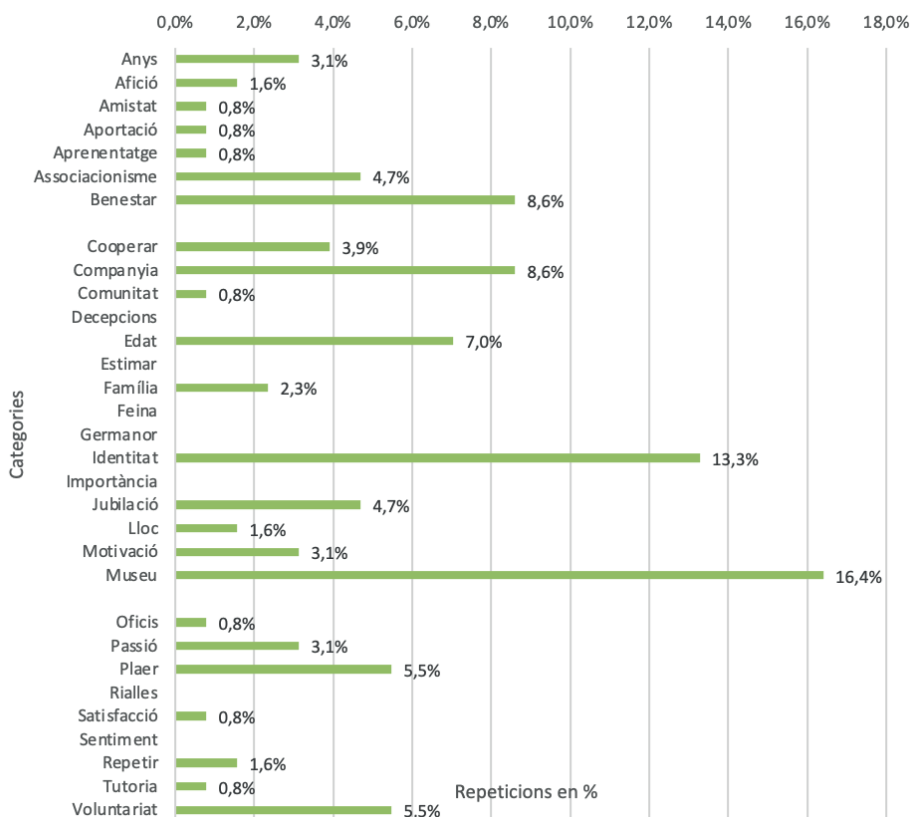
El tema que més destacar la sòcia 2 participant al *focus group* de l'Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona era el dels «anys/edat», mentre explicava, detalladament, el funcionament de la mecànica de renovació de la Junta de l'Associació d'Amics: «hi ha renovacions parcials de la Junta».

El soci 3 participant al *focus group* de l'Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona els temes que més destaca són el de la «identitat» i el del «museu» (17%). Aquest soci ens explicava que es va fer soci per la seva dona: «no, no, ens vàrem fer socis alhora. Em va dir: abans treballava i voltava i ara que t'has jubilat i tens més temps...». És membre de la Junta i és un enginyer que ara està jubilat i ens va explica tot el que fa actualment, culturalment parlant, que ens demostra que és molt actiu. Li agrada més la música, però es va fer soci per un amic que el va animar i ara, a més, forma part de la Junta. Li agrada visitar museus quan viatja, tot dient que «no trobo a faltar res [a la ciutat de Girona] però he “disfrutat” [gaudit] més en altres museus que no pas en el d'Art». I apunta un dels problemes que percebem en més d'una associació: «som sempre els mateixos», fent referència a que a les activitats sempre assisteixen els mateixos, com també passa amb les assemblees de socis o la rotació de la Junta. Aquest fet fa que les associacions segueixin sempre la mateixa línia, que no es generin nous públics, ni noves idees i que no hi hagi relleu generacional.

La sòcia 4 que participar al *focus group* de l'Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona parla d'un tema destacat que és el tema del «museu» (25%). Ara ella està jubilada, participa a la Junta i organitza les exposicions. Ens explica com es va fer sòcia: «Jo vaig entrar amb l'antiga junta i llavors se'm va demanar de participar a la Junta per organitzar exposicions, perquè n'havia fet alguna. En funció una mica del què un pot aportar...». Aquesta sòcia ens parla seguidament del funcionament de l'associació: «Sempre hi ha alguna conferència que l'hem encarregada i aquella la paguem» i també del seu rol envers el Museu, com quan organitzen exposicions: «Si fem exposicions, demanem el material al museu i ens ho deixen. De [A] vegades ens ho porten ells, a vegades ho anem a buscar nosaltres. S'intenta que hi hagi aquesta col·laboració»; quan organitzen activitats: «a l'hora de programar-ho és conjunt amb el museu, evidentment, i a l'hora de pagar-ho també: un percentatge el paga el museu i un percentatge el paguen els amics»; o quan fan restaurar peces del museu: «els amics del museu es comprometen a restaurar unes peces del museu». També assenyala, tot conversant amb el soci 3, la conveniència d'atraure públic jove a les seves activitats: «les ganes que hi hagi públic jove és una altra qüestió. És un repte».

En general, el tema més comentat per tots els socis d'aquesta associació (figura 7.2.) és el del «museu», sobretot el que fa referència al funcionament de l'associació respecte del museu, les activitats que hi fan (16,4%, 4 punts per sobre de l'AAM Marítim de Barcelona), mostrant una gran fascinació per tot el que representa (l'edifici, les obres, com a espai a conservar...). Tot i que no hi tenen massa relació (o menys de la que voldrien), tots ells viuen les seves activitats com part de la seva vida i de la vida cultural de Girona. Les fan i hi van, perquè les activitats han d'existir dins del panorama cultural de la ciutat i hi han de ser. A diferència de l'AAM Marítim de Barcelona, ells tenen un gran estima per peces concretes d'art, atesa la naturalesa del seu museu i també pel tipus d'activitats que hi organitzen. Seguidament, de molt a prop, el tema «identitat» (13,3%, 2 punts per sobre de l'AAM Marítim de Barcelona) tot i que cal dir que en aquest *focus group* els socis participants es van mostrar una mica reticents a parlar sobre temes més personals i relacionats amb els seus sentiments i experiències com a socis. Seguidament, amb un 8,6% es tractaren els temes del «benestar» i de la «companyia». En aquest cas, es van centrar més a donar detalls i a explicar de manera tècnica l'organització i el funcionament de l'associació i, sobretot, a deixar constància de la seva experiència curricular. En aquest grup focal també es van eliminar les categories de conceptes que estaven al 0%, el que significa que no van generar debat conjunt al voltant de tots els temes plantejats, com «germanor» o «sentiments».

Figura 7.2.: Histograma de categories temàtiques del *focus group* complet de l'Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona



Font: elaboració pròpia a partir del *focus group* realitzat el 2015.

Concloem que l'Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona és una associació molt alineada al contingut del seu museu, que vol estar molt present en el circuit cultural de la ciutat de Girona i que se senten molt participants d'aquest moviment cultural aportant i oferint les seves activitats a la ciutat sobre les peces d'art del museu, que senten com a seves. És una associació que parla molt sobre el seu propi funcionament i es mostra més reticent a parlar d'aspectes més personals.

7.4. L'Associació d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona

El Museu de Ciències Naturals de Barcelona és un dels grans museus històrics de la ciutat de Barcelona, així com un dels més controvertits. Amb diversos edificis com a seu actualment (el primer edifici va ser el Museu Martorell ubicat al Parc de la Ciutadella), aplega col·leccions de geologia, paleontologia, esquelets d'animals, plantes i continguts sobre l'aigua o els microbis.

Vàrem realitzar el *focus group* al bar del Museu Marítim de Barcelona, a petició d'un dels socis que ens va demanar quedar a prop d'una determinada estació de metro, atesos els seus problemes de mobilitat, en comptes de quedar al Museu Blau, on tenen la seu els amics. La xerrada va tenir lloc amb dos socis, un dels quals és voluntari de l'associació i en fa feines administratives. La conversa va durar una mica més d'una hora i va estar centrada en la importància del tema per als seus socis, juntament amb la decepció que suposa la gestió de les col·leccions, dels edificis i del mobiliari històric del museu. Tot seguit, s'analitzen els resultats obtinguts en aquest grup focal.

La sòcia 1 participant al *focus group* de l'Associació d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona va parlar, sobretot, de dos temes: el del «museu» (16,1%) i, tot seguit, el del «voluntariat» (12,8%) des de la perspectiva de primera persona. Aquesta sòcia ens va comentar que

[...] jo sentia que tenia una desconexió molt gran amb la comunitat científica, perquè clar, molt del contacte amb aquesta comunitat ve a través de la feina i «bueno» [bé] quan jo estava en actiu rebia invitacions per anar a conferències, lo que sigui i en el moment que surts, aquest contacte s'acaba. I aleshores em sentia com molt aïllada. I vaig contactar amb ells per si acceptaven voluntaris.

I afegeix:

[...] ella [la seva mare] em diu que estic més contenta i que estic doncs, com més activa, que em fa il·lusió poder ajudar. És un benefici mutu. Però jo també em porto una part per mi: em fa sentir que soc útil, fa sentir que soc una peça petita de tot allò que impulsa que continui sent possible que l'associació estigui existint.

En aquest cas veiem, clarament, com el fet de començar a ser voluntària de l'associació li aporta uns beneficis que fan que millori el seu estat de salut, del seu accident i consegüent baixa laboral i que se senti útil i molt millor, deixant palesos els beneficis de ser soci d'una associació.

El soci 2 participant al *focus group* de l'Associació d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona va parlar, especialment, del tema «museu» (35,6%). Aquest soci participant va explicar que va decidir fer-se

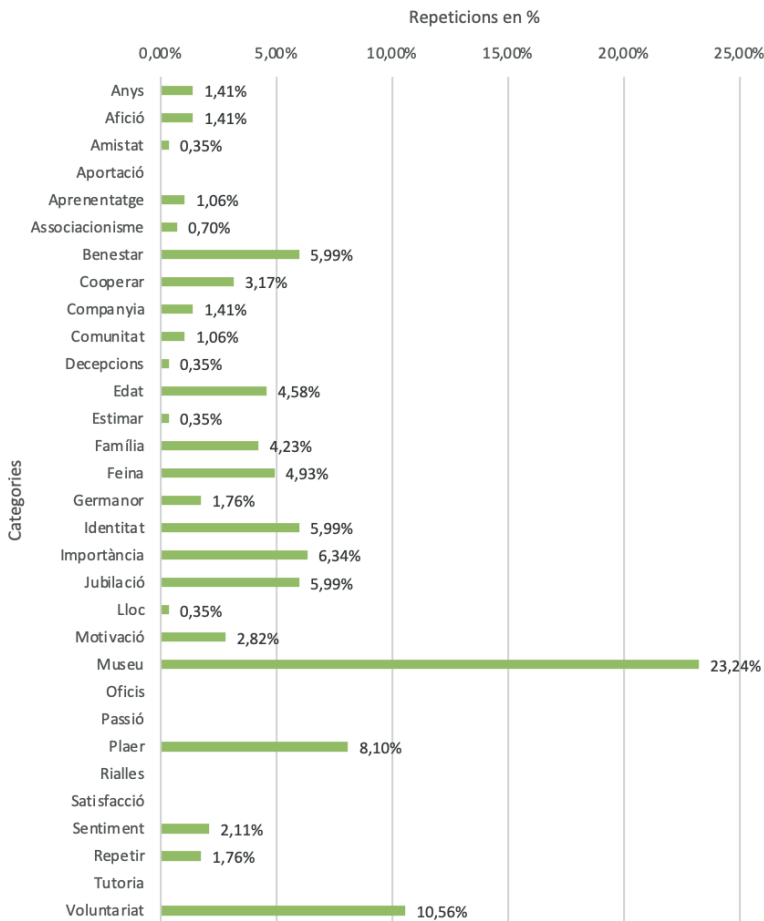
[...] d'una associació d'un museu al que sempre havia tingut «carinyo» [estima], [...] va ser més que res, va ser més aviat una cosa sentimental, [...] de petit sempre hi anava amb el meu avi. Anàvem de passeig i sempre anàvem al Museu i llavors vaig pensar que estaria bé fer-me de l'Associació, sempre m'havia agradat el Museu de Zoologia de la Ciutadella [...]

posant-se en relleu la importància del record i d'aquell record de la infantesa, aquella persona important i la importància del motiu sentimental per fer-se soci de l'associació. I segueix explicant-nos: «jo em vaig fer soci del Museu de Zoologia, però després es va convertir en el Museu de Ciències Naturals, el Museu Martorell, el de Zoologia i el Jardí Botànic.» Aquest soci reconeix que és un tipus de soci força *passiu* i que només sol anar a les conferències, i afegeix que, per aquest motiu, coneix a pocs socis de l'associació. Segurament, aquesta mateixa circumstància en un poble petit, com Sentmenat per exemple, és suficient activitat com per conèixer, si més no, tots els membres de la Junta de l'associació. També apunta que a vegades interactua amb algun altre soci després de l'activitat però que després ja no es tornen a veure més.

A l'Associació d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona el tema més comentat primer va ser el del «museu» (amb un destacat 23,2%) seguit del «voluntariat» (10,6%), com podem veure en la següent gràfica (figura 7.3.), fent referència a molts temes organitzatius i trasllats del museu i també fent referència a les diferents tasques que porten a terme els socis, totalment voluntàries i no remunerades. El tercer tema més comentat és el del «plaer» que genera ser soci, amb un 8,10%. Tot i ser una trobada amb només dos socis (d'altres es van fer enrere), va ser un *focus group* més llarg que els dos anteriors. Els dos participants tenien moltes ganes de parlar i, sobretot, insistien en el tema de voler millorar molts punts de gestió de la col·lecció, com a bons coneixedors del fons que alberga el museu, de tots els edificis que en són seus (vàrem conversar de tots ells i de manera molt crítica) i també de millorar la gestió i comunicació de l'organització de l'associació

amb els seus socis. Ambdós coneixien bé la matèria que té per objecte el museu (els dos són biòlegs i un d'ells té dues carreres universitàries més) i, d'altra banda, com a socis, coneixen amb detall les vicissituds dels edificis i de les seves col·leccions. En el cas d'aquesta associació també es van eliminar les categories de conceptes que estaven al 0% i que significa, per tant, que són temes que no han sorgit en aquest *focus group* com podem veure tot seguit a la figura 7.3.:

Figura 7.3. Histograma de categories temàtiques del *focus group* complet de l'Associació d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona



Font: elaboració pròpia a partir del *focus group* realitzat el 2015.

Concloem que aquesta Associació d'Amics és molt gran i que no tothom es coneix, fet que pot donar-se per diferents factors com: que el museu té diferents seus físiques, que el museu té diferents col·leccions amb diverses línies d'estudi entre sí i, sobretot, que la mitjana d'edat del seu soci és més baixa —en edat laboral— i que, per tant, és un soci que dona suport econòmic (soci filantròpic o passiu), però que assisteix menys a les seves activitats per problemes de compatibilització amb la vida laboral i familiar.

7.5. L'Associació d'Amics del Museu-Arxiu de Sentmenat

El Museu Arxiu de Sentmenat és el museu local de Sentmenat. La seva seu ha anat canviant d'ubicació dins el poble i l'ajuntament els va cedir un espai industrial al costat d'un centre esportiu. El seu objecte de protecció és tot el patrimoni del poble, inclòs el Castell de Sentmenat —d'època medieval—, on hi fan visites guiades i alguna activitat de la seva fira medieval. Vàrem realitzar el *focus group* a l'espai polivalent de què disposa l'associació, a l'edifici que abans va ser la primera fàbrica tèxtil de la població. Sobre aquest fet, el seu president ens comenta:

[...] Guardem documents antics aquí mateix, aquí on som ara, va ser la primera fàbrica tèxtil que hi va haver a Sentmenat i tota la història. I aquí va haver uns germans de Sentmenat que van posar els primer telers mecànics que anaven a força de vapor i tenim tots els llibres de... Eren una comercial que venien roba a tot Espanya, eh. I tenim tota la documentació, la conservem.

I segueix explicant-nos sobre les vinyes del poble:

[...] N'hi ha uns quants antics [documents], molt macos i llavors tenim lo del bodega, quan hi havia hagut vinyes aquí a Sentmenat, que hi havia una bodega, una societat de tots els que tenien vinyes, també tenim molta documentació d'això i en fi, ho guardem i si algú es vol assessorar, pot venir aquí.

La xerrada va tenir lloc al voltant d'una taula amb vuit socis, essent el grup focal més nombrós de tots i on es respirava un ambient d'alegria, de recordar anècdotes viscudes, vivències personals i molta il·lusió per la feina que realitza l'associació. Cal dir que, a diferència d'altres associacions, on es respectava escrupolosament el

torn de paraula d'altri, en aquest *focus group* l'ambient era més disbauxat (menys quan parlava el president de l'associació), segurament degut a que és el grup més nombrós, tres socis són membres de la mateixa família (un marit i una germana d'un mateix soci) i com que tots es coneixen de fa molt temps i comparteixen moltes hores junts de preparació d'activitats, hi ha molta confiança entre ells. La conversa va durar més d'una hora i trenta minuts. A continuació en detalllem els resultats obtinguts i l'anàlisi del *focus group*.

El soci 1 participant al *focus group* de l'Associació d'Amics del Museu-Arxiu de Sentmenat parla d'«anys» (14,6%). Aquest soci ens parla de les inauguracions de l'any escolar que fan per escoles i de diversos temes relacionats, com les visites guiades que fan cada any per a escolars (tant del poble com per a escolars de fora), l'exposició que van fer sobre l'evolució de l'escola a Sentmenat i també els debats que es generen amb les exposicions que organitzen amb fotografies antigues: «Ui!, aquí hi ha unes dissertacions...!». Amb la seva intervenció es fa palesa la importància de l'organització d'activitats dirigides a escolars i també la pèrdua de transmissió de valors quan aquestes activitats desapareixen (com va passar posteriorment amb el confinament a causa de la COVID-19). És un soci de més de deu anys d'antiguitat, que coneix molt bé l'associació i el poble, i que ens explica que es va poder fer soci quan va finalitzar un problema familiar que tenia:

[...] Llavors els problemes familiar es van acabar, justament, al 2007 i aleshores va haver-hi una com una espècie de taller, organitzat per l'ajuntament, per buscar el pla d'usos al castell, perquè el castell estava enruntat i tal, i llavors van fer una consolidació, va passar a mans municipals, es va consolidar l'estructura, van anar arreglant-lo i van buscar quina utilitat li donarien al castell en el futur, no? I després van muntar com una espècie de taller de pla d'usos [repeteix] i ells hi eren. I llavors hi havia un membre de la junta que és de Can Masos, que és la casa on jo anava a estiu i em va conèixer i vam estar parlant i tal llavors em va engrescar i llavors vaig anar a una reunió amb ell de l'associació.

La sòcia 2 participant al *focus group* de l'Associació d'Amics del Museu-Arxiu de Sentmenat parla, especialment, de sis temes diferents (16,7% cadascun d'ells). Aquesta sòcia és de Sentmenat mateix (com la majoria de membres de la Junta) i li agraden les pràctiques acadèmiques que està realitzant a l'associació pels seus estudis: «sí, bueno, és lo que m'agrada». Per tant, la seva relació potser s'inicia per un tema més de necessitat pràctica que no pas per algun altre motiu, tot

i que aquest interès va alineat amb els seus estudis. Amb aquesta conversa es confirma que les associacions, a canvi de feina voluntària, serveixen de pedrera de pràctiques (generalment d'estudiants universitaris) per a futurs professionals i per a futurs membres de la junta.

La sòcia 3 del *focus group* de l'Associació d'Amics del Museu-Arxiu de Sentmenat parla del «lloc» com a tema destacat, però amb un percentatge que en conjunt no ho és tant: un 15,6%, ja que també destaquen temes com l'«edat» i el «plaer». Aquesta sòcia participant de l'Associació d'Amics del Museu-Arxiu de Sentmenat n'és la seva secretària i a la seva vida laboral és metgessa. Ens explica tota la història d'aquesta associació i com van reprendre l'activitat de la primera associació que va existir:

[...] Per una sèrie de circumstàncies aquesta associació va desaparèixer o va quedar en *stand by* [en pausa] i llavors [llavors] pues [doncs] al 2002 vàrem tornar a ser un grup de gent que vem tindre [vàrem tenir] interès per tornar a refer tot aquest moviment que ens va semblar interessant.

Parlar amb persones que es dediquen, voluntàriament, a vetllar pel patrimoni representa apel·lar a la seva memòria personal, però també capturar memòria col·lectiva, fent que es puguin registrar i conservar bocins d'història local que, de no ser així, es perdrien per sempre.

El soci 4 parla del tema «benestar» (15,6%), com a tema més destacat de la seva conversa. Aquest soci tracta, d'altra banda, sobre el transcórrer de l'associació en relació amb l'ajuntament, diverses experiències de la Junta, dels visitants de les exposicions o activitats que fan actualment. També ens parla de tot el temps que hi dedica, però ens diu que ho fa amb ganes. Per una altra banda, de la satisfacció que sent quan la gent del poble respon a una activitat que han organitzat des de l'Associació, com per exemple, la Fira Medieval:

[...] Clar, veus que fas una feina, que et costa, que hi dediques hores però que la gent et respon. Si fas una fira medieval i resulta que et venen una dotzena persones dius «perquè m'hi he de matar? aquí muntant allò i això», i la gent et diu que està satisfeta... És una satisfacció.

És un soci que ens parlava apassionadament de la tasca de l'associació i del retorn que suposa formar-ne part i ser membre de la seva Junta.

El soci 5 participant, el president de l'associació, ens parla d'«anys» i també de «família» (18,2%). Ens parla com, arran de la malaltia de la seva dona, comença a visitar l'arxiu del poble. És un gran coneixedor d'aquest arxiu local, de la història de Sentmenat i de Sant Mena, de les cases del poble —com Can Mandri— i de les vicissituds dels objectes singulars del poble, com l'antic rellotge del campanar fet a Moià per un mestre rellotger. Destacable, d'aquest soci, que porta molts anys a l'associació «però el què m'agrada més és que som molt ben avinguts» i afegeix més endavant «Tots som amics, tots col·laborem». I es nota quan parlem amb ell i també quan parla ell: tothom calla i escolta. Tants anys col·laborant per un bé comú amb aquest conjunt de persones fa que els vincles s'estrenyin, que es coneguïn, que vagin de la mà per aquest fi comú i que siguin com part d'una petita família.

La sòcia 6 parla de «plaer» amb un percentatge destacat: un 18,8%. Posteriorment, parla de «benestar» (12,5%). Aquesta sòcia es considera una amant del castell de Sentmenat des de fa anys. Ens explicava que és de les sòcies més antigues: «Això es va fer durant uns anys i després això es va quedar mort. Llavors va haver dues persones que ho van voler tirar endavant una altra vegada i jo era la tercera i d'allà vàrem anar recaptant a tothom». També ens explica que tenen molta feina amb els preparatius de les activitats i que, fins i tot, passen nervis, «uns nervis acceptats», «però és que ho fem amb gust» i que «estan contents i satisfets.» «Ja fa tres anys que la fem i bueno [bé] ja es va assentant [parlant sobre la Fira Medieval]. Estem contents, sí, sí.» I afegeix:

[...] És una satisfacció. Llavors et recompensa perquè veus que l'esforç en fer coses, la gent ve. Això que diem: a l'Assemblea som uns vint i pico però tens que pensar que quan fem algun acte, sigui una xerrada, o una exposició o una vetllada, tenim influència de gent. Potser som de les entitats que arrosseguem més gent. I llavors això és una satisfacció perquè al ser un poble petitó, costa que et vinguin al darrera, fer coses i tal. I la és satisfacció aquesta, vull dir, ens veiem recompensats.

El soci 7 parla de quatre conceptes amb el mateix percentatge: «associacionisme», «cooperar», «edat» i «voluntariat» i en parla, de tots ells, amb el mateix percentatge (25%). Segueix explicant-nos que ja la seva àvia era de l'associació i com se'n va fer ell justament per aquest mateix motiu, un cas que es repeteix en d'altres associacions (com hem pogut veure també a les enquestes) i que demostra aquest mòbil sentimental i familiar que fa que dugui a persones a fer-se sòcies d'associacions.

Per últim, el soci 8 parla del «lloc» (12,5%). El soci es va fer soci de l'Associació

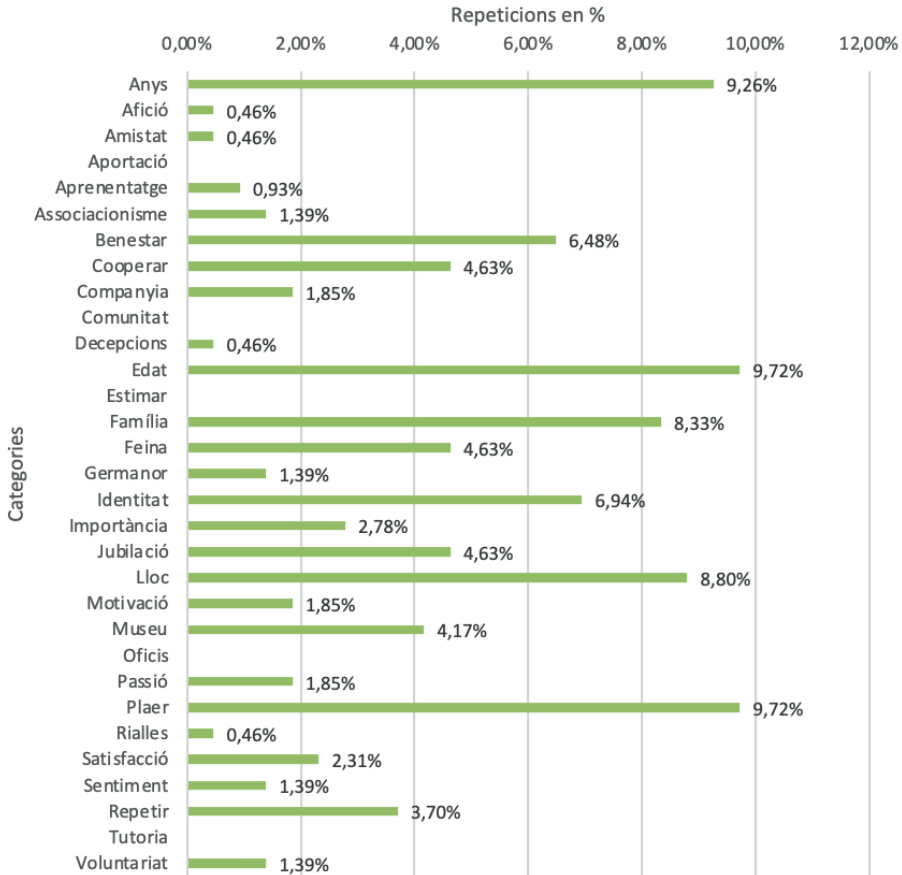
[...] perquè em va semblar que era, valia la pena lluitar perquè es fes un Museu al poble, un intent de recollir coses de la història del poble i tal. I després amb el temps he trobat un grup d'amics que m'agrada estar amb ells.

Aquest soci va venir de fora de Catalunya i va trobar que, per interès personal, aquesta associació s'ajustava als seus propis interessos i que, a més, per sorpresa seva, va acabar fent-hi una colla d'amics.

Els temes en els que coincidiren en parlar tots els socis a la vegada de l'Associació d'Amics del Museu-Arxiu de Sentmenat són, en primer lloc, la «família» (amb un 100%). A més, tots coincideixen que van justos de temps per dedicar a l'associació i que passen nervis a l'hora d'haver d'organitzar activitats i actes. Tot i això, ho fan amb bona voluntat perquè creuen en el patrimoni del seu poble i perquè els hi genera una gran satisfacció.

D'altra banda, el tres temes més comentats són (figura 7.4.), en primer lloc, el del sentiment de «plaer» (9,7%) del qual parlen molt uns i altres, del poble i de la gent del poble, junt amb el de l'«edat» (9,7%) i, en tercer lloc, el tema dels «anys» (amb un 9,3%). Va ser un *focus group molt* animat (quasi com una festa, també pel fet de ser el grup més nombrós), amb moltes anècdotes, amb molts records d'històries antigues del poble, de documents de l'arxiu, nítidament pròpies de persones que han estat molts anys dedicades a l'estudi d'un tema local i pròpies de persones que viuen en un poble petit i es coneixen les històries de les seves cases i els seus propietaris, les vicissituds que han viscut i també de qui es guardià de tota troballa que tingui lloc en un poble petit. Aquí també es van eliminar les cinc categories de conceptes que estaven a 0%.

Figura 7.4.: Histograma de categories temàtiques del *focus group* complet de l'Associació d'Amics del Museu-Arxiu de Sentmenat



Font: elaboració pròpia a partir del *focus group* realitzat el 2015.

Concloem que és una associació molt propera, amb una Junta i uns socis molt actius, que s'estimen molt el seu poble, el seu patrimoni i que el volen protegir i difondre per donar-lo a conèixer. Aquesta suma de coneixements acumulats al llarg dels anys fa que puguin oferir unes activitats molt enriquidores i properes, amb moltes dades i molt ben connectades entre elles.

7.6. L'Associació d'Amics del Museu de Gavà

El Museu de Gavà és un referent dins de la seva vila. Està ubicat en un habitatge noble del 1799 (edificat sobre dues cases ja documentades al 1497), reconvertit a museu, que aplega les troballes arqueològiques del jaciment de la població, s'hi fan exposicions temporals i, a més del jardí botànic de la casa, té una biblioteca. Va ser el darrer *focus group* que vàrem realitzar i el vàrem portar a terme a l'espai de què disposa l'associació d'amics per a les seves reunions, que és la biblioteca del Museu de Gavà. Ens vàrem trobar abans d'una Assemblea General de l'associació i la xerrada va tenir lloc al voltant d'una gran taula amb cinc socis. La conversa va durar una mica més d'una hora i va estar enfocada a comentar la participació en diferents actes de preservació del patrimoni, records i vivències personals i anècdotes de viatges. A continuació s'observen els resultats obtinguts d'aquest grup focal i la seva posterior anàlisi.

El soci 1 participant al *focus group* de l'Associació d'Amics del Museu de Gavà el tema del que més parlar va ser el del «museu» (44,8%). Aquest soci ens explica com es va fer soci:

[...] La creació del museu parteix, sobretot, de les troballes arqueològiques de les mines prehistòriques de Gavà, doncs es va fer, en aquells anys, tot un moviment, local i veïnal per salvar aquell patrimoni i per poder fer un museu per salvar això. I doncs, va néixer això [això] des del moviment veïnal i uns anys després l'ajuntament s'hi va enganxar en el carro i ja va agafar el Museu des del punt de vista de l'ajuntament i llavors joestic des d'aquell moment inicial. Soc potser un dels membres fundadors dels amics del museu [...]

ens explica, amb orgull, com va ser iniciar aquesta empresa per amor al patrimoni del poble, venint d'un món tan allunyat com és la Medicina, un tret que també ens trobem en altres associacions: socis que treballen laboralment en disciplines científiques molt allunyades de les del museu i que, en canvi, s'han sentit atrets per l'associació moguts per l'estima que tenen al poble i tot el què en representi la seva història, cultura i patrimoni. A més a més, aquest soci, com quasi tots els participants parlaven amb satisfacció de les tasques que porten a terme potser encara inconscients de tot el què representa la seva activitat pel seu entorn.

El soci 2 els temes dels quals més va parlar van ser el del «museu», en primer lloc (21,4%), seguit de l'«edat» (16,7%). Aquest soci va començar la seva conversa disculpant-se per tenir un percentatge de sordesa i ens va advertir que enraonava

una mica alt. Segueix dient-nos que el seu primer interès cultural va ser ja de petit («M'agradava el teatre»). Segueix explicant-nos els inicis del museu, de quan no n'hi havia, feia memòria de coses de fa anys, què fa l'Associació i com de bé ho fa tot i de «com que ens agrada viatjar i veure aquestes coses fem viatges dignes de veure-ho, a part, que la companyonia [companyerisme] que hi ha, l'autocar, l'avió, també es bo» i afegeix «lo bonic és després del viatge, quan venim fem tot una recordança del viatge. Et recorda els viatges que has fet». És el perfil de soci que viu al poble des de sempre, que se l'estima molt i estima molt el seu patrimoni, que coneix fil per randa.. Conversar amb tots aquests socis no és només activar i desbloquejar records que estaven adormits de feia anys, sinó que també és contribuir a preservar aquesta memòria històrica oral sobre fets culturals del poble i el naixement del seu museu i, com no, de la seva associació.

La sòcia 3 parlava del sentiment d'«identitat» (20%). Aquesta sòcia parla molt de «Gavà», del «poble», i creu que «lo nostro [nostre] ho valorem» i afegeix: «però la veritat és que a vegades no valorem lo que tenim a prop. Però la veritat és que a Gavà es fan moltes coses». I reconeixia que visita el museu «cada vegada que hi ha una exposició nova», mostrant-se molt activa a l'hora de visitar-lo i de participar en les diferents activitats del poble, que és un poble molt actiu culturalment parlant, durant tot l'any amb diferents propostes que també engloben, per exemple, la gastronomia, amb la coneguda Fira de l'Espàrrec, que genera tot un moviment d'activitats diferents al centre —que connecten entre si— i al voltant del museu.

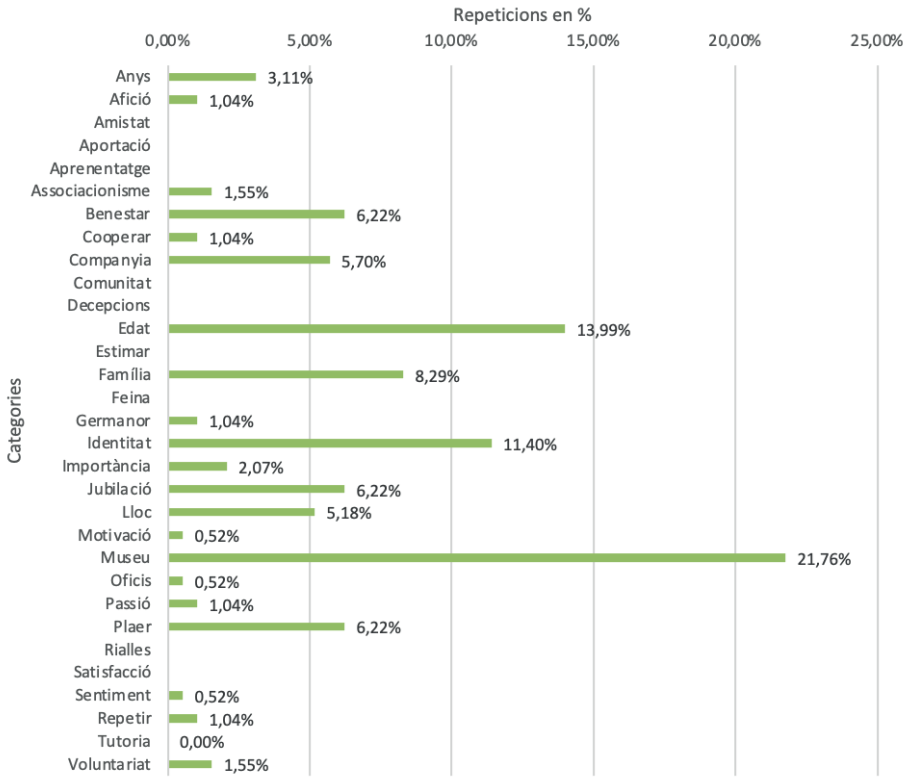
La sòcia 4 participant al *focus group* de l'Associació d'Amics del Museu de Gavà el tema que més va comentar va ser el de l'«edat» (21,2%). Ens explicava que es va fer sòcia en el moment de jubilar-se, amb 55 anys (a partir de tenir més temps lliure). En el moment de fer el *focus group* en tenia més de 84 i explicava: «Soc molt activa, visco [visc] sola i tinc el cap molt clar, molta memòria. Tinc ganes de fer coses, a llavons [llavors], doncs mira, passo les hores així». També ens va explicar que li agrada mantenir-se activa: «a mi m'agrada ajudar a la gent, tindre les hores empleades i fer coses». Es certifica l'energia i vitalitat d'aquesta sòcia amb la qual fins i tot, després del *focus group*, vàrem tenir una esplèndida conversa al voltant del seu interès a escriure llibres. Una sòcia realment molt encuriosida per saber-ho tot sobre el patrimoni de Gavà i per explicar-ho connectant diferents temes.

La sòcia 5, la darrera sòcia a participar al *focus group* d'aquesta associació, parlava del sentiment d'«identitat» (30%). Aquesta sòcia ens explicava a quin sector treballava abans de jubilar-se (el tèxtil) i també que va ser una amiga (membre

de la Junta i present en el *focus group*) qui la va fer sòcia. Va explicar, després, que li agraden els viatges de tres o quatre dies organitzats per l'associació i afegeix: «Mira, jo soc molt remilgona [primmirada] per menjar i als viatges amb el museu es menja molt bé».

El tema en el que coincidiren a parlar tots els socis a la vegada va ser «repetir» (aprofitar, en aquest cas concret, amb un 100%). Un percentatge que podríem lligar amb els interessos mostrats per aquests socis en els resultats de les enquestes. Tot i que no podem considerar Gavà un poble petit (té 47.000 habitants, enfront dels 9.000 de Sentmenat), sí que els socis participants són persones grans que han viscut a Gavà des de fa molts anys. Per tant, com en el cas de Sentmenat, tenen records de quan encara les mines no estaven condicionades ni obertes al públic, saben històries de gent que hi vivia, han vist néixer el museu de zero i coneixen tot el què es fa a Gavà en el terreny cultural. A l'Associació d'Amics del Museu de Gavà el tema categoritzat més comentat és el del «museu» (21,8 %) (figura 7,5), ja que l'associació es va crear per fundar el museu i aquest té un pes molt rellevant en la seva raó de ser i en la seva activitat. Seguidament es tracta el tema de l'«edat» (14%), seguit d'«identitat» (11,4%) Es van eliminar les nou categories que estaven a 0% i que no són tractades per cap dels socis.

Figura 7.5.: Histograma de categories temàtiques del *focus group* complet de l'Associació d'Amics del Museu de Gavà



Font: elaboració pròpia a partir del *focus group* realitzat el 2015.

Concloem que l'Associació d'Amics del Museu de Gavà és la que més s'assimila a la de Sentmenat pel que fa a la història i trajectòria dels seus socis en relació amb la seva implicació amb l'associació, al coneixement del seu poble i del seu patrimoni i, recordem una vegada més, que és l'associació que es va crear per poder fundar un museu amb posterioritat.

7.7. Conclusions

Les sessions grupals són una gran eina per extreure informació qualitativa sobre un grup de població. Si bé és cert que els grups focals no són homogenis i cada individu respon de manera particular segons els seu criteri, alguns dels temes tractats són compartits per tots els socis d'una mateixa associació i alguns dels temes són, alhora, compartits per diferents associacions.

Nosaltres hem creat un algoritme per tal de comptabilitzar la informació qualitativa recopilada i poder-la transformar en dades objectives per poder comparar-les entre si.

Com hem vist, els socis de les diferents associacions tenen una forta relació amb el museu amb el qual es vinculen i el mencionen constantment, tenint-lo molt present al llarg de tota la conversa. De fet, alguns d'ells ara són socis de l'associació, justament, perquè recorden haver visitat el museu de petits acompanyats d'algun familiar, com l'avi. I al llarg de la seva vida es relacionaran amb el museu i la seva associació de diferents maneres (Reavey *et al.*, 2013) i acompanyats per diferents persones. A banda, de mencionar constantment el museu, els socis també coincideixen a parlar seguidament sobre aspectes relacionats amb la identitat, és a dir, que l'associació els representa: els valors i raons de ser de l'associació s'ajusten als seus, allà senten que poden compartir els mateixos interessos amb persones diverses (de diferents edats, que han tingut diferents professions...), que poden crear una comunitat que preservi el patrimoni que alberga el museu. I amb poca diferència, els socis parlen molt sobre el plaer i el benestar que representa formar-ne part i participar-hi: poden aprendre de temes que els atrauen, gaudeixen apassionadament de les visites i de les activitats que s'hi duen a terme, etc., cosa que lliga amb la idea de Weil (a Yocco, 2009) que creu que «els museus contribueixen positivament a la qualitat de les vides humanes individuals i per millorar el benestar de les comunitats humanes».

Per resumir, podem dir que els socis presenten un perfil, uns hàbits i experimenten unes sensacions molt similars entre ells, com veïem en les diferents gràfiques de cada associació, a aquest capítol. Com que els objectius de les associacions són molt sòlids i estan molt ben definits, el «comportament» dels seus socis és molt homogeni. Això també fa que els discursos dels diferents socis sigui molt similar i que entre les distintes associacions existeixin més analogies que desigualtats. De la mateixa manera, amb els *focus groups* es repeteix el mateix patró que amb les enquestes anònimes del capítol anterior: tot i tractar-se de persones individuals i haver-se fet socis per diferents casuístiques, tenen en comú totes les principals

motivacions (retorn no econòmic) per fer-se socis d'aquest tipus d'associacions: pel que van viure de petits, perquè algun familiar els ha empès a fer-se'n socis, per l'estimació al patrimoni del poble, per recuperar-se d'alguna malaltia, etc. Malgrat tractar-se d'associacions de museus amb contingut diferent i d'ubicar-se en llocs geogràfics diferents, hi ha un perfil de soci comú predominant, no només per les seves característiques sociodemogràfiques, sinó també pels seus hàbits i per la seva manera de pensar i actuar envers la cultura. Tot i que hi ha socis que s'involucren més activament amb l'associació i d'altres ho fan més filantròpicament, com a suport econòmic, es generalitza el fet que són persones molt actives i amb molta set de voler aprendre nous coneixements i de difondre'ls. A tots els mouen sentiments d'estima, de valoració del patrimoni, d'identitat, de sentir-se partícips, que col·laboren pel bé comú i per les generacions futures.

Per finalitzar, indicar que es pot trobar un codi QR a l'apartat «Annexos» de la tesi (annex 11) on hi ha penjat un fragment d'àudio d'un dels *focus groups* realitzats. Trobem aquest material d'alt interès per molts motius: per començar, com a font sonora d'unes dades usades en aquesta tesi. D'altra banda, com a prova fefaent del testimoni dels socis que hi van participar i, per últim, com a mostra de document oral que recull una informació històrica i, alhora, informació subjectiva dels sentiments i l'experiència de ser soci d'una associació d'amics d'un museu.

8



Villa Vauban, Luxembourg.
Fotografia: Eva Jove.

Capítol VIII. Conclusions finals

Aquesta tesi —com indicàvem al principi— és una recerca sobre les associacions d'amics de museus i el seu impacte a la societat, i al llarg d'ella han anat sorgint diverses qüestions relacionades amb aquesta temàtica, que s'entrellacen entre si. Si dèiem que existeixen pocs estudis de públic de museus, que aquests són intermitents i des del punt de vista només econòmic i on no existeixen uns criteris homogenis en l'obtenció de les dades dels visitants (Joan Muñoz a d.a., 1999), en el cas de les associacions succeeix el mateix. Al final de la tesi, es poden confirmar els objectius i hipòtesis plantejats inicialment, on destacàvem que les associacions d'amics no són només un element de transmissió de les activitats del museu, sinó un mitjà molt important perquè aquestes institucions aconseguixin una major projecció social.

La tesi s'ha vist marcada per circumstàncies diverses al llarg de la seva elaboració, compatibilitzant-la amb la dedicació professional (per això realitzada a temps parcial) i familiar, pel canvi forçat de direcció i per l'impacte del període COVID-19. Malgrat aquestes circumstàncies podem afirmar que els objectius que ens vàrem proposar s'han acomplert i hem pogut analitzar el paper de les associacions d'amics en la museologia catalana actual. Com a principal conclusió, podem dir que aquestes associacions han tingut un paper destacat en la preservació del patrimoni i en la configuració social d'un determinat públic de museu.

Hem estructurat aquestes conclusions que es redacten a continuació en grans apartats, que es corresponen als grans capítols de la tesi.

8.1. Sobre el marc teòric

Hem començat la tesi amb un estat de la qüestió que ens parlava dels estudis de públic i de les associacions culturals, aspectes que constitueixen el marc conceptual de la tesi. La discussió bibliogràfica que hem realitzat ha demostrat

que l'impacte dels museus a la societat és fonamental per poder avaluar-ne la seva eficàcia. Les associacions, hem vist, tenen un paper fonamental en aquest impacte, perquè les seves formes organitzatives, els mètodes de presa de decisions i les seves estructures permeten d'estendre l'àmbit del museu cap a mecanismes de producció d'esdeveniments públics. Un dels nostres objectius era analitzar com els socis incideixen en el museu i com el museu impacta en els socis i també en tot el seu entorn, i en aquest sentit hem pogut veure com els socis tenen també un impacte en la dinàmica dels museus.

Com hem vist, les associacions de visitants dels museus són un element fonamental de l'estratègia de públics dels museus, per la seva participació i la seva experiència dins del museu. Una de les estratègies fonamentals dels museus ha estat de convertir-se en institucions properes a la societat i, en aquest sentit, les associacions tenen un rol destacat. Com hem vist, la bibliografia sobre les associacions no és molt nombrosa, però així i tot ens permet emmarcar el cas de les associacions catalanes en una panoràmica general. La nostra tesi ha partit de l'estudi dels públics des d'una perspectiva social, humana i humanística, posant el focus en el visitant. És un estudi que posa l'accent en la societat, en el moviment social i no en les organitzacions institucionals o governamentals, sinó des de la perspectiva dels públics més fidels dels museus: les seves associacions d'amics.

8.2. Sobre la metodologia

La metodologia utilitzada s'ha mostrat adequada per resoldre els problemes de recerca plantejats inicialment, amb una combinació de fonts documentals i procediments quantitativs i qualitativs. A l'inici de la tesi, teníem dos objectius metodològics: d'una banda, volíem realitzar un treball de camp *in situ*, tenint contacte directament amb les associacions i els seus socis, per conèixer a fons i de primera mà tot el què ells pensaven. D'altra banda, volíem quantificar i qualificar aquestes dades recollides en el treball de camp, de la manera més objectiva possible, tenint en compte que tractàvem amb persones i que intervenien factors subjectius de significat (que no en l'anàlisi).

Per elaborar el treball de camp es van usar tècniques ja emprades anteriorment: una fitxa d'elaboració pròpia, una enquesta d'elaboració pròpia i uns *focus groups*. En el moment de dissenyar aquest treball de camp, es va pensar per fer-lo a gran escala. Però la col·laboració de les associacions va anar minvant a mesura que avançàvem per les diferents fases (per cansament, per acumulació de tasques

o bé per por a considerar-se auditats). La principal innovació la trobem en l'anàlisi de les dades obtingudes. A banda de la perspectiva de gènere de l'anàlisi, es realitza una aportació metodològica nova, creada especialment per aquesta tesi, que mai abans s'havia utilitzat: s'ha incorporat un algoritme per calcular el percentatge de repetició de paraules, idees i conceptes. Per tant, es pot valorar de manera objectiva, quines són les idees i punts on posa més èmfasi cadascuna de les persones i de les associacions.

S'ha desenvolupat un treball de camps original com a metodologia, que creiem que és un procediment que ha permès accomplir amb els objectius de la recerca. Tot i això, creiem que seria més fàcil i ràpid, com apuntàvem en el capítol corresponent, poder disposar d'una base de dades pública —i sempre accessible— com l'Idescat o la PADRIS (de salut).

8.3. Sobre el context històric

Un altre dels objectius que pretenia aquesta tesi era contextualitzar històricament les associacions d'amics de museus. Per poder entendre el sorgiment de les associacions de museus a Catalunya, hem presentat la història dels museus de Catalunya, el que ens ha permès tenir un marc general del context de l'evolució de les associacions d'amics dels museus, entesa en el marc de la configuració dels museus.

Com hem vist, la història dels museus catalans consta de diferents etapes, cadascuna d'elles amb les seves pròpies característiques, estretament relacionades amb la societat i, molt especialment, amb el context polític del moment. Aquesta història, entre els seus orígens i l'actualitat, està emmarcada en quatre característiques bàsiques: a) el fet de tenir una estructura d'estat dèbil i amb pocs recursos, el que ha determinat que el paper polític en la configuració d'aquests museus hagi estat dèbil; b) la importància dels museus locals; c) la vinculació dels projectes museístics amb la recerca de la identitat catalana; d) l'existència de diferents períodes que han anat configurant el sistema de museus que tenim avui dia.

Aquest context històric dels museus ens ha ajudat a ubicar històricament les Associacions d'Amics de Museus i a entendre el perquè de les seves vicissituds. Fins i tot, alguns museus s'han creat a partir del moviment d'una associació d'amics, especialment alguns museus locals durant els anys setanta i vuitanta en què la societat civil va substituir la inacció pública. Això significa que alguns d'aquests museus són, en essència, moviments socials i cívics, fortament implicats amb les

seves comunitats d'acord amb la nova museologia. Les associacions s'han creat per la necessitat de reunir-se diferents membres individuals per crear comunitat i després, per la necessitat de protegir quelcom que els pertany, del seu territori. Malgrat els esforços de diferents governs per erradicar aquestes associacions (Arnabat, 2015), les associacions són unes manifestacions culturals, socials i identitàries nascudes tant en zones rurals com en àmbits urbans.

8.4. Sobre les associacions d'amics i la seva relació amb els museus

Com hem vist, les associacions d'amics de museus són una manifestació global que es dona a la major part del món. Tot i que la bibliografia disponible sobre aquestes associacions no és gaire i, a més, fragmentària (Slater, 2003), l'anàlisi ens permet veure la importància d'alguns temes, com el fenomen del voluntariat, un fenomen que es dona arreu i que forma part intrínseca de les associacions d'amics. A la tesi, hem pogut veure l'evolució de les associacions, des de les primeres manifestacions fins arribar als nostres dies, el paper les federacions i el voluntariat, que orbiten al seu entorn, i l'evolució històrica de la legislació existent al voltant de les associacions, inclosos els seus codis ètics, ja que la legislació, per diferents motius, té un impacte sobre la creació de les associacions.

Tot i que les associacions són molt diferents quant al nombre de socis i fins i tot en la seva relació amb el museu, el seu propòsit és sempre donar suport al museu, una funció que s'ha mantingut invariable al llarg del temps d'existència de les associacions. Per altra banda, les associacions actuen com a vincle i pont que enllaça la societat amb els museus. Les formes de col·laboració són diverses, segons el museu i el seu règim jurídic, però en tots els casos col·laboren amb els museus a través d'activitats com l'organització de conferències, cursos, visites guiades, patrocini o suport en exposicions, edició de catàlegs i publicacions, desenvolupament de campanyes publicitàries, donacions si escau, i qualsevol altra funció que respongui a les necessitats del museu i a l'efecte de la mateixa associació/fundació. Com veiem, activitats molt variades que se solen programar anualment i que se centren només en una sola activitat, com podia ser el cas de les associacions dedicades al teatre o al cant coral (Gómez, 2007). També col·laboren de forma altruista en la protecció i conservació del patrimoni dels museus, generant un sentiment de compromís i pertinença, creant un vincle afectiu i durador, que va més enllà del pagament d'una quota. El fet de només

pagar una quota seria el concepte de *soci silenciós* o de *soci passiu*, en paraules de Holmes i Slater (2012).

Hem assenyalat que hi ha tres puntals de referència fonamentals que caracteritzen les associacions: els museus als quals pertanyen i amb els quals comparteixen diferents tipologies de relació (impulsades pels mateixos museus o iniciatives externes), els seus socis actius i els socis vocals, que participen més activament en la dinàmica associativa. Un altre aspecte fonamental és que les associacions d'amics de museus es relacionen amb la societat del seu entorn més proper, organitzant activitats obertes per a tots els seus convilatans, com la seva principal funció. Les associacions organitzen les seves activitats al voltant d'un eix: la col·lecció o el patrimoni que el seu museu allotja. Tenen interès pels seus objectes i es dediquen a fer-ne difusió i a preparar activitats al seu voltant, però també es planifiquen activitats de socialització (per als socis) relacionades amb el patrimoni, que no necessàriament es porten a terme al mateix museu o al local de l'associació, com les excursions a un espai o els viatges d'uns quants dies.

Així doncs, es recomana als museus que realitzin estudis de públics de manera continuada, incloent-hi socis i sòcies de les associacions d'amics, escoltar-los i cooperar conjuntament per crear sinergies col·laboratives que aportin beneficis en ambdós sentits i generin impacte sobre la societat adjacent.

Finalment, hi ha dos aspectes que ens semblen fonamentals i que hem pogut analitzar: d'una banda els codis ètics, que determinen les funcions i procediments de les associacions arreu del món; i de l'altra, les federacions d'associacions, que els hi donen una major rellevància més enllà del mateix museu. El paper d'aquestes federacions és clau per entendre la dinàmica de les associacions.

8.5. Sobre les característiques i activitats de les associacions d'amics dels museus a Catalunya

En el capítol cinquè hem pogut assenyalar les característiques de les associacions d'amics de museus a Catalunya: associacions que estan registrades, nombre de socis que tenen i aspectes generals, a través de les dades de registre del Departament de Justícia, de la recerca realitzada directament per internet, la informació proporcionada per les mateixes associacions i a partir de l'anàlisi de les respostes a un qüestionari enviat a les associacions. Com hem vist, al Departament de Justícia hi consten 914 associacions culturals registrades i, d'aquestes, només 21 són associacions d'amics de museus. Les associacions d'amics dels museus estan

generalment computades dintre la categoria de cultura, encara que algunes estan registrades com a associacions científiques o d'altres tipologies.

Per poder obtenir més detalls de les associacions es va crear i enviar un qüestionari a cadascuna de les associacions existents de què en teníem coneixement a Catalunya, per observar-ne les seves particularitats i poder-les comparar entre elles, amb temes i dades objectives, com ara: els serveis que ofereixen, la seva antiguitat, les quotes, les activitats que realitzen o la relació que tenen amb el seu museu per, posteriorment, analitzar-ne l'impacte sobre la societat. Es va contactar també amb altres associacions no registrades i s'enviaren un total de 37 fitxes qüestionari a 37 associacions, de les quals es reberen 24 respostes.

A partir d'aquesta informació podem extraure les següents conclusions:

- a) La majoria d'associacions estan ubicades a l'àrea de les comarques barcelonines i gironines, amb una escassa presència a les comarques de Lleida i Tarragona, la qual cosa té a veure amb l'existència d'un menor nombre de museus, però també amb una menor projecció dels museus, a més de factors demogràfics. Sobta, en aquest sentit, que a les àrees més rurals no hi hagi pràcticament associacions, de manera que el fenomen associatiu no està gaire present en museus de caràcter local, malgrat que la majoria s'inspiren en la perspectiva social dels museus.
- b) Tot i que algunes associacions es crearen els anys cinquanta del segle xx, la majoria sorgiren durant els anys noranta, tot coincidint amb l'expansió dels museus a Catalunya.
- c) El nombre de socis és molt divers, oscil·la entre els 14 i els 2.333 socis. En general, podem dir que el nombre de socis ha anat incrementant-se. El nombre de persones associades no es correlaciona amb el volum demogràfic de les poblacions ni amb el nombre de visitants dels museus, com tampoc amb altres aspectes diversos, com la dinàmica del museu i la seva projecció social.
- d) Les quotes dels associats són molt diverses, i van d'entre les que són gratuïtes fins a les que arriben als 60 euros, tot i que en general són molt baixes. En alguns casos, hi ha quotes diferencials.
- e) Les activitats que realitzen les associacions són molt diverses, però generalment es tracta d'activitats complementàries a les exposicions, visites, etc. El component associatiu i les possibilitats de trobar-se són molt importants, fins i tot més que les mateixes activitats. En qualsevol cas, aquestes activitats sempre fan de pont d'enllaç entre la societat i el museu i són una porta d'entrada a oferir coneixements d'una manera divulgativa.

8.6. Sobre els resultats de les enquestes

L'enquesta ha permès observar el perfil dels socis de les associacions i comprovar, al mateix temps, si aquest perfil de soci de les associacions d'amics de museu repeteix el mateix patró del «visitant ordinari» del museu. També hem pogut veure els hàbits dels associats i els interessos que motiven a fer-se soci i poder comprovar quines sensacions, emocions, records i sentiments experimenten els amics dels museus durant la visita al museu quan desenvolupen una col·laboració amb l'associació.

Les enquestes ens permeten concloure els següents aspectes:

- a) Pel que fa al perfil, ens trobem amb un perfil de soci amic que difereix del perfil habitual de visitant de tots els museus, arreu del territori, tinguin la naturalesa que tinguin aquests museus: dona d'edat avançada (+65), amb estudis mitjos-altos. Per tant, conclouem que el perfil de soci de les associacions d'amics de museu, no repeteix el mateix patró del «visitant ordinari» del museu i les dones formem part activa de la societat. L'edat dels associats és superior a la del perfil habitual dels visitants dels museus, on l'edat més usual són 40 anys. Relacionem el fet associatiu a un nivell cultural alt, que no vol dir necessàriament un poder adquisitiu benestant, tot i que el fet de no haver d'estar pensant a sobreviure et dona una pau mental i una llibertat que propicia poder-se ocupar i destinar temps al benestar emocional i a la cerca del confort espiritual (Riera, 2019).
- b) Destaca en les respostes el que Bisquerra anomena *consciència emocional* (Bisquerra, 2009:123), és a dir, emocions a l'entorn dels museus i connexions emocionals amb els objectes, ja que «les emocions són el pas previ a l'aprenentatge» (Mazzanti; Sani, 2021) perquè pensem que si no hi ha una connexió emocional amb l'objecte o allò que tens al davant no suscita interès, no es genera un vincle i, per tant, no hi ha aquest aprenentatge del que se'n parla al llarg del *NEMO report*. Pel que fa als hàbits dels socis, són similars al perfil de visitant dels museus: soci actiu, atret per diferents propostes de diferents espais, que freqüenta amb assiduitat el museu del qual n'és soci, però també d'altres, tot aprofitant els avantatges que ofereix el fet de ser soci: avantatges econòmics, però també organitzatius (els viatges organitzats només per als socis) i l'avantatge exclusiu: espais que tan sols obren a grups molt reduïts i pel fet d'estar vinculats a un determinat museu. Els socis, a més, aprofiten el fet de tenir el carnet de jubilat.

c) Pel que fa als sentiments experimentats, aquí sí que trobem, per primera vegada, un perfil emocional. Com que aquest perfil emocional és la primera vegada que es realitza, és un perfil del qual no tenim referents i que, per tant, no pot ser comparat a res. El que sí que podem fer és comparar el perfil emocional d'una associació amb el d'una altra. Comprovem que és força similar, i que destaca especialment el tema dels records. El tema del record personal, d'infantesa ens entronca amb l'èxit d'una de les activitats que porten a terme les associacions: les exposicions de fotografia antiga. Aquest tipus d'activitat és la més participativa a l'hora de preparar-la (tothom està disposat a cedir aquella foto antiga que té a casa, cosa que el fa sentir-se feliç i útil) però també a l'hora de visitar-la: tothom va a veure la foto d'aquella persona estimada o propera de fa un any o la imatge de com era un lloc abans de, posem per cas, el canvi de la pagesia per la «modernitat».

Observant les dades obtingudes amb les enquestes als 250 socis de diferents associacions, comprovem que hi ha respostes força similars entre elles. Aquestes similituds en les respostes es donen tant en el perfil del soci com en els hàbits, els sentiments i les sensacions experimentades en practicar activitats organitzades per la associació i, la gran majoria d'elles, lligades al museu del qual en són socis.

8.7. Sobre els resultats dels *focus groups*

Un cop recollides les dades de les enquestes, vàrem aprofundir en el coneixement qualitatiu a través de *focus groups*, analitzant diversos aspectes, com els motius per fer-se soci, el retorn per a si mateix i l'impacte que exerceixen les associacions. Com dèiem en el mateix capítol, el treball de camp basat en *focus groups* és un sistema de recollida de dades qualitatives que consisteix en una entrevista grupal. Les dades recollides són paraules, expressions, maneres de dir les coses. Aquestes dades comporten una certa dificultat a l'hora de quantificar-les, passar-les a números, percentatges o gràfics, per tal que siguin el màxim d'objectives possibles. Usant l'algoritme creat de reconeixement de paraules i d'idees relacionades, hem obtingut diversos resultats sobre aquestes qüestions.

Les nostres conclusions confirmen les hipòtesis inicials, amb les següents conclusions:

a) Els socis de les associacions d'amics de museus són el públic més fidel al museu, tant al llarg del temps com al seu museu originari.

- b) Hi ha diferents motius per fer-se soci d'una associació, però el que preval és el de donar suport al museu.
- c) Es fan socis per obtenir un retorn no econòmic per a si mateixos, que va més enllà d'un descompte o un avantatge econòmic.
- d) Els museus, servint-se de les seves associacions, exerceixen un poderós impacte social sobre el seu entorn i sobre el públic en general. Un impacte que va més enllà de l'indicador de nombre de visitants.
- e) Els vincles dels socis amb l'associació pateixen transicions (Reavey *et al.*, 2013) i alteracions al llarg dels anys: un augment del compromís, l'assumpció de més tasques, el canvi de càrrec, etc. i això fa que la seva relació i contacte amb el museu també vagi variant.
- f) Com a conclusió general podem manifestar que ens associem per preservar un patrimoni i perquè ens produeix una gran satisfacció i un benestar el fet de col·laborar amb la causa que escollim, entroncant amb la idea de Weil (Yocco, 2009) que creu que «els museus contribueixen positivament a la qualitat de les vides humanes individuals i per millorar el benestar de les comunitats humanes».

Quant a la perspectiva de gènere, es detecten respostes diferents per part de les dones i homes que han participat en la investigació. En el cas del suport filantròpic a les associacions, la majoria prové de dones i les respostes a les enquestes (capítol anterior) procedia majoritàriament de les dones, però, en canvi, els presidents i les juntes directives estan integrades majoritàriament per homes. S'observa que l'afiliació i gaudi de les activitats de les associacions és majoritàriament d'homes (un fet extensible també a les hores de lleure i d'assistència a oferta cultural, artística i/o patrimonial). Les dones subordinen la seva participació al temps lliure que els deixa la seva dedicació domèstica, ja siguin les mateixes tasques domèstiques o la cura dels fills, pares o nets. Existeix una bretxa del temps en l'ús de les associacions i en la utilització d'aquest temps lliure.

Als *focus groups* ens interessava preguntar detalls de funcionament de cadascuna de les associacions però, especialment, aprofundir en temes més personals, com motivacions, retorns no econòmics, records, sensacions i emocions. Ens alguns grups van sorgir històries entranyables, històries meravelloses, anècdotes divertides i, sobretot, molta honestedat. En els *focus groups* no només es va parlar del tema pròpiament de l'associació, sinó que van aparèixer anècdotes, que es recordaven rient i amb alegria, però on també aflorava la vida i la humanitat: en més d'un *focus group* han aparegut malalties, accidents, desgràcies i moments crítics de

les vides de les persones. Però el fet de formar part de l'associació o de tenir interès per un tema cultural, sense dubte, ha ajudat a aquests socis a sentir-se útils i a tirar endavant.

Les respostes són diferents per a cada associació, però en molts casos preval la idea de la utilitat dels socis per als museus, i ens hem trobat sovint el perfil de persona gran, però altament activa de la que ens parla Andresen (2002). Alguns socis participants van coincidir que es van fer socis per *hobbie* (afició) i per divertir-se. Cal mencionar que en totes les associacions, els socis indicaren que fan múltiples activitats com a voluntaris, el que resulta molt útil per als museus. Tanmateix, les associacions no s'autoavaluen ni tampoc fan enquestes de satisfacció. Cap associació no té cap sistema de recompte de visitants a les seves activitats ni tampoc cap sistema de control de la satisfacció de les activitats, fet que en dificulta l'avaluació de l'impacte.

Com a conclusió final al treball de camp realitzat amb grups focals i a l'anàlisi dels seus resultats, podem concloure que és una tècnica que dona peu a parlar i a expressar més íntimament de sentiments. A més, en tres dels cinc *focus groups* realitzats, el tema més altament tractat és el dels diferents sentiments que genera formar part d'una associació.

8.8. Post-scriptum. Sobre les associacions durant i després de la COVID-19

La redacció final d'aquesta tesi ha coincidit amb un fet del tot inesperat, que ha sacsejat tot el món: la pandèmia de la COVID-19. Deixant de banda les qüestions sanitàries i humanes, la pandèmia ha afectat tots els sectors, incloent els museus. La resposta d'aquestes institucions ha estat ràpida, primer a través d'accions d'urgència mitjançant les xarxes socials i els espais virtuals, i després, renovant els seus protocols, planificacions i tipus d'exposicions. La pandèmia ha afectat els museus mostrant-ne la vulnerabilitat, traduïda en una pèrdua notable de públic i, per tant, d'ingressos, però alhora ha mostrat la seva capacitat de resiliència repensant el concepte de *museu* i cercant solucions creatives per fer-se més present al món postcovid.

Tota la informació present en aquesta tesi sobre les associacions d'amics dels museus (entrevistes, enquestes, etc.) correspon al període pre-pandèmia global i seria interessant veure el paper actual i futur d'aquestes associacions, però això ja seria una altra tesi. A aquelles alçades no podíem canviar la tesi i analitzar

l'impacte sobre les associacions d'amics i la dinàmica dels museus, però sí ens semblava pertinent indicar algunes reflexions finals sobre aquest tema, essent conscients que si haguéssim recollit dades durant la pandèmia aquestes segurament haurien variat, donant resultats més dirigits a la salut, a la supervivència per sobre de la pròpia reflexió de sentiments introspectius.

Pel que fa a les associacions, l'impacte va ser total i va paraitzar completament les seves activitats al principi. Un cop superada l'emergència sanitària més immediata, al cap de dos mesos, les associacions van començar a organitzar diferents debats digitals on es comentaven diferents aspectes dels museus en la era postcovid, a la majoria dels quals vàrem assistir.

Els museus van tancar i l'impacte social, econòmic i laboral va ser molt important. Els espais de les seves associacions també. Tot aquest temps de quarantena vàrem pensar molt en tots els socis que vàrem conèixer: com ho viuriem des de casa, sense poder anar al local, sense idear nous projectes. Per això, vam contactar i conversar per telèfon amb la FEAM i amb diverses associacions, per preguntar com els havia afectat la pandèmia, l'estat d'alarma i el confinament. Volíem saber com havien viscut el confinament, què havien posposat o cancel·lat definitivament, quina afectació havien patit, quines impressions havien recollit i quines iniciatives havien engegat les seves diferents associacions. Tot i que havien cancel·lat activitats com les visites guiades —una de les seves principals activitats— van idear solucions per oferir nous serveis: visites amb aforament limitat i aprofitant per crear o actualitzar la web.

Així, per exemple, l'Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona es va traslladar a les dependències del museu, tancant el local del carrer Ciutadans i tot i que havien cancel·lat les seves activitats presencials, no deixaren d'enviar el seu *newsletter* amb opcions virtuals per, a poc a poc, ja a mitjans del 2021 anar reprenent la seva activitat presencial. L'Associació d'Amics del Museu de Gavà va ajornar els viatges previstos i seguien fent les reunions, però telemàticament. L'Associació d'Amics del Museu Arxiu de Sentmenat va cancel·lar la seva exitosa fira medieval i l'exposició de la festa major es va celebrar amb aforament limitat. A poc a poc anaren reprenent la seva activitat, publicant un nou número de la revista i remodelant els diferents espais per poder oferir exposicions. Pel que fa als museus, i amb la introducció de les mesures de distanciament social a partir del març del 2020, la major part dels equipaments patrimonials van haver de tancar. Segons la UNESCO, més del 90% dels museus de tot el món van tancar les seves portes i, encara al febrer del 2021, més del 50% seguien tancats de forma parcial o total. Les respostes dels museus davant d'aquest fet van ser diverses, i

van donar lloc a una gran varietat d'iniciatives digitals que van mostrar la seva capacitat de creativitat (Canals i Roigé, 2021) així com de reacció, fomentant la participació i intentant arribar com fos als seus públics, mentre que d'altres compartien les seves col·leccions ja digitalitzades a través d'una multitud de plataformes i van incrementar l'ús de les xarxes socials amb una ràpida acceleració de la transformació digital dels museus. Els museus han desplegat formes imaginatives molt diverses per ser present entre els seus públics, encara vigents avui en dia, però també van desenvolupar solucions per documentar i crear col·leccions sobre el moment que estem vivint.

Amb tot, la COVID-19 ha posat en relleu tres fets: la resposta flexible del personal dels museus, que es repeteix la cerca i l'enfocament cap el públic local i que, tot i ser sempre un tema central, no hi ha cap bossa ni cap estratègia econòmica per als museus. Sens dubte, és el torn dels museus per demostrar el que valen, el seu impacte. Creiem que seria una bona opció que s'imposés una cultura *slow*: millor pensada, de més qualitat i menys massificada. Els museus hauran de reconnectar amb la societat, amb els públics i amb el seus veïns. I el públic també haurem de fer aquesta tasca: reconnectar de nou amb tot i tothom, perquè novament, hem vist que junts som més forts i tan sols el poble salva el poble.

En tot cas, totes les recerques realitzades fins ara constaten que els museus donaren una resposta ràpida per posar a disposició de l'usuari el seu contingut en línia (Wencke Maderbacher, 2021) i, a més, d'una manera molt àmplia. Com ja apuntàvem amb anterioritat, les persones van al museu per socialitzar-se i divertir-se (no només per aprendre): per passar temps d'oci, amb la família, amics o per tenir una cita. En canvi, en línia, un s'ha d'asseure sol davant de l'ordinador o aparell i els educadors dels museus s'adonen d'una nova tendència del públic: aquesta necessitat d'interactuar amb algú a l'altra banda de la pantalla (Maderbacher, 2021). I alhora que tot això succeeix, passa un altre fenomen que es contraposa totalment a aquesta necessitat: els treballadors que tenen contacte directe amb el públic, que normalment són educadors, que dinamitzen les visites guiades i els diferents tallers i que tenen contractes precaris (tant de temporalitat com d'import), veuen com els seus contractes no es renoven i són acomiadats. Aquest fenomen, quan es dona en països que no donen suport als autònoms, fa que molts educadors i treballadors similars, decideixen canviar de professió (Maderbacher, 2021) per raons òbvies de supervivència i que a Catalunya és una situació molt estesa en aquest sector i que la pandèmia ha acabat de fer surar i rematar.

8.9. Consideracions finals

El fenomen associatiu a Catalunya és un dels més elevats del món (Arnabat, 2015) i, alhora, un dels més desconeeguts (Montes, 2019). Aquest moviment cultural ha representat sempre la resistència i ha estat un pilar per protegir, promoure i normalitzar uns valors i una identitat (Guia de Federacions, 1999). És un fenomen que ha anat de la mà dels centres d'estudis locals i dels primers museus locals i comarcals, nascuts a mitjans dels anys setanta, que representaven a la seva comunitat i protegien la memòria identitària del seu poble (Rueda, 2007).

En aquest sentit, el paper de les associacions dels museus continua sent fonamental. Malgrat passin els anys, necessitem reafirmar-nos com a societat, reforçar la nostra identitat i confirmar que no estem sols (com afirmava un soci en una enquesta). Cal «[...] potenciar el batec cultural que la mateixa societat civil va generant» (Pla, 2013) i investigar i explicar aquests moviments és explicar la història des d'una altra perspectiva: des de la perspectiva de les persones, des de la societat civil, des del carrer, des de baix (Crooke, 2006). Les associacions d'amics dels museus formen part de la història dels museus. Fan una feina constant des del silenci, una feina feta amb convicció, amb uns valors ètics i morals i no per un interès pecuniari. És la feina per transmetre un patrimoni. Explicar el moviment associatiu és explicar un bocí de la nostra història, de la nostra identitat, del que ens defineix i, en definitiva, de la nostra cultura. Fent-se soci de la seva associació d'amics, hi col·laboren de manera solidària i desinteressada. Això és especialment determinant per als museus locals, més a prop de les seves comunitats. Com apunta Izquierdo (2005:49)

[...] és evident que els museus locals estan en una posició immillorable per exercir funcions molt útils socialment i cultural en tot allò que tingui a veure amb la socialització, el coneixement de l'entorn, la identitat local, l'aproximació a la història, a l'art i a la ciència a partir d'allò proper i concret [...] i una realitat museística que, a Catalunya, encara és essencialment local. I que duri.

Tot i la rellevància del paper de les associacions en el fet identitària (la cultura que «exercim» ens defineix) i el seu impacte beneficiós sobre la societat, també és cert que han sorgit algunes veus com les de Kaplan (2006) i Crooke (2006) posant en relleu la necessitat de revisar conceptes lligats a les associacions, com *identitat*, *comunitat* o *inclusió social* (Kaplan (2006), i fins i tot qüestionant el paper dels museus com a definidors i unificadors d'una identitat nacional (Crooke, 2006).

Apunten els perills de polititzar aquests conceptes si s'allunyen de fins culturals i dels fins que els hi donen els museus de reafirmar l'orgull i la identitat local.

Tota tesi és el resultat d'una llarga recerca, però més que tancar temes n'obre de nous. Al llarg de la tesi han sorgit moltes noves preguntes i nous temes que seria interessant poder desenvolupar en un futur proper. Ens agradaria continuar amb la recerca de les emocions en relació amb les experiències culturals, museístiques i associatives, però els resultats i l'impacte de la majoria dels projectes relacionats amb les emocions són intangibles i a llarg termini, per la qual cosa és difícil establir mètodes eficaços d'avaluació (Open All Areas, 2013). D'altres qüestions també semblen obrir-se. Quin serà el paper de les associacions d'amics en el futur? Quin rol tindran en la represa de les activitats a l'era postcovid, quan es parla de més participació i de la funció social dels museus? Com incidirà el canvi del model museístic que sembla intuir-se en la dinàmica associativa? Com aconseguiran renovar-se les associacions i captar més públic juvenil o bé les associacions seguiran sobretot estant integrades per gent gran? Com reformular la vinculació entre les associacions i els museus?

Molts interrogants que obren no només noves perspectives de recerca, sinó també qüestions sobre les que hauran de reflexionar les mateixes associacions i els museus amb els quals es vinculen. Per tant, aquesta tesi obre el camí a col·laboracions futures amb aquestes àrees de coneixement per poder seguir amb aquest tipus d'estudis qualitius dins de museus. Seria molt interessant continuar treballant el tema de l'impacte de les experiències museològiques, les emocions, la memòria, els records i els valors de les persones, a través de la neurociència. En tot cas, la nostra aproximació a les associacions ens mostra que són instruments fonamentals perquè els museus aconseguixin una major dinàmica participativa i esdevinguin més socials. I estem convençudes que els museus postcovid hauran d'incrementar el seu paper social com a un dels seus majors reptes per aconseguir acomplir els seus objectius.

Bibliografia

- Abellà, J. Comunicació personal. 8 d'octubre de 2013.
- Abelló, T. (1987) «Les associacions obreres i la cultura», *L'Avenç*, 104, 36-39.
- Abelló, T. (1997) «L'ajut mutu en els inicis de l'associacionisme obrer: cooperatives i sindicats», *Revista d'etnologia de Catalunya*, 11, 58-67.
- Ajuntament de Barcelona (1979) *Llibre Blanc dels museus de la ciutat de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Serveis de Cultura.
- Ajuntament de Barcelona (1985) *Pla de Museus*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- Alberich, T. (2006) *Guía Fácil de Asociaciones. Manual de Gestión. Para la creación, desarrollo y dinamización de entidades no lucrativas*. Madrid: Dykinson.
- Albert, L. (coord.) (1997) *Com es crea una associació?* Barcelona: .Alcalde, G. i Rueda, J. M. (1989) «Els museus i el seu públic. Una realitat local i comarcal a considerar», *Aixa*, 2, 57-63.
- Alcalde, G. (1992) *La difusió de l'arqueologia mitjançant els museus arqueològics: avaluació dels visitants dels museus arqueològics de Catalunya i anàlisi dels conceptes que aquests museus transmeten al públic*, Girona: Universitat de Girona.
- Alcalde, G. (1997) *Els públics del museu comarcal de la Garrotxa (1988-1995). Avaluació de la implicació del museu en la comunitat*. Olot: Museu Comarcal de la Garrotxa, Col·lecció d'Estudis, 1.
- Alcalde, G.; Rueda, J. M. (1999) *Els museus*. Girona: Quaderns de la revista de Girona.
- Alcalde, G. (2000) «Museus locals i comarcals i utilització del patrimoni», *Actes del 2n. Congrés català de Museus Locals i Comarcals*. Arbúcies: Museu Etnològic del Montseny, Institut del Patrimoni Cultural-Universitat de Girona, Museu Comarcal de la Garrotxa, 81-86.

- Alcalde, G.; Rueda, J. M. (2004) *L'ús del Museu d'Art de Girona. Anàlisi de la utilització del centre en el període 2002-2003*. Girona: Treballs de Patrimoni Cultural, 1, Institut del Patrimoni Cultural de la Universitat de Girona.
- Alcalde, G.; Rueda, J. M. (2008) «Una aproximación al análisis del no-público de los museos a partir del estudio de uso del museo de arte de Girona», *mus-A, Revista de los Museos de Andalucía*, 10, 90-95.
- Alcalde, G.; Burch, J. (2011) *La Patrimonialització de l'Arqueologia. Conceptualitzacions i usos actuals del patrimoni arqueològic al nord-est de la península Ibèrica*. Girona: Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural.
- Alcalde, G. (2012) «Análisis de la evolución del uso de los museos en España a partir de las encuestas de prácticas culturales». A Díaz, I. (coord.), *Otras manera de musealizar el patrimonio*, Bilbao: Universidad del País Vasco, 259-270.
- Alonso, M. (2011) *L'associació d'Amics del Museu de Gavà, 1981-2011. Una visió retrospectiva*. Gavà: Institut Ramon Muntaner, Centre d'Estudis de Gavà.
- Arnabat, R.; Ferré, X. (2015) *Ateneus. Cultura i llibertat. Associacionisme a la Catalunya contemporània*. Barcelona: Federació d'Ateneus de Catalunya.
- Andresen, M. (2002) «The Social Role of Friends of Museums», *ICOM News*, 4, s/p.
- Aquilué, X.; Monturiol, J. (2003) «Anàlisi estudi dels visitants d'un jaciment arqueològic: el cas d'Empúries». *II Congrés Internacional sobre museïtzació de jaciments arqueològics. Nous conceptes i estratègies de gestió i comunicació*. Barcelona: Museu d'Història de la Ciutat, 329-339.
- Arrieta, I. (ed., 2014) *La Sociedad ante los museos : públicos, usuarios y comunidades locales*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Asensio, M.; Pol, E.; Gomis, M. (2001) «Estudios de público, evaluación de exposiciones y programas y diseño de áreas expositivas en el Museu Marítim», *Drassana: revista del Museu Marítim*, 9, 18-34.
- Asensio, M.; Pol, E.; Gomis, M. (2001) *Planificació en Museologia: el caso del Museu Marítim de Barcelona*, Barcelona: Angle Editorial.
- Asensio, M.; Pol, E. (2003) «Los cambios recientes en la consideración de los estudios de público: la evaluación del Museu d'Història de la Ciutat de Barcelona», *II Congrés Internacional sobre museïtzació de jaciments arqueològics. Nous conceptes i estratègies de gestió i comunicació*. Barcelona: Museu d'Història de la Ciutat, 310-322.

- Baltà, P. (2005) *L'altra resistència. L'associacionisme cultural català i la lluita per les llibertats democràtiques*, El Prat del Llobregat: Rúbrica Editorial.
- Baltà, P. (2019) «La Catalunya que impulsà la il·lustració», *Canemàs*, 17, 30-49.
- Bassegoda, B. (2008) «Les primeres publicacions de l'excursionisme català», *Muntanya*, 879, 30-35.
- Bauman, Z. (2007) *Liquid Times: Living in an Age of Uncertainty*. Cambridge: Polity Press.
- Bisquerra, R. (2000) *Educación Emocional y bienestar*, Barcelona: Praxis.
- Bisquerra, R. (2009) «Orientació psicopedagògica, educació emocional i ciutadania», *Aloma: revista de psicologia, ciències de l'educació i de l'esport Blanquerna*, 23, 119-128.
- Boël, J. (1977) «Les Amis de musées: unité et diversité d'une action au service du musée», *Museum International*, 29 (1), 5-8.
- Bossi-Comelli, C.; Dussault, L. (1996) Code of Ethics for Museum Friends and Volunteers, *IX International Congress Oaxaca*. World Federation of Friends of Museums.
- Bourdieu, P.; Darbel, A. (1969) *L'amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public*, París: Les Éditions de Minuit.
- Bourdieu, P. (1980) «L'identité et la représentation». *Actes de la recherche en sciences sociales*, 35, 63-72.
- Brugera, J. (1996) *Diccionari Etimològic*, Barcelona: Enciclopèdia Catalana.
- Buscató, Ll.; Pons, Ll. (2001) «L'actuació arqueològica de la Comissió de Monuments de Girona al segle XIX: Emporion i Rhode». *Annals de l'Institut d'Estudis Gironins*, 42, 484-491.
- Capella, A. (2013) «Museus i centres d'art de Catalunya. A la perifèria del sistema cultural». *Mnemòsine*, 7, 35-52.
- Carci, I. Comunicació personal. 11 de juny de 2014.
- Carbonell, J.A. (1996) «Les associacions del treballadors entre 1910 i 1920. De la victòria electoral a la despolitització», *Materials del Baix Llobregat*, 2, 29-32.
- Centre de Recursos per a les Associacions Juvenils de Barcelona (2012) «El Codi Ètic de les Associacions», *Butlletí* 901, 121, s/p.
- Christidou, D. (2010) «Re-Introducing Visitors: Thoughts and Discussion on John Falk's Notion of Visitor's Identity-Related Visit Motivations», *Papers from the Institute of Archaeology*, 20, 111 – 122.

- Christidou, D.; Hansen, A. (2015) *Volunteers in Museums in Denmark, Sweden and Norway: A Comparative report*, Östersund NCK.
- Clos, J. (2001) «Barcelona, capital museística», *Barcelona Metròpolis Mediterrània*, 55, s/p.Coordinadora Catalana de Fundacions (s/d), *Què és una fundació*, Barcelona: CCFundacions.
- Costa, N.; Colominas J. (2001) *Els ciutadans de Barcelona i els seus Museus. Estudi sobre el grau de coneixement, utilització i valoració dels museus barcelonins*, Barcelona: ICUB.
- Crooke, E. (2006) «Museums and Community», a MacDonald, Sh. (ed.), *A companion to Museum Studies*, Oxford: Blackwell Publishing, Cap, 11, 170-185.
- d. a. (1989), *I Congrés Català de Museus Locals i Comarcals*, Arbúcies-Olot: Museu Etnològic del Montseny.
- d. a. (1997) *La gestió de les organitzacions no lucratives. Treballant per la millora de les associacions*, Barcelona: Proa·Columna.
- d. a. (1999), *II Congrés Català de Museus Locals i Comarcals*, Arbúcies: Museu Etnològic del Montseny.
- d. a., (2006) *A study on creativity index, 2005*, Hong Kong: Home affairs bureau, the Hong Kong special administrative region government.
- d'Armengol, G. (direcció) (1991) *Associacions. Cultura i societat civil a Catalunya*, Tarragona: Edicions El Mèdol.
- Dawson, E.; Jensen, E. (2011) «Contextual approaches to visitor studies research: Evaluating audience segmentation and identity-related motivation», *Visitor Studies*, 14 (2), 1-14.
- del Barrio, J. A. (2011) «Entre educació obrera i alternativa cultural, per què els treballadors van aprendre esperanto a Espanya al principi del segle XX», *Kataluna Esperantisto, llengua internacional i drets lingüístics*, 357, 17-27.
- Dodd, J. (2011) *Partnerships in the community*, Surrey: Botanic Gardens Conservation International.
- Drucker, P. F. (2000) *Organitzacions sense ànim de lucre. Gestió: teoria i pràctica*, Barcelona: Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya.
- Dueñas, M. Comunicació personal. 19 de gener de 2013.
- Espadaler, P. (1995) «Quina serà l'aportació dels petits museus a la societat del futur». *Aixa*, 7, 9-16.

- European Commission (2018) *A New Horizon For Europe. Impact Assessment of the 9th Framework Programme for Research and Innovation*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Everett, M.; Barrett, M. (2009) «Investigating Sustained Visitor/Museum Relationships: Employing Narrative Research in the Field of Museum Visitor Studies», *Visitor Studies*, 12 (1), 2-15.
- Falk, J.; Dierking, L. (1992) *The Museum Experience*, Washington D.C.: Whalesback Books.
- Falk, J.; Moussouri T.; Coulson, D. (1998), «The Effect of Visitors' Agendas on Museum Learning», *Curator*, 41 (2), 107-120.
- Falk, J. (2000) «Assessing the impact of museums», *Curator*, 43 (1), 5-7.
- Falk, J.; Adelman, L.; James, S. (2000) «Impact of National Aquarium in Baltimore on Visitors' Conservation Attitudes, Behaviour and Knowledge» *Curator*, 43 (1), 33-61.
- Falk, J.; Adelman, L. (2003) «Investigating the Impact of Prior Knowledge and Interest on Aquarium Visitor Learning», *Journal of Research in Science Teaching*, 40 (2), 163-176.
- Falk, J.; Reinhard, E.; Vernon, C.; Bronnenkant, K.; Heimlich, J.; Deans, N. (2007) *Why zoos and Aquariums matter: Assessing the impact of a visit to a zoo or aquarium*. Silver Spring, MD: Association of Zoos & Aquariums.
- Falk, J. (2009) *Identity and the museum visitor experience*. London: Routledge.
- Falk, J. (2010) *The Museum Visitor Experience. Who visits, why and to what affect?*, Iowa: Danish Museum Book.
- Font, À. (2003) *L'associacionisme cultural, esportiu i assistencial*. Barcelona: Personatges de Catalunya, S.L.
- Friedman, A. (2007) «The Great Sustainability Challenge: How Visitor Studies Can Save Cultural Institutions in the 21st Century», *Visitor Studies*, 10 (1), 3-12.
- Fujiwara, D. (2013) *Museums and happiness: The value of participating in museums and the arts*, London: Arts Council England.
- Fundación Contemporánea (2013) *Análisis de Resultados. Primer semestre de 2013*, Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Gallart, D. (2020) «Quines diferències existeixen entre fundacions i associacions?», a *Xarxanet, Generalitat de Catalunya, Departament de Treball, Afers Socials i Famílies*, 6-3-2020, s/p (consulta: 7-12-2020).

- Galobart, À.; Esquirol, T. (1999) «L'efecte "Jurassic Park" en la difusió de la paleontologia». *Actes del 2n. Congrés Català de Museus Locals i Comarcals*. Arbúcies: Museu Etnològic del Montseny, Institut del Patrimoni Cultural-Universitat de Girona, Museu Comarcal de la Garrotxa, 275-282.
- García, A. (1997) *Els Museus d'art de Barcelona: antecedents, gènesi i desenvolupament fins l'any 1915*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- García, Á. (2009) *La exposición, un medio de comunicación*, Madrid: Akal.
- García, F. J.; Delgado, A.; Felicidades, J. (2013) «El turismo en la cuenca minera de Riotinto», *Cuadernos De Turismo*, 31 (1), 129-152.
- García-Mainar, I.; Marcuello, C. (2007) «Members, Volunteers, and Donors in Nonprofit Organizations in Spain», *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 36 (1), 100-120.
- Generalitat de Catalunya, Departament de Benestar Social (1995) *Jornades d'Associacionisme i Voluntariat*. Barcelona: Institut Català del Voluntariat.
- Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura, Secretaria General de Joventut (1998) *El futur de l'Associacionisme*. Barcelona: Fòrum Joves del Segle XXI.
- Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura (1999) *Guia de Federacions. Cultura popular i associacionisme cultural*, Tarragona: Edicions el Mèdol.
- Generalitat de Catalunya (2007) *Pla de Museus de Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Generalitat de Catalunya (2009) *Visites i Indicadors de gestió*. Barcelona: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació, Servei de Museus i Protecció de Béns Mobles.
- Generalitat de Catalunya (2012) *Pla de Museus de Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura (2015) *Pla de Museus de Catalunya 2015-2025*, Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura.
- Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura (2017) *Museus 2030: Pla de Museus de Catalunya*, Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura.
- Generalitat de Catalunya, Departament de Treball, Afers Socials i Famílies (2018) *Informe de l'Associacionisme i el Voluntariat a Catalunya*, Barcelona: Entitat Autònoma del Diari Oficial i de Publicacions (EADOP).
- Gómez, M. (2007) *Associacionisme i cultura en una societat en transformació: El Prat de Llobregat, 1910-1960*, El Prat de Llobregat: Ajuntament del Prat de Llobregat.

- Gracia, M. (2016) *Les polítiques de salvaguarda del patrimoni cultural a Catalunya: de la Guerra Civil a la Postguerra (1936-1943)*, Tesi doctoral, Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Grahit, J. (1947) *Comisión de monumentos históricos y artísticos de la provincia de Barcelona: memoria de la labor realizada por la misma en su primer siglo de existencia, 1844-1944*. Barcelona: Comisión Provincial de Monumentos Históricos y Artísticos.
- Güell, H. (1990 i 1991) *Estudi del públic comarcal del Museu de Vilafranca del Penedès*. Vilafranca: Sural.
- Güell, H. (1991) *Presentació dels primers resultats de l'estudi de públic del Museu de Vilafranca. IV Jornades de Museus i Administració Local «Turisme, Cultura i Patrimoni»*, Barcelona, Vilafranca: Sural.
- Guisado, J. (2005) «Cultura popular, identitat i política. Una reflexió antropològica, una aproximació històrica», *Terme*, 20, 157-203.
- Gurian, E. (2010) «Museum as soup kitchen», *Curator*, 53 (1), 71-85.
- Institut Català del Voluntariat (2003) 2n. Congrés català de l'associacionisme i el voluntariat, *Palau de Congressos de Catalunya, 2002, Educació i Sociologia*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Benestar i Família, Institut Català del Voluntariat.
- Hachuel, E. (2012) «Història local, patrimoni i associacionisme a Catalunya», *Treballs d'Arqueologia*, 18, 31-48.
- Hachuel, E. (2012) Què hauria estat del patrimoni sense l'associacionisme? Una visió en clau de participació ciutadana. *Actes de les VI Jornades del Patrimoni del Baix Llobregat*, Consell Comarcal del Baix Llobregat i Edicions del Llobregat, 106-123.
- Hayward, J. (2010) «Connecting a Museum with Its Community», *Curator*, 53 (4), 483-490.
- Hernández, F. (2010) *Los Museos arqueológicos y su museografía*, Gijón: Ediciones Trea.
- Hernández, M.; Ruiz, E. (2008), «El patrimonio como proceso social. Intervención, desarrollo y consumo del patrimonio minero en Andalucía». A Arrieta, I. (ed.), *Participación ciudadana, patrimonio cultural y museos, entre la teoría y la praxis*. Bilbao: , 129-148.
- Hervás, R. M. (2009) *Los Museos y Centros Culturales como agentes de cambio social y desarrollo. Creación de un Laboratorio de Investigación Museística-Cultural*, Madrid: Laboratorio de Estudios de Públicos, Agencia Española de Cooperación y Desarrollo (AECID).
- Holmes, K.; Slater, A. (2012) «Patterns of Voluntary Participation in Membership Associations: A Study of UK Heritage Supporter Groups», *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 41(5), 850-869.

- Institut Català del Voluntariat (2003) *2n Congrés Català de l'Associacionisme i el Voluntariat, Palau de Congressos de Catalunya, 2002, Educació i Sociologia*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Benestar i Família, Institut Català del Voluntariat.
- Izquierdo, P. (2005) «Els museus locals sota la Llei de museus», *Mnemòsine*, 2, 41-58.
- Jensen, E.; Dawson, E. (2011) «Towards a Contextual Turn in Visitor Studies», *Visitor Studies*, 14 (2), 127-140.
- Johnson, I. (et altri) (2004) «Impact evaluation, professional practice, and policy making», *New Library World*, 105, 33-46.
- Kaplan, F. (2006) «Making and Remaking National Identities», a MacDonald, Sh. (ed.), *A companion to Museum Studies*, Oxford: Blackwell Publishing, Cap. 10, 150-169.
- Kelly, L. (2006) «Measuring the impact of museums on their communities: The role of the 21st century museum», Intercom Conference, ICOM (no publicat).
- Kennedy, J.; Prager, M. (2008) «A Review of "Visitor Voices in Museum Exhibitions"», *Visitor Studies*, 11 (2), 220-223.
- Kotler, N.; Kotler, P. (2001) *Estrategias y marketing de museos*, Barcelona: Editorial Ariel.
- Lackoi, K.; Patsou, M.; Chatterjee, H. J. et al. (2016) *Museums for Health and Wellbeing. A Preliminary Report, National Alliance for Museums, Health and Wellbeing*. London: University College London.
- Laporte, A. (1994) *La resposta l'Any Miró. Memòria Any Miró 93*, Barcelona: Fundació Miró.
- Laporte, A. (2003) «La estimación de visitantes: entre la ciencia y la magia. El caso de los restos arqueológicos del Born de Barcelona», *II Congrés Internacional sobre museïtzació de jaciments arqueològics. Nous conceptes i estratègies de gestió i comunicació*. Barcelona: Museu d'Història de la Ciutat, 323-328.
- Laporte, A. (2007) *El análisis de los públicos como instrumento de gestión: Centro Cultural de la Fundación la Caixa*, Gestión de Proyectos Culturales. Análisis de casos, Barcelona: Editorial Ariel, 226-252.
- Laporte, IA Comunicació personal. 30 de novembre de 2013.
- Lluch, J. M. (coord.) (1995) «L'associacionisme i l'esport». *Congrés de l'esport català, 1994*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de la Presidència, Secretaria General de l'Esport, 30-33.
- Lockstone-Binney, L. et al., (2010) «Volunteers and volunteering in leisure: social science perspectives», *Leisure Studies*, 29 (4), 435-455.

- Mascarell, F. (2001) «Els museus de Barcelona (1975-2000) Notícia de 25 anys de programes», *Barcelona Metròpolis Mediterrània*, 55, 4-10.
- Masriera, C. (2007) *Anàlisi dels espais de presentació arqueològics de l'edat dels metalls*, Tesi Doctoral, Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Matarasso, F. (1999) «Towards a Local Cultural Index. Measuring the cultural vitality of communities», Nottingham: Comedia.
- Martinell, A. (2019) *30 anys de formació, recerca i cooperació entre la universitat i el camp de la gestió cultural*, Barcelona: Universitat de Barcelona i Diputació de Barcelona.
- Mateo, M. J. (1987) *Estadística en Investigación Social. Ejercicios resueltos*. Madrid: Paraninfo.
- Mazzanti, P.; Sani, M. (2021) *Emotions and Learning in Museums*. Berlín: NEMO–The Network of European Museum Organisations.
- Menéndez, F. X., Pardo, J. (1990) «El Congrés Català de museus locals i comarcals: la realitat museística d'un país». *Actes del congrés català de Museus Locals i Comarcals*. Arbúcies-Olot: Museu Etnològic del Montseny, Museu Comarcal de la Garrotxa, 44-45.
- Menéndez, F. X. (1990) «El marc legislatiu actual del Patrimoni museístic de Catalunya (1980-1989)», *Aixa*, 2, 107-121.
- Menéndez, F. X. (1995) «Els museus territorials com a dinamitzadors del patrimoni cultural local», *Urtx: revista cultural de l'Urgell*, 8, 153-164.
- Menéndez, F. X. (2005) «Balanç de l'aplicació de la Llei 17/1990 de museus», *Mnemòsine*, 2, 15-39.
- Menéndez, F. X. (2008) «Intervencions museogràfiques realitzades a Catalunya durant el 2008 i 2009», *Mnemòsine*, 5, 149-163.
- Merton, R. K.; Fiske, M.; Kendall, P. L. (1956) *The Focused Interview. A Manual of Problems and Procedures*, Glencoe: The Free Press.
- Miraville, M. C. (2020) *El rol de las Asociaciones de Amigos en las instituciones públicas: Lógicas en tensión en modelos de financiación híbridos*. Treball Final Postgrau. Buenos Aires: Innova Untref.
- Montes, P. (2019) «L'associacionisme: una força desaprofitada?», a *Pensem*, 20-11-2019, s/p (consulta: 26-2-2020).
- Moran, J.; Rabell, J. A. (1999) *Diccionari Etimològic Manual*, Barcelona: Edicions 62.
- Morgan, D. L. (1998) *Planning Focus Group Guidebook*, California: Sage Publications.

- Moussouri, T. (1997) *Family Agendas and Family Learning in hands-on Museums*, Tesis doctoral, Leicester: University of Leicester.
- Nadal, J. (1997) «Girona: una proposta de regeneració urbana i canvi sociocultural», a Gabrielli B. (ed.) *La ciutat història dins la ciutat. Seminari sobre mètodes i experiències d'intervenció*. Girona: Universitat de Girona, Ajuntament de Girona, Fundació La Caixa, 95-104.
- Nadal, J. (2003) «Girona: 20 anys del Pla Especial del Barri Vell», Girona: Ajuntament de Girona.
- Newman, A. i McLean, F. (2004) «Capital and the evaluation of the museum experience», *International journal of cultural studies*, 7 (4), 480-498.
- Oliveira, A. i Capriotti, P. (2013) «Gestión estratégica de los públicos en museos. De la identificación a la comunicación», *El profesional de la información*, 22 (3), 210-214.
- Orr, T. (2004) «The Information-Seeking Behavior of Museum Visitors. *A Review of Literature*», 1-8 (no publicat).
- Overskaug, K. (et altri) (2010) «An Analysis of Visitation Patterns at the Museum of Natural History and Archaeology, Trondheim, Norway, from 1954 to 2006», *Visitor Studies*, 13 (1), 107-117.
- Palos, J. (2017) «Identitats i sentiments de pertinença», a *Aprenentatge Servei, El Diari de l'Educació*, GREM-UB, 15-11-2017, s/p (consulta: 15-11-2017).
- Packer, J. i Bond, N. (2010) «Museums Restorative Environments», *Curator*, 53 (4), 421-436.
- Pekarik, A. (2010) «From Knowing to Not Knowing: Moving Beyond “Outcomes”», *Curator*, 53 (1), 105-115.
- Pérez, L. (coord.), *Estudios sobre públicos y museos. Referentes y experiencias de aplicación desde el campo*, México: Publicaciones ENCRyM, 26-55.
- Pérez-Santos, E. (2000) *Estudio de visitantes en museos. Metodología y aplicaciones*, Gijón: Ediciones Trea.
- Pérez-Santos, E. (2008) «El estado de la cuestión de los estudios de público en España», *mus-A, Revista de los Museos de Andalucía*, 10, 20-30.
- Pérez-Santos, E. (2008) «Metodología básica de la investigación de público en museos: areas de actuación, variables implicadas, tipos de investigaciones y técnicas utilizadas», *mus-A, Revista de los Museos de Andalucía*, 10, 48-57.
- Pérez-Santos, E. (2018) «Buenas prácticas en la investigación de público en museos». A

- Permanyer-Miralda, G. et al (2013) «L'impacte social de la recerca en temps de canvis. El debat continuu», *Annals de Medicina*, 96 (3), 118-123.
- Persson, P-E. (2000) «Community Impact of Science Centers: Is There Any?», *Curator*, 43 (1), 9-17.
- Phipps, M. (et altri) (2008) «Incorporating Handheld Computers into a Public Science Center: A Design Research Study», *Visitor Studies*, 11 (2), 123-138.
- Pla, J. (1998) «La cultura des de l'associacionisme», *Revista de Girona*, 186, 83-84.
- Pol, E. (2001) *Encuesta Museo de Historia de la Ciudad de Barcelona* (no publicat).
- Pomés, J. (2002) *Associacionisme popular a Catalunya (1850-1950). Una població paradigmàtica: Malgrat de Mar*, Malgrat de Mar: Ajuntament de Malgrat de Mar.
- Prats, C. (2001) «Los museos de ciencias de Barcelona: un activo a potenciar», *Barcelona Metròpolis Mediterrània*, 55, 17-21.
- Prats, C. (2007) «La gestió del Patrimoni Etnològic en el Pla de Museus de Catalunya (2007-2010)», *Mnemòsine*, 4, 167-175.
- Reavey, B. et altri (2013) «An exploratory study of stalled relationships among art museum members», *Intenational Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 18, 90-100.
- Ribas, M. (1995) *Públic en els Museus*, Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Ribas, M. Comunicació personal. 17 de juny de 2014.
- Riera, R. (2019) *L'Herència emocional*, Barcelona: La Campana llibres.
- Roigé, X. i Arrieta, I. (2010) «Construcción de identidades en los museos de Cataluña y el País Vasco: entre lo local, nacional y global», *Pasos*, 8 (4), 539-553.
- Roigé, X. (2016) «Museos, identidades territoriales y evolución de las políticas culturales en España. De la expansion a la crisis económica», a Rius-Ulldemolins, J.; Rubio, J.A. (eds.) *Treinta años de políticas culturales en España. Participación cultural, gobernanza territorial e industrias culturales*, València: Universitat de València, 265-284.
- Rueda, J. M. (2007) «Els orígens i evolució dels museus etnogràfics a Catalunya». *Mnemòsine*, 4, 121-130.
- Russo, A. (2011) «Transformations in Cultural Communication: Social Media, Cultural Exchange, and Creative Connections», *Curator*, 54 (3), 327-346.
- Santi, Á. (2005) *Towards a System of cultural indicators for Porto Alegre public policies*, Porto Alegre: Cultural Observatory, Porto Alegre City Hall.

- Serra, F. (2003) *70 anys d'amics 1933-2033*, Barcelona: Amics dels Museus de Catalunya.
- Serra, M de Ll. (2010) «Etnologia i museologia Els museus etnològics als anys quaranta», *Revista d'Etnologia de Catalunya*, 37, 142-144.
- Serra, M de Ll. (2014) *Els Museus Catalans en els primers anys del franquisme. Anàlisi de la utilització dels centres museístics catalans en el període 1939-1947*, Tesi doctoral, Girona: Universitat de Girona.
- Serventy, C. (2002) «Who are friends?», *ICOM News* 4, s/p. Sheppard, B. (2010) «Do Museums Make a Difference? Evaluating Programs for Social Change», *Curator*, 43 (1), 63-74.
- Servitja, L. (2012) *Els visitants infantils dels museus gironins en el marc d'una visita familiar i no organitzada*, Girona: Universitat de Girona.
- Simon, N. (2010) *The Participatory Museum*. Santa Cruz: Museum.
- Slater, A. (2003) «Users or supporters? Understanding the motivations and behaviors of membres», *Curator*, 46 (2), 182-207.
- Smith, K. (2003) «Literary enthusiasts and Visitors and Volunteers», *International Journal of Tourism Research*, 5, 83-95.
- Solà, P. (1996) *L'esclafament de l'associacionisme lliure a Catalunya en temps del general Franco*, Barcelona: Rafael Dalmau, Editor.
- Solé, D. (1995) *Cens de museus dels municipis de Barcelona 1987-1995*, Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Sordé, T. Comunicació personal. 25 d'abril de 2013.
- Soren, B. (2000) «Audience Research Informs Strategic Planning in Two Art Museums», *Curator*, 43 (4), 324-342.
- Spock, M. (2000) «When I grow Up I'd Like to Work in a Place Like This: Museum Professionals' Narratives of Early Interest in Museums», *Curator*, 43 (1), 19-31.
- Stevens, C. (2018) *Quality Metrics A data driven approach to exploring the impact of our work*, Barcelona: CCCB.
- Tarrús, J. i Brugada, D. (1989) «El públic visitant dels museus de Banyoles», *Aixa*, 2, 159-166.
- Theros, X. (2014) «El Museo de Guerra», a *El País*, 12-8-2014, s/p (consulta: 7-7-2019).
- Thomson, L. J.; Chatterjee, H. J. (2013) *UCL Museum wellbeing measures Toolkit*, London: UCL i Arts&Humanities Research Council.

- Torre Jussana (2010) *Manual Associatiu sobre la Constitució i posada en marxa d'una associació*, Barcelona: Direcció del programa de participació i associacionisme de l'Ajuntament de Barcelona.
- Torre Jussana (2016) *Com redactar els estatuts d'una associació?*, Barcelona: Centre de Serveis a les Associacions, Ajuntament de Barcelona.
- Tort, M. Comunicació personal. 12 de novembre de 2013.
- Van Geert, F., Roigé, X. (2014) «De los usos políticos del patrimonio», *Usos políticos del Patrimonio Cultural*, Barcelona: Universitat de Barcelona, 9-26.
- Vicente, C. (2001) «Museus, patrimoni i territori», *Barcelona Metròpolis Mediterrània*, 55, s/p.
- Vilaró, M. (2010) «Quina tipologia d'entitat no lucrativa és la millor pel nostre projecte?», a *Xarxanet*, Generalitat de Catalunya, Departament de Treball, Afers Socials i Famílies, 23-2-2010, s/p (consulta: 7-7-2019).
- Viso, F. Comunicació personal. 23 de maig de 2022.
- Waltl, C. (2006) «Museums for visitors: Audience development. A crucial role for successful museum management strategies», Intercom Conference, ICOM (no publicat).
- Yocco, V. S. (et altri) (2009) «Measuring Public Value: An Instrument and an Art Museum Case Study», *Visitor Studies*, 2 (2), 152-163.
- Zwinkels, J. (et altri) (2009) «Using Visitor Observation to Evaluate Exhibits at the Rotterdam Zoo Aquarium», *Visitor Studies*, 12 (1), 65-77.

Webgrafia

- Amis du Louvre: <https://www.amisdulouvre.fr/> (consulta: 26-1-2021).
- Amici Musei di Roma, Associazione Onlus: <http://www.amicimuseidiroma.it/> (consulta: 26-1-2021).
- Arxiu Municipal Contemporani de Barcelona, Ajuntament de Barcelona: <https://ajuntament.barcelona.cat/arxiu-municipal/arxiucontemporani/ca/lexposicio-universal-del-1888> (consulta: 3-6-2019).
- Arxiu Nacional de Catalunya: <http://anc.gencat.cat/ca/inici> (consulta: 3-6-2019).
- Associació d'Amics dels Museus de Catalunya: <https://www.amicsdelsmuseus.org/ca/content/16-historia> (consulta: 25-5-2019).

- Berlinische Galerie: <https://berlinischegalerie.de/en/friends-of-the-museum/#c4921> (consulta: 28-9-2019).
- Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB): <https://www.cccb.org/ca/el-ccb/historia/231681> (consulta: 28-9-2019).
- Constitució Espanyola any 1869: http://www.congreso.es/docu/constituciones/1869/1869_cd.pdf (consulta: 14-8-2017).
- Constitució Espanyola any 1876: http://www.congreso.es/docu/constituciones/1876/1876_cd.pdf (consulta: 14-8-2017).
- Constitució Espanyola any 1931: http://www.congreso.es/docu/constituciones/1931/1931_cd.pdf (consulta: 14-8-2017).
- Coordinadora de Centres d'Estudis de Parla Catalana (CCEPC): www.ccepc.cat/ (consulta: 10-05-2022).
- El País (Cinco días, 2018): «Los amigos de los museos, una fuente de ingresos»: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/10/12/fortunas/1539357560_550002.html (consulta: 26-1-2021).
- Estatut de Catalunya any 1932: http://www.gencat.cat/eapc/revistes/RCDP/Documents_interes/RCDP_41/9_Estatut_1932.pdf (consulta: 14-8-2017).
- Federación Española de Amigos de los Museos: <https://www.feam.es/index.php/es> (consulta: 26-1-2021).
- Fundació Antiques Caixes Catalanes: <https://www.fcaixescatalanes.cat/> (consulta: 11-05-2022).
- Fundació Miró: <https://www.fmirobcn.org/ca/fundacio/> (consulta: 28-9-2019). Health and Culture Government UK: <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-digital-culture-media-sport/about> (consulta: 28-9-2019).
- Hemeroteca La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/hemeroteca> (consulta: 26-1-2021).
- Horizon Europe: https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/funding/funding-opportunities/prizes/horizon-impact-award_en (consulta: 20-05-2022).
- IDESCAT: <https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=790> (consulta: 16-10-2020)
Ley de asociaciones 1887: <https://www.boe.es/datos/pdfs/BOE/1887/193/A00105-00106.pdf> (consulta: 14-8-2017).
- Institut Ramon Muntaner: www.irmu.org/ (consulta: 10-05-2022).
- Llei d'Associacions 191/1964: <https://www.boe.es/boe/dias/1964/12/28/pdfs/A17334-17336.pdf> (consulta: 14-8-2017).

- Llei d'Associacions 7/1997: <https://vlex.es/vid/llei-juny-associacions-267198141> (consulta: 14-8-2017).
- Llei d'orde públic any 1933: <https://www.boe.es/datos/pdfs/BOE/1933/211/A00682-00690.pdf> (consulta: 14-8-2017).
- Los Angeles County Museum of Art (LACMA): <https://www.lacma.org/> (consulta: 28-9-2019).
- Museu d'Arqueologia de Catalunya (MAC): <http://www.mac.cat/Sobre-el-Museu/Una-institucio-d-arrels-centenaries> (consulta: 28-9-2019).
- Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA): <https://www.macba.cat/ca/sobre-macba/el-museu> (consulta: 28-9-2019).
- (consulta: 28-9-2019).
- Museu d'Història de Catalunya (MHC): https://www.mhcat.cat/sobre_el_museu/historia_amics/historia_del_museu (consulta: 28-9-2019).
- Museu de la Ciència i la Tecnologia (MNACTEC): <https://mnactec.cat/ca/el-museu/el-mnactec-detall/el-vapor-aymerich-amat-i-jover> (consulta: 28-9-2019).
- Museu Marès: https://w110.bcn.cat/museufredericmares/ca/museu?general_information=4 (consulta: 28-9-2019).
- Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC): <https://www.museunacional.cat/ca/historia-edifici> (consulta: 28-9-2019).
- Museu Picasso: <http://museupicassobcn.org/origens/part-1> (consulta: 28-9-2019).
- Open All Areas, (2013): <http://www.audienceseurope.com/open-all-areas.html> (consulta: 28-9-2019).
- The British Museum: <https://www.britishmuseum.org/membership> (consulta: 28-9-2019).
- The Metropolitan Museum of Art (MET): <https://www.metmuseum.org/> (consulta: 28-9-2019).
- Scottish Community Development Centre: <http://www.communityscot.org.uk/social-impact-pledge/what-social-impact/> (consulta: 28-9-2019).
- Teatre-Museu Dalí: <https://www.salvador-dali.org/ca/museus/teatre-museu-dali-de-figueres/historia/> (consulta: 28-9-2019).
- Wikiloc Turó de Montgat (2019), <https://ca.wikiloc.com/rutes-senderisme/50-senderisme-en-tren-el-turo-de-montgat-100-cims-5589568> (consulta: 5-11-2019).

Annexos

En aquest apartat s'adjunten els documents consultats o generats al llarg d'aquesta tesi per a la seva fàcil localització i consulta, per ordre cronològic.

Índex d'annexos

Annex 1: Legislació

a.: Constitució Espanyola any 1869

b.: Constitució Espanyola any 1876

c.: Llei d'Associacions any 1887

d.: Constitució Espanyola any 1931

e.: Estatut de Catalunya any 1932

f.: Llei d'orde públic any 1933

g.: Llei d'Associacions 191/1964

h.: Llei d'associacions 7/1997

Annex 2: Estatut de l'Associació d'Amics del Museu Marítim de Barcelona

Annex 3: Estatut de l'Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona

Annex 4: Estatut de l'Associació d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona

Annex 5: Estatut de l'Associació d'Amics del Museu Arxiu de Sentmenat

Annex 6: Estatut de l'Associació d'Amics del Museu de Gavà

Annex 7: Codi Ètic de la WFFM

Annex 8: Carta petició de col·laboració

Annex 9: Fitxa de l'Associació d'Amics del Museu

Annex 10: Enquesta al soci de l'Associació d'Amics del Museu

Annex 11: Codi QR amb la transcripció dels àudios dels focus groups.

Annex 1: Legislació

a.: Constitució Espanyola any 1869

Constitució Espanyola, Congreso, 1 de juny de 1869, p. 4-98

http://www.congreso.es/docu/constituciones/1869/1869_cd.pdf

b.: Constitució Espanyola any 1876 (manuscrit)

Constitució Espanyola, Congreso, 27 de juny de 1876, p. 1-39

http://www.congreso.es/docu/constituciones/1876/1876_cd.pdf

c.: Llei d'Associacions any 1887

Llei d'Associacions, Gaceta de Madrid, 193, 12 de juliol de 1887, p. 105-106

<https://www.boe.es/datos/pdfs/BOE/1887/193/A00105-00106.pdf>

d.: Constitució Espanyola any 1931

Constitució Espanyola, Congreso, 9 de desembre de 1931, p. 4-29

http://www.congreso.es/docu/constituciones/1931/1931_cd.pdf

e.: Estatut de Catalunya any 1932

Estatut de Catalunya, Gaceta de Madrid, 265, 21 de setembre de 1932, p. 2090-2094.

http://www.gencat.cat/eapc/revistes/RCDP/Documents_interes/RCDP_41/9_Estatut_1932.pdf

f.: Llei d'orde públic any 1933

Llei d'orde públic, Gaceta de Madrid, 311, 30 de juliol de 1933, p.682-690.

<https://www.boe.es/datos/pdfs/BOE/1933/211/A00682-00690.pdf>

g.: Llei d'Associacions 191/1964

Llei d'Associacions, BOE, 311, 18 de desembre de 1964, p. 17334-17336

<https://www.boe.es/boe/dias/1964/12/28/pdfs/A17334-17336.pdf>

h.: Llei d'associacions 7/1997

Llei d'Associacions de Catalunya, BOE, 176, 24 de juliol de 1997, p. 22612-22620

<https://vlex.es/vid/llei-juny-associacions-267198141>

Annex 2: Estatut de l'Associació d'Amics del Museu Marítim de Barcelona

Estatuts de l'associació d'amics del Museu Marítim de Barcelona

Capítol I. La denominació, els fins i el domicili

Article 1

Amb la denominació **Associació d'Amics del Museu Marítim de Barcelona** es constitueix l'associació, que regularà les seves activitats d'acord amb la Llei 7/1997, de 18 de juny, d'associacions (DOGC 2423, d'1 de juliol) i els seus estatuts.

Article 2

Els fins de l'associació són:

1. Formació d'una consciència marítima, nàutica i naval a Catalunya.
2. Promoció dels interessos marítics de Catalunya.
3. Reafirmació de la presència del mar en tots els ciutadans de Catalunya.
4. Col·laborar per una major projecció i desenvolupament del Museu Marítim de Barcelona.

En queda exclòs tot ànim de lucre.

Article 3

1. El domicili de l'associació s'estableix al Museu Marítim de Barcelona, a l'edifici de les Drassanes Reials, Avinguda de les Drassanes, s/n, de Barcelona, C.P. 08001, Telf. 93-342.99.20 i Fax. 93-318.78.76.
2. El domicili social assenyalat l'àmbit d'activitat principal de l'entitat, si bé qualsevol altra referència geogràfica (local, estatal o internacional) resultarà igualment significativa de l'àmbit territorial.

Capítol II. Els membres de l'associació, els seus drets i les seves obligacions

Article 4

Poden formar part de l'associació totes les persones majors d'edat. Han de presentar una sol·licitud per escrit a la Junta Directiva, la qual prendrà una decisió sobre això en la primera reunió que tingui lloc i la comunicarà en l'Assemblea General més immediata.

Els socis menors d'edat, si n'hi ha, no tenen vot en les assemblees ni poden elegir ni ser elegits membres de la Junta Directiva.

Article 5

Són drets dels membres de l'associació:

1. Assistir amb veu i vot a les reunions de l'Assemblea General.
2. Elegir o ser elegits per als llocs de representació o per exercir càrrecs directius.
3. Exercir la representació que se'ls confereixi en cada cas.
4. Intervenir en el govern i les gestions, en els serveis i les activitats de l'associació, d'acord amb les normes legals i estatutàries.
5. Exposar a l'Assemblea i a la Junta Directiva tot el que considerin que pugui contribuir a fer més plena la vida de l'associació i més eficaç la realització dels objectius socials bàsics.
6. Sol·licitar i obtenir explicacions sobre l'administració i la gestió de la Junta Directiva o dels mandatariis de l'associació.
7. Ésser escoltats prèviament a l'adopció de mesures disciplinàries.
8. Rebre informació sobre les activitats de l'associació.
9. Fer ús dels serveis comuns que l'associació estableixi o tingui a la seva disposició.
10. Formar part dels grups de treball.
11. Posseir un exemplar dels estatuts.
12. Consultar els llibres de l'associació.

Article 6

Són deures dels membres de l'associació:

1. Comprometre's amb les finalitats de l'associació i participar activament per assolir-les.
2. Contribuir al sosteniment de l'associació amb el pagament de quotes, derrames i altres aportacions econòmiques fixades pels estatuts i aprovades d'acord amb aquests.
3. Complir la resta d'obligacions que resultin de les disposicions estatutàries.
4. Acatar i complir els acords vàlidament adoptats pels òrgans de govern de l'associació.

Article 7

Són causes per ser donat de baixa de l'associació:

1. Que ho decideixi la persona interessada, que ha de comunicar per escrit la seva decisió a la Junta Directiva.
2. No satisfer les quotes fixades.
3. No complir les obligacions estatutàries.

Capítol III. L'Assemblea General

Article 8

1. L'Assemblea General és l'òrgan sobirà de l'associació; els seus membres en formen part per dret propi i irrenunciable.
2. Els membres de l'associació, reunits en Assemblea General legalment constituïda, decideixen per majoria els assumptes que són competència de l'Assemblea.
3. Tots els membres queden subjectes als acords de l'Assemblea General, incloent-hi els absents, els qui en discrepen i els presents que s'han abstingut de votar.

Article 9

L'Assemblea General té les facultats següents:

- a) Modificar els estatuts.
- b) Elegir i separar els membres de l'òrgan de govern i controlar-ne l'activitat.
- c) Aprovar el pressupost anual i la liquidació de comptes anuals, i també adoptar els acords per a la fixació de la forma i l'import de la contribució al sosteniment de l'associació i aprovar la gestió feta per l'òrgan de govern.
- d) Acordar la dissolució de l'associació.
- e) Incorporar-se a altres unions d'associacions o separar-se'n.
- f) Sol·licitar la declaració d'utilitat pública.
- g) Aprovar el reglament de règim interior.
- h) Acordar la baixa o la separació definitiva, amb un expedient previ, dels associats i les associades.
- i) Conèixer les sol·licituds presentades per a ésser soci o sòcia, i també les altes i les baixes d'associats i associades per una raó distinta a la de la separació definitiva.
- j) Resoldre sobre qualsevol altra qüestió que no estigui directament atribuïda a cap altre òrgan de l'associació. La relació de les facultats que es fa en aquest article té un caràcter merament enunciatiu i no limita les atribucions de l'Assemblea General.

Article 10

1. L'Assemblea General es reuneix en sessió ordinària com a mínim un cop l'any, dins dels mesos compresos entre febrer i abril, ambdós inclusivament.
2. L'òrgan de govern pot convocar l'assemblea general amb caràcter extraordinari sempre que ho consideri convenient, i ho ha de fer quan ho sol·liciti un nombre d'associats no inferior al 10%; en aquest cas, l'assemblea ha de tenir lloc dins el termini de trenta dies a comptar de la sol·licitud.

Article 11

1. L'assemblea és convocada per l'òrgan de govern mitjançant una convocatòria, que ha de contenir, com a mínim, l'ordre del dia, el lloc, la data i l'hora de la reunió.
2. La convocatòria s'ha de comunicar quinze dies abans de la data de la reunió, individualment i mitjançant un escrit adreçat al domicili que consti en la relació actualitzada d'associats i associades que ha de tenir l'associació.
3. Les reunions de l'Assemblea General, les presideix el president de l'associació. Si no hi és, l'han de substituir, successivament, el vice-president o el vocal de més edat de la Junta. Hi ha d'actuar com a secretari qui ocupi el mateix càrrec a la Junta Directiva.
4. El secretari redacta l'acta de cada reunió, que han de signar ell mateix i el president, amb un extracte de les deliberacions, el text dels acords adoptats, el resultat numèric de les votacions i la llista de les persones assistents.

Al començament de cada reunió de l'Assemblea General es llegeix l'acta de la sessió anterior a fi que s'aprovi o s'esmeni. Cinc dies abans, de tota manera, l'acta i qualsevol altra documentació ha d'estar a disposició dels socis al local social.

Article 12

1. L'assemblea general es constitueix vàlidament sigui quin sigui el nombre de persones associades presents o representades.
2. El 10% dels associats pot sol·licitar a l'òrgan de govern la inclusió en l'ordre del dia d'un o més assumptes per tractar i, si ja s'ha convocat l'assemblea, sempre que ho facin dins el primer terç del període comprès entre la recepció de la convocatòria i la data de la reunió d'aquella. La sol·licitud també es pot fer directament a l'assemblea, que decidex el que considera convenient, però únicament pot adoptar acords respecte als punts no inclosos en l'ordre del dia comunicat en la convocatòria, si així ho decideix una majoria de les tres quartes parts de les persones presents.

Article 13

1. En les reunions de l'Assemblea General, correspon un vot a cada membre de l'associació.
2. Els acords es prenen per majoria simple de vots dels socis presents o representats.
3. Per adoptar acords sobre la separació dels membres, la modificació dels estatuts, la dissolució de l'associació, la constitució d'una federació amb associacions similars o la integració en una de ja existent, cal un nombre de vots equivalent a les dues terceres parts dels assistents. En qualsevol cas, l'elecció de la Junta Directiva, si es presenten diverses candidatures, es fa per acord de la majoria relativa dels socis presents o representats.
4. Les candidatures que es presentin formalment tenen dret a una còpia de la llista dels socis i dels seus domicilis certificada pel secretari amb el vist-i-plau del president.

Capítol IV. La Junta Directiva

Article 14

1. Regeix, administra i representa l'associació la Junta Directiva, que componen el president, dos vice-presidents, el secretari, el tresorer i els vocals. Aquests càrrecs han de ser exercits per persones diferents.
2. L'elecció dels membres de la Junta Directiva, que han de ser associats, es fa per votació de l'Assemblea General. Les persones elegides entren en funcions després d'haver acceptat el càrrec.
3. El nomenament i el cessament dels càrrecs han de ser certificats pel secretari sortint, amb el vist-i-plau del president sortint, i s'han de comunicar al Registre d'Associacions.
4. Els membres de la Junta Directiva no poden dur a terme cap activitat retribuïda per l'associació.

Article 15

1. Els membres de la Junta Directiva exerceixen el càrrec durant un període de 2 anys sense perjudici que puguin ser reelegits.
2. El cessament dels càrrecs abans d'extingir-se el termini reglamentari del seu mandat pot esdevenir-se per:
 - a) dimissió voluntària presentada mitjançant un escrit en el qual se n'exposin els motius
 - b) malaltia que incapaciti per exercir el càrrec
 - c) baixa com a membre de l'associació

- d)** sanció per una falta comesa en l'exercici del càrrec, imposada d'acord amb el que estableix l'article 13.3 dels estatuts
3. Les vacants que es produeixin en la Junta Directiva s'han de cobrir en la primera reunió de l'Assemblea General que tingui lloc. Mentrestant, un membre de l'associació pot ocupar provisionalment el càrrec vacant.

Article 16

1. La Junta Directiva té les facultats següents:
- a)** Representar, dirigir i administrar l'associació de la manera més àmplia que reconegui la Llei; així mateix, complir les decisions preses per l'Assemblea General, d'acord amb les normes, instruccions i directrius que aquesta Assemblea estableixi.
 - b)** Prendre els acords que calgui en relació amb la compareixença davant dels organismes públics i per exercir tota mena d'accions legals i interposar els recursos pertinents.
 - c)** Proposar a l'Assemblea General la defensa dels interessos de l'associació.
 - d)** Proposar a l'Assemblea General la defensa de l'establiment de les quotes que els membres de l'associació han de satisfer.
 - e)** Convocar les assemblees generals i controlar que es compleixin els acords que s'hi adoptin.
 - f)** Presentar el balanç i l'estat de comptes de cada exercici a l'Assemblea General perquè els aprovi, i confeccionar els pressupostos de l'exercici següent.
 - g)** Contractar els empleats que l'associació pugui tenir.
 - h)** Inspeccionar la comptabilitat i preocupar-se perquè els serveis funcionin amb normalitat.
 - i)** Establir grups de treball per aconseguir de la manera més eficient i eficaç els fins de l'associació, i autoritzar els actes que aquests grups projectin dur a terme.
 - j)** Nomenar els vocals de la Junta Directiva que s'hagin d'encarregar de cada grup de treball, a proposta dels mateixos grups.
 - k)** Dur a terme les gestions necessàries davant d'organismes públics, entitats i altres persones, per aconseguir:
 - subvencions o altres ajuts
 - l'ús de locals o edificis que puguin arribar a ser un lloc de convivència i comunicació i també un centre de recuperació ciutadana
 - l)** Obrir comptes corrents i llibretes d'estalvis a qualsevol establiment de crèdit d'estalvi i disposar dels fons que hi hagi en aquest dipòsit. La disposició dels fons es determina a l'article 29.
 - m)** Resoldre provisionalment qualsevol cas que no hagin previst els estatuts i donar-ne compte en la primera reunió de l'Assemblea General.

n) Qualsevol altra facultat que no estigui atribuïda d'una manera específica a algun altre òrgan de govern de l'associació o que li hagi estat delegada expressament.

Article 17

1. La Junta Directiva, convocada prèviament pel president o per la persona que el substitueixi, s'ha de reunir en sessió ordinària amb la periodicitat que els seus membres decideixin, i que en cap cas no pot ser inferior a 1 mes.
2. S'ha de reunir en sessió extraordinària quan la convoqui amb aquest caràcter el president o bé si ho sol·licita un 20% dels membres que la componen.

Article 18

1. La Junta Directiva queda constituïda vàlidament si ha estat convocada amb antelació i hi ha un quòrum de la meitat més un.
2. Els membres de la Junta Directiva estan obligats a assistir a totes les reunions que es convoquin, encara que, per causes justificades, poden excusar-se'n. L'assistència del president o del secretari o de les persones que els substitueixen hi és necessària sempre.
3. La Junta Directiva pren els acords per majoria simple de vots dels assistents.

Article 19

1. La Junta Directiva pot delegar alguna de les seves facultats en una o diverses comissions o grups de treball si compta, per fer-ho, amb el vot favorable de dos terços dels seus membres.
2. També pot nomenar, amb el mateix quòrum, un o uns quants mandataris per exercir la funció que els confii amb les facultats que cregui oportú conferir-los en cada cas.

Article 20

Els acords de la Junta Directiva s'han de fer constar en el llibre d'actes i han de ser signats pel secretari i el president. En iniciar-se cada reunió de la Junta Directiva, s'ha de llegir l'acta de la sessió anterior perquè s'aprovi o es rectifiqui, si és procedent.

Capítol V. El president i el vice-president

Article 21

1. Són pròpies del president les funcions següents:

- a) Dirigir i representar legalment l'associació, per delegació de l'Assemblea General i de la Junta Directiva.
 - b) Presidir i dirigir els debats, tant de l'Assemblea General com de la Junta Directiva.
 - c) Emetre un vot de qualitat decisor en els casos d'empat.
 - d) Establir la convocatòria de les reunions de l'Assemblea General i de la Junta Directiva.
 - e) Visar les actes i els certificats confeccionats pel secretari de l'associació.
 - f) Les atribucions restants pròpies del càrrec i aquelles per a les quals el deleguin l'Assemblea General o la Junta Directiva.
2. El president és substituït, en cas d'absència o malaltia, pel vicepresident o el vocal de més edat de la Junta, per aquest ordre.

Capítol VI. El tresorer i el secretari

Article 22

El tresorer té com a funció la custòdia i el control dels recursos de l'associació, com també l'elaboració del pressupost, el balanç i la liquidació de comptes. Porta un llibre de caixa. Signa els rebuts de quotes i altres documents de tresoreria. Paga les factures aprovades per la Junta Directiva, les quals han d'ésser visades prèviament pel president, i ingressa el que sobra en dipòsits oberts en establiments de crèdit o d'estalvi.

Article 23

El secretari ha de custodiar la documentació de l'associació, aixecar, redactar i signar les actes de les reunions de l'Assemblea General i la Junta Directiva, redactar i autoritzar els certificats que calgui lliurar, i també portar el llibre de registre de socis.

Capítol VII. Les comissions o grups de treball

Article 24

La creació i constitució de qualsevol comissió o grup de treball, l'han de plantejar els membres de l'associació que vulguin formar-los, que n'han d'assabentar la Junta Directiva i explicar les activitats que es proposen dur a terme.

La Junta Directiva s'ha de preocupar d'analitzar les diferents comissions o grups de treball, els encarregats dels quals li han de presentar un cop al mes un informe detallat de les seves actuacions.

Capítol VIII. El règim econòmic

Article 25

Aquesta associació no té patrimoni fundacional.

Article 26

Els recursos econòmics de l'associació es nodreixen de:

- a) les quotes que fixa l'Assemblea General per als seus membres
- b) les subvencions oficials o particulars
- c) les donacions, les herències o els llegats
- d) les rendes del patrimoni mateix o bé d'altres ingressos que puguin obtenir-se

Article 27

Tots els membres de l'associació tenen l'obligació de sostenir-la econòmicament, mitjançant quotes o derrames, de la manera i en la proporció que determini l'Assemblea General, a proposta de la Junta Directiva.

L'Assemblea General pot establir quotes d'ingrés, quotes periòdiques mensuals – que s'abonaran per mesos, trimestres o semestres, segons el que disposi la Junta Directiva – i quotes extraordinàries.

Article 28

L'exercici econòmic coincideix amb l'any natural i queda tancat el 31 de desembre.

Article 29

En els comptes corrents o llibretes d'estalvis obertes en establiments de crèdit o d'estalvi, hi han de figurar les signatures del president, el tesorero i el secretari.

Per poder disposar dels fons n'hi ha prou amb dues firmes, una de les quals ha de ser la del tesorero o bé la del president.

Capítol IX. El règim disciplinari

Article 30

L'òrgan de govern pot sancionar les infraccions comeses pels socis que incompleixen les seves obligacions.

Aquestes infraccions es poden qualificar de lleus, greus i molt greus, i les sancions corresponents poden anar des d'una amonestació fins a l'expulsió de l'associació, segons el que estableixi el reglament intern.

El procediment sancionador s'inicia d'ofici o bé com a conseqüència d'una denúncia o comunicació. En el termini de 10 dies, la Junta Directiva nomena un instructor, que tramita l'expedient sancionador i proposa la resolució en el termini de 15 dies, amb audiència prèvia del presumpte infractor. La resolució final, que ha de ser motivada i aprovada per dues tercers parts dels membres de la Junta Directiva, l'adopta aquest òrgan de govern també dins d'un període de 15 dies.

Contra les sancions per faltes greus i molt greus acordades per la Junta Directiva, les persones interessades hi poden recórrer, si el reglament intern estableix el procediment per fer-ho, davant la primera assemblea general que tingui lloc.

Capítol X. La dissolució

Article 31

L'associació pot ser dissolta si ho acorda l'Assemblea General, convocada amb caràcter extraordinari expressament per a aquest fi.

Article 32

1. Un cop acordada la dissolució, l'Assemblea General ha de prendre les mesures oportunes tant pel que fa a la destinació dels béns i drets de l'associació, com a la finalitat, l'extinció i la liquidació de qualsevol operació pendent.
2. L'Assemblea està facultada per elegir una comissió liquidadora sempre que ho cregui necessari.
3. Els membres de l'associació estan exempts de responsabilitat personal. La seva responsabilitat queda limitada a complir les obligacions que ells mateixos hagin contret voluntàriament.
4. El romanent net que resulti de la liquidació s'ha de lliurar directament a l'entitat pública o privada sense afany de lucre que, en l'àmbit territorial d'actuació de l'associació, hagi destacat més en la seva activitat a favor d'obres benèfiques.
5. Les funcions de liquidació i d'execució dels acords a què fan referència els apartats anteriors d'aquest mateix article són competència de la Junta Directiva si l'Assemblea General no confereix aquesta missió a una comissió liquidadora especialment designada.

_____, _____ d _____ de _____

Signatures de tots els socis fundadors

Nota: Cal que a sota de les signatures quedi aproximadament mig full en blanc a fi que es puguin diligenciar els estatuts.

Annex 3: Estatut de l'Associació d'Amics del Museu d'Art de Girona

Estatuts de l'associació d'amics del Museu d'Art de Girona

Títol I. – OBJECTE, DOMICILI i ÀMBIT.

Art. 1 . – Es constitueix amb el nom Amics del Museu d'Art de Girona una associació que tindrà les següents finalitats:

- a) Fomentar i donar a conèixer el Museu de Girona tot col·laborant amb les institucions i entitats que en siguin titulars.
- b) Fomentar la relació i la col·laboració amb els altres museus.
- c) Promoure conjuntament amb l'equip tècnic del propi Museu, conferències, exposicions monogràfiques i altres activitats dirigides a fomentar el coneixement i el creixement del Museu d'Art de Girona.
- d) Fomentar la participació en les activitats del museu.

Art. 2 . – Tindrà la seva seu i domicili en el propi Museu d'Art pujada de la Catedral núm. 12, 17004 Girona.

Art. 3 . – L'àmbit d'acció en què es desplegaran principalment les seves funcions serà el de les comarques gironines.

Títol II. – MEMBRES DE L'ASSOCIACIÓ.

Art. 4 . – L'Associació estarà integrada per tres classes de socis i sòcies:

a) Honoraris: Les persones físiques o jurídiques, membres de l'Associació, que siguin nomenades com a tals per l'Assemblea General, a proposta de la Junta Directiva o del vint per cent del nombre total de membres de l'entitat.

b) Numeraris: Persones físiques o jurídiques que contribueixen al sosteniment de l'associació amb la quota anual que acordi l'Assemblea General.

S'acceptaran socis i sòcies menors d'edat però no tindran vot en les Assemblees Generals ni podran elegir ni ésser elegits i elegides membres dels òrgans de govern de l'Associació fins que no assoleixin la majoria d'edat.

c) Protector: Les persones físiques o jurídiques que contribueixen al sosteniment de l'associació amb una quota superior a la que els hi correspondria per la seva afiliació, d'acord amb les tipologies i imports que acordi l'Assemblea General

L'admissió i la separació de socis i sòcies serà competència de la Junta directiva. Les persones separades de l'associació tindran dret a recurs davant l'Assemblea General en la seva reunió immediatament posterior.

Art. 5 . – Les persones associades, llevat que lo seva condició sigui merament honorífica, tindran els drets següents:

- a)** Assistir a les Assemblees Generals.
- b)** Veure i votar a les Assemblees Generals i possibilitat d'expressar-hi lliurement les seves opinions.
- c)** Elegir i ésser elegits i elegides membres de la Junta Directiva.
- d)** Contribuir a assolir les finalitats específiques de l'Associació.
- e)** Informar i rebre informació de les actuacions i de la vida de l'Associació.
- f)** Rebre informació periòdica de les novetats del MD'A, especialment a través del seu butlletí.
- g)** Rebre informació de tots els actes que organitzen el Museu i l'Associació, per mitjà de l'agenda trimestral i altres mitjans de difusió.
- h)** Fer ús, per a consultes, de la biblioteca especialitzada i el Centre de Documentació del MD'A..
- i)** Obtenir descomptes en les activitats que requereixen pagament i en les publicacions del MD'A.
- j)** Gaudir d'entrada gratuïta al Museu per a dues persones i per als menors de 18 anys que les acompanyin.
- k)** Participar en la marxa del Museu i de les múltiples activitats que es generen al seu entorn d'una manera plena.
- l)** Exercir tots els drets que es derivin dels estatuts.

Tanmateix també, llevat que la seva condició sigui merament honorífica, tindran els deures següents:

- a)** Ajustar la seva actuació a aquests estatuts.
- b)** Observar els acords acceptats majoritàriament per l'Assemblea General.
- c)** Pagar les quotes establertes per l'Assemblea General que contribueixen al sosteniment de l'Associació.
- d)** I, en general, tots aquells deures que es derivin d'aquests estatuts.

A més d'aquests, els socis protectors gaudiran d'uns avantatges especials en agraïment per la seva col·laboració:

- a)** Agraïment públic entre tots els socis el dia de l'Assemblea.
- b)** Informació regular sobre les activitats de l'Associació i del Museu.

Per part del Museu d'Art de Girona:

- a)** Invitació a les inauguracions d'exposicions en el Museu.

b) Catàlegs de les exposicions.

c) Visites guiades privades exclusives per als amics i col·lectius. Amb un mínim de deu acompanyants, durant les exposicions permanent i temporal, dos cops a l'any.

Títol III . – MITJANS ECONÒMICS.

Art. 6 . – Els mitjans econòmics que tindrà l'Associació seran:

a) Les aportacions dels socis i sòcies.

b) Les subvencions i les aportacions de tota mena.

Aquests recursos econòmics seran invertits en el compliment de les finalitats de l'Associació. No es pot perseguir un resultat lucratiu per a les persones associades. Les quotes o aportacions es fixaran en l'Assemblea General a proposta de la Junta Directiva.

Art. 7 . – L'Associació tindrà plena personalitat jurídica i podrà adquirir, retenir i alienar tota classe de béns d'acord amb la legislació vigent i amb les prescripcions d'aquests estatuts.

Títol IV . – GOVERN.

Art. 8 . – L'Associació estarà regida i governada per l'Assemblea General i la Junta Directiva.

Art. 9 . – L'Assemblea General estarà integrada per tots els socis i sòcies de l'Associació, honoraris, numeraris i protectors, els quals tindran veu i vot.

L'Assemblea General es reunirà en sessions ordinàries i extraordinàries.

Art. 10 . – Cada any se celebrarà l'Assemblea General en sessió ordinària el dia que determini la Junta Directiva dins el primer trimestre de l'any.

En aquesta sessió es donarà a conèixer la memòria d'activitats, s'efectuarà l'aprovació dels comptes, dels projectes i dels pressupostos per l'any vinent i es farà la renovació de càrrecs vacants.

Art. 11 . – L'Assemblea General es reunirà en sessió extraordinària sempre que ho demani la Junta Directiva o el deu per cent del nombre total dels socis de l'entitat per mitjà d'un escrit que especifiqui el motiu de la convocatòria.

Art. 12.– Les reunions de Junta i de l'Assemblea General se celebraran sempre a convocatòria única, sigui quin sigui el nombre de socis i sòcies que hi concorri; seran presidides pel president o presidenta, que dirigirà els debats, farà les proposicions i les sotmetrà a votació. La convocatòria es farà per mitjà de cartes adreçades als socis i sòcies en un termini de deu dies abans de la reunió, en les quals s'expressarà el dia, el lloc, l'hora i l'ordre del dia. Els acords seran fermes quan els vots presents afirmatius superin els negatius i en cas d'empat decidirà el vot del president o presidenta. Els acords es faran constar en una acta que signarà el secretari o secretària juntament amb el president o presidenta.

Art. 13 . – Correspondrà a l'Assemblea General:

- 1) Elegir el president o presidenta i els o les vocals, a proposta de la Junta Directiva o d'un deu per cent del nombre total de socis i sòcies de l'entitat.
- 2) Acordar per majoria absoluta els vots de cessament dels membres de la Junta Directiva abans de l'acabament del seu mandat.
- 3) Acordar per majoria dels dos terços de vots la reforma dels estatuts.
- 4) Aprovar o rebutjar l'estat de comptes, els projectes, les quotes i els pressupostos que se li presentin.

Totes les altres activitats de l'entitat estaran encomanades a la Junta Directiva.

Art.14 .– La representació i la gestió econòmica, administrativa i cultural correspondran a la Junta Directiva, la qual estarà formada per: el president o presidenta, el vicepresident o vicepresidenta, el secretari o secretària, el tresorer o tresorera, entre dos i sis vocals més i un vocal nat que serà el director o directora del Museu d'Art de Girona.

Els càrrecs, a excepció del de la direcció del Museu d'Art de Girona, es renovaran cada quatre anys i cada dos anys se'n renovarà la meitat.

En cas de produir-se la vacant d'un càrrec dins el període de quatre anys, la Junta directiva podrà nomenar a una persona que al seu criteri pugui ocupar el lloc vacant. Aquest nomenament serà interí fins que la següent Assemblea General el confirmi.

Art. 15 . – La Junta directiva haurà de ser convocada en un mínim de sis reunions anyals: a la reunió hi haurà d'assistir la meitat més un dels seus membres i els acords es prendran per majoria simple dels assistents. En cas d'empat, decidirà el vot del president o presidenta.

Art. 16 . – El president o presidenta, o el membre de la Junta directiva en qui delegui, assumirà la representació de l'Associació, presidirà tots els seus actes, convocarà les reunions de la Junta directiva, executarà els seus acords i ordenarà els pagaments.

El vicepresident o vicepresidenta substituirà el president en totes les ocasions que sigui necessari. El secretari o secretària coordinarà la gestió de l'entitat, portarà i custodiarà la seva documentació i redactarà les actes i els altres documents.

El tresorer o tresorera custodiarà els fons econòmics de l'Associació, efectuarà els cobraments i els pagaments i portarà la comptabilitat.

La resta de vocals de la Junta directiva tindran al seu càrrec aquelles activitats que els confi la pròpia Junta directiva encaminades a la realització de les finalitats de l'entitat.

Art. 17 . – Els únics mitjans econòmics que tindrà l'Associació seran els previstos a l'article 6 i, per tant, els límits del pressupost anual els determinarà la quantia total dels esmentats mitjans. Els comptes executats i el pressupost, s'aprovaran anualment a l'Assemblea General.

Títol V . – DISSOLUCIÓ.

Art. 18 . – L'Associació es podrà dissoldre per acord de la majoria absoluta dels seus socis i sòcies, pres en Assemblea General i en sessió extraordinària convocada específicament per a aquesta finalitat.

En aquest cas la Junta directiva farà les funcions de liquidació i el romanent, així com tota la seva documentació, es lliurarà al Museu d'Art de Girona.

Diligència per fer constar: Els presents estatuts han estat aprovats en Assemblea General Ordinària de data 26 de gener de 2008.

El secretari

Vist i plau

El president

Girona, 8 d'abril de 2009.

Annex 4: Estatut de l'Associació d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona

ESTATUTS DE L'ASSOCIACIÓ D'AMICS DEL MUSEU DE CIÈNCIES NATURALS DE BARCELONA

TÍTOL I. DENOMINACIÓ

CAPÍTOL I. CONSTITUCIÓ I FINALITATS DE L'ASSOCIACIÓ

Article 1

Amb la denominació "*Associació d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona*" es modifica el nom de l'entitat "*Associació d'Amics del Museu de Zoologia de Barcelona*", constituïda el trenta de novembre de 1993, i que regularà les seves activitats d'acord amb aquests Estatuts, la Llei 4/2008, de 24 d'abril del Codi Civil de Catalunya, i amb la demés legislació vigent d'associacions sense ànim de lucre.

Article 2

L'Associació té personalitat jurídica pròpia i capacitat plena d'obrar per a administrar i disposar dels seus béns i per aconseguir les finalitats que es proposa.

Article 3

L'Associació té com a finalitat la promoció i suport al Museu de Ciències Naturals de Barcelona i als objectius d'aquesta entitat, és a dir, la conservació i estudi del patrimoni natural, la difusió del seu coneixement i la divulgació de les Ciències Naturals per a la conscienciació de la ciutadania envers la protecció del medi natural.

Per assolir aquest fi, l'Associació es valdrà entre d'altres dels mitjans i les accions següents:

- 1.- Obtenció de recursos econòmics i d'altre tipus per ajudar el Museu a l'acompliment de les seves finalitats.
- 2.- Fomentar el naturalisme i acollir i estimular a persones i entitats que estiguin interessades en la natura i la seva conservació.
- 3.- Promoure activitats dirigides a incentivar el coneixement del Museu, del patrimoni natural i de les Ciències Naturals.
- 4.- Participar activament en la vida del Museu, cooperant i col·laborant en aquelles iniciatives on l'Associació pot aportar-hi idees, coneixements i experiència.
- 5.- Establir relacions amb grups d'interès i organitzacions amb objectius similars per ampliar la base de suport social al Museu.
- 6.- Actuar com a grup d'opinió en defensa del Museu.
- 7.- Coordinar i incentivar, juntament amb el Museu les persones interessades en col·laborar en els diferents àmbits de treball del Museu i de l'Associació mitjançant el seu treball voluntari.
- 8.- Estimular el patrocini i el mecenatge a favor del Museu.
- 9.- Incentivar les aportacions i donacions de col·leccions o material al Museu.
- 10.- Participar en projectes internacionals de cooperació al desenvolupament en l'àmbit d'actuació del Museu.

Per dur a terme aquests fins la Junta Directiva podrà crear seccions dedicades a qualsevol especialitat de les Ciències Naturals o a àmbits d'activitat específics.

Les activitats concretes que es poden dur a terme són:

1. Activitats de formació, com són tallers, mostres, sessions d'estudi, conferències, etc.
2. Col·loquis, taules rodones i altres espais de debat.

Aquest document és còpia autèntica degudament diligenciada del que consta inscrit en el Registre d'associacions de Barcelona	Data: 10/09/2014
Amb el codi segur de verificació Q0520F37k511671 es pot consultar aquest document a l'adreça http://www.gencat.cat/justicia/entitatsjuridiques/consulta	Pàg. 1/ 11

3. Sortides i visites culturals i naturalistes.
4. Activitats culturals i formatives de càire lúdic.
5. Organització de viatges de recerca, turisme científic, intercanvis o camps de treball, etc.
6. Organització de jornades i reunions per a professionals i afeccionats de la comunitat naturalista i museística.
7. Convocatòria de concursos, premis i guardons.
8. Publicacions, científiques o divulgatives.
9. Edició de material gràfic i audiovisual.
10. Elaboració de continguts digitals multimèdia.
11. Presència a l'Internet i les xarxes socials.
12. Projectes de recerca de biodiversitat.
13. Estudis sobre les col·leccions del Museu.
14. Estudis sobre la història del Museu.
15. Treball de camp per a l'estudi d'espècies i hàbitats.
16. Informes tècnics.
17. Identificació d'espècimens.
18. Prestació de serveis al Museu.
19. Projectes de participació ciutadana.
20. Coordinació de voluntaris.
21. Organització d'actes socials de suport al Museu.
22. Campanyes de comunicació per captar socis i obtenir recursos.
23. Creació, producció i venda de productes propis exclusius.
24. Grups de treball per avançar temes d'especial interès.
25. Treball en xarxa amb altres organitzacions.

Article 4

El domicili de l'Associació s'estableix a Barcelona i radica a la Plaça Leonardo da Vinci nº4-5 seu del Museu de Ciències Naturals. Per acord de la Junta Directiva, i previ compliment de les formalitats legals pertinents, aquest domicili es podrà canviar. Igualment es podran crear d'altres locals o centres dependents en qualsevol lloc de Catalunya. L'àmbit i la extensió d'aquesta Associació s'estenen majoritàriament a Catalunya, sense perjudici que es puguin organitzar de manera puntual activitats arreu de l'Estat i de l'estranger. L'acord de canvi de domicili social comportarà la corresponent modificació d'aquest article.

Article 5

La durada de l'Associació serà per temps indefinit mentre l'Assemblea General no acordi la seva dissolució en la forma que preveuen els presents estatuts.

CAPÍTOL II. DELS MEMBRES DE L'ASSOCIACIÓ, LLURS DRETS I OBLIGACIONS

Article 6

Podran formar part de l'Associació totes les persones físiques amb capacitat d'obrar, o jurídiques, que es trobin interessades en els objectius de l'Associació. Aquestes persones hauran de presentar sol·licitud per escrit a la Junta Directiva que resoldrà sobre l'acceptació del nou soci o sòcia en la primera reunió que se celebri, tenint en compte si la persona sol·licitant s'ajusta a les condicions exigides als estatuts. En el cas dels menors d'edat caldrà l'autorització dels pares o tutors legals i gaudiran de tots els drets excepte els contemplats en els punts 2 i 3 de l'article 9è.

Article 7

Aquest document és còpia autèntica degudament diligenciada del que consta inscrit en el Registre d'associacions de Barcelona	Data: 10/09/2014
Amb el codi segur de verificació Q0520F37k51t671 es pot consultar aquest document a l'adreça http://www.gencat.cat/justicia/entitatsjuridiques/consulta	Pàg. 2/11

Podran ser Socis Numeraris totes aquelles persones físiques o jurídiques que, interessades en l'acompliment dels objectius socials, presentin una sol·licitud per escrit i siguin admeses per la Junta Directiva.

S'estableixen les següents modalitats de socis Numeraris:

1. Individual: Persona física que paga una quota establerta i gaudeix d'uns drets.
2. Familiar: Unitat familiar que gaudeix d'una quota especial que permet als membres gaudir de les avantatges com si fossin socis individuals.
3. Col·laborador: Soci individual que per raó de la seva vinculació a l'equip tècnic del Museu, i avalat per aquest, gaudeix d'unes avantatges especials, com per exemple una quota reduïda.
4. Protectors o Benefactors: són aquelles persones físiques o jurídiques que, a més de satisfer la quota anual, subvencionin periòdicament l'Associació o li facin algun donatiu que les faci mereixedores d'aquest títol segons els criteris de la Junta Directiva. També podran ser nomenats Socis Protectors aquelles persones físiques o jurídiques que es distingeixin per la seva col·laboració i el seu recolzament professional en l'assoliment dels objectius fundacionals segons el criteri de la Junta Directiva.

La Junta Directiva establirà les particularitats de cada modalitat pel que fa a quota anual i d'altres consideracions.

Article 8

La Junta Directiva podrà nomenar Membres Honoraris a les persones que consideri mereixedores d'aquesta distinció en atenció als seus mèrits científics, docents o professionals valorant especialment la seva tasca i mèrits en relació al Museu.

Article 9

a) Els drets que corresponen als Socis són els següents:

- 1.- Assistir a les reunions de l'Assemblea General, amb dret a veu i vot.
- 2.- Elegir la Junta Directiva o ser elegit per formar-ne part.
- 3.- Exercir la representació que se'ls confereixi en cada cas.
- 4.- Participar en les activitats que es duguin a terme a l'Associació.
- 5.- Assistir o col·laborar directament o indirectament en tots els actes que se celebrin.
- 6.- Rebre informació sobre les activitats de l'Associació.
- 7.- Intervenir en el govern i les gestions, en els serveis i les activitats de l'associació, d'acord amb les normes legals i estatutàries.
- 8.- Exposar a l'Assemblea i a la Junta Directiva tot el que consideri que pugui contribuir a fer més plena la vida de l'Associació i més eficaç l'assoliment dels seus objectius socials.
- 9.- Sol·licitar i obtenir informació i explicacions sobre l'administració i la gestió de la Junta Directiva o els seus membres i càrrecs.
- 10.- Ésser escoltats prèviament a l'adopció de mesures disciplinàries.
- 11.- Rebre informació sobre les activitats de l'associació.
- 12.- Fer ús dels serveis comuns que l'Associació estableixi o que estiguin a disposició de l'Associació.
- 13.- Formar part dels grups de treball.
- 14.- Disposar d'un exemplar dels Estatuts de l'Associació.
- 15.- Rebre una acreditació com a membre de l'Associació en la categoria o modalitat corresponent.
- 16.- Donar-se de baixa lliurement de l'Associació mitjançant comunicació a la Junta Directiva.
- 17.- Ésser informats de la identitat dels altres associats, del nombre d'altres i baixes, de l'estat de comptes, i consultar els llibres de l'Associació.
- 18.- Ésser informats amb antelació suficient dels assumptes que s'hagin previst tractar amb motiu de la convocatòria d'una Assemblea.

<p>Aquest document és còpia autèntica degudament diligenciada del que consta inscrit en el Registre d'associacions de Barcelona</p>	<p>Data: 10/09/2014</p>
<p>Amb el codi segur de verificació Q0520F37K511671 es pot consultar aquest document a l'adreça http://www.gencat.cat/justicia/entitatsjuridiques/consulta</p>	<p>Pàg. 3/ 11</p>

- 19.- Consultar els llibres de l'Associació.
- 20.- Tots aquells altres drets que es trobin reconeguts per Llei o per aquests estatuts.

b) Els Membres Honoraris i els Protectors gaudiran dels mateixos drets que els socis, excepte pel que fa al primer i segon.

Article 10

Els deures dels socis de l'Associació són:

- 1.- Ajustar llur actuació a les normes estatutàries.
- 2.- Acatar i complir els acords de l'Assemblea General i les normes que la Junta Directiva assenyali per dur-los a terme.
- 3.- Satisfer puntualment les quotes, que seran establertes per la Junta Directiva.
- 4.- Mantenir la col·laboració que calgui en interès del bon funcionament de l'Associació.

Article 11

Són causa de baixa en l'Associació:

- 1.- La voluntat de l'interessat manifestada a la Junta Directiva per escrit.
- 2.- L'incompliment reiterat de les obligacions estatutàries, segons el criteri de la Junta Directiva.
- 3.- No satisfer, sense causa justificada, les quotes fixades per la Junta Directiva segons el criteri d'aquesta.
- 4.- La dissolució i la liquidació de l'Associació.

Article 12

Voluntariat.

L'Associació podrà comptar amb la prestació de serveis voluntaris per part dels seus socis. El personal voluntari serà inscrit en un registre de caràcter intern a fi de poder organitzar amb major eficàcia les tasques.

En tots aquells casos en que l'activitat de voluntariat es faci en relació o amb intervenció de material de les col·leccions del Museu, les activitats seran dutes a terme exclusivament sota la supervisió i d'acord amb les instruccions donades pel personal tècnic del Museu que per cada cas designi la Direcció del mateix.

a/ Els socis voluntaris tindran, a més dels assenyalats en l'article 9è, els següents drets:

- 1. A una definició clara de les funcions i responsabilitats que comporten les activitats assignades.
- 2. A rebre la formació necessària per dur a terme les tasques encomanades.
- 3. A que la seva dedicació, tot i ser gratuïta, no li sigui onerosa.
- 4. A una assegurança d'acord amb els termes que fixa la legislació vigent en matèria de voluntariat.

b/ Els socis voluntaris tenen, a més dels deures generals de tots els socis els següents:

- 1. Complir els compromisos adquirits i les tasques encomanades amb responsabilitat i cordialitat.
- 2. Assistir a les jornades i activitats de formació.

TÍTOL II. DEL GOVERN I L'ADMINISTRACIÓ DE L'ASSOCIACIÓ

CAPÍTOL I. DE L'ASSEMBLEA GENERAL

Article 13

Aquest document és còpia autèntica degudament diligenciada del que consta inscrit en el Registre d'associacions de Barcelona	Data: 10/09/2014
Amb el codi segur de verificació Q0520F37K51671 es pot consultar aquest document a l'adreça http://www.gencat.cat/justicia/enlitsjuridiques/consulta	Pág. 4/ 11

L'Assemblea General està constituïda per tots els Socis de l'Associació. És l'òrgan suprem i sobirà de l'entitat i com a tal, la representa íntegrament. Els seus acords, decidits i aprovats per majoria, obliguen tots els seus Socis sempre que es pronuncii sobre assumptes de la seva competència.

Queden subjectes als acords de l'Assemblea també els socis absents, els que en discrepen i els presents que s'han abstingut de votar.

Article 14

L'Assemblea General es reunirà, en sessió ordinària almenys un cop a l'any dins el primer semestre, i, amb caràcter extraordinari, sempre que la convoqui el President, la Junta Directiva o que es demani mitjançant la sol·licitud del deu per cent dels socis. En aquest cas l'Assemblea ha de tenir lloc dins el termini de trenta dies després d'aquesta sol·licitud.

Article 15

L'Assemblea General, serà convocada per la Junta Directiva, a través del seu President, com a mínim quinze dies abans de la data de la seva celebració. En la notificació, que serà individual i per escrit adreçat al domicili que consti en la relació actualitzada de socis que ha de tenir l'associació, caldrà expressar: la data, el lloc i l'hora de la reunió, tant a la primera com a la segona convocatòria. També hi figuraran tots els assumptes que s'hagin de tractar a l'Ordre del Dia.

El 10% dels associats poden sol·licitar a l'òrgan de govern la inclusió en l'ordre del dia d'un o més assumptes per tractar. En el cas que ja s'hagi convocat l'Assemblea, poden fer-ho dins el primer terç del període comprès entre la recepció de la convocatòria i la data en què aquest òrgan s'ha de reunir. L'assemblea únicament pot adoptar acords respecte als punts inclosos en l'ordre del dia, llevat que s'hagi constituït amb caràcter universal o que els acords es refereixin a la convocatòria d'una nova assemblea general.

Article 16

L'Assemblea General quedarà vàlidament constituïda a la primera convocatòria quan hi assisteixin, presents o representats, més de la meitat dels Socis. Quedarà vàlidament constituïda en segona convocatòria sigui quin sigui el nombre de Socis presents. La segona convocatòria s'haurà de celebrar mitja hora després de la primera i en el mateix lloc, i haurà d'haver figurat a l'anunci de la primera.

Article 17

L'Assemblea General tindrà les facultats següents:

- 1.- Modificar els Estatuts de l'Associació.
- 2.- Elegir i separar els socis que han de constituir la Junta Directiva i controlar-ne l'activitat, aprovant la gestió feta o censurant-ne la gestió si és el cas.
- 3.- Aprovar el pressupost anual, el balanç i la liquidació de comptes anuals, com també adoptar els acords per establir la forma i l'import de la contribució al sosteniment de l'Associació, entre d'altres les quotes de les diverses modalitats de soci, determinant-ne les exempcions.
- 4.- Acordar la dissolució de l'associació.
- 5.- Acordar la incorporació o la separació a d'altres associacions o federacions d'associacions.
- 6.- Sol·licitar de Declaració d'Utilitat Pública.
- 7.- Aprovar el reglament de règim interior.
- 8.- Aprovar la baixa o la separació definitiva, amb un expedient previ, dels associats.
- 9.- Conèixer les sol·licituds presentades per fer-se soci i també les altes i les baixes per qualsevol raó.

Aquest document és còpia autèntica degudament diligenciada del que consta inscrit en el Registre d'associacions de Barcelona	Data: 10/09/2014
Amb el codi segur de verificació Q0520F37k511671 es pot consultar aquest document a l'adreça http://www.gencat.cat/justicia/entitatsjuridiques/consulta	Pàg. 5/ 11

10.-Resoldre sobre qualsevol altra qüestió que no estigui directament atribuïda a la Junta Directiva.

Article 18

Tots els Socis podran assistir a l'Assemblea General, amb veu i vot els que tinguin aquest dret. Els Socis podran fer-se representar en les Assemblees per un altre soci mitjançant delegació escrita i amb caràcter especial per a cada reunió.

Article 19

- 1.- Els acords de l'Assemblea General s'adoptaran per majoria simple de vots dels socis presents o representats.
- 2.- La votació per a l'adopció d'acords ha d'ésser secreta si ho sol·liciten, almenys, el 10% dels associats presents o representats en la reunió.
- 3.- Per adoptar acords sobre la modificació dels estatuts, la dissolució de l'associació, les fusions o federacions amb d'altres associacions i la disposició o alienació de béns, es requereix una majoria qualificada dels associats presents o representats, és a dir, els vots afirmatius han de superar la meitat dels emesos.
- 4.- En l'elecció de Junta Directiva, si es presenten diverses candidatures, es farà per acord de la majoria simple o relativa dels socis presents o representats.

Article 20

L'Assemblea General se celebrarà en la data, el lloc i l'hora assenyalats en la convocatòria, i serà presidida pel President de la Junta Directiva, o en el seu defecte i per aquest ordre, pel Vicepresident o per la persona de més edat entre els membres assistents de la Junta Directiva. Actuarà com a Secretari aquell que ho sigui de la Junta Directiva, que aixecarà Acta amb un extracte de les deliberacions, el text dels acords adoptats, el resultat numèric de les votacions i la relació de les persones assistents.

Les Actes seran traslladades al Llibre d'Actes i signades pel President i el Secretari. Al començament de cada reunió de l'Assemblea General es llegirà l'Acta de la sessió anterior a fi d'efecte que s'aprovi o s'esmeni. L'acta anterior estarà a la seu de l'associació a disposició dels socis al menys cinc dies abans de l'Assemblea en que s'hagi d'aprovar i es llegirà en el primer terç de l'Assemblea.

CAPÍTOL II. DE LA JUNTA DIRECTIVA

Article 21

- 1) L'Associació, la regirà, administrarà i representarà la Junta Directiva formada per:
 - a) President/a
 - b) Vicepresident/a
 - c) Secretari/a
 - d) Tresorer/a
 - e) Fins un màxim de vuit vocals.
- 2) L'elecció dels membres de la Junta Directiva, que han de ser associats, es farà mitjançant la votació de l'Assemblea General, entrant en funcions després d'haver acceptat el càrrec.
- 3) Les qualitats de President/a, Vicepresident/a i Secretari/a hauran de recaure forçosament en tres persones diferents.
- 4) L'exercici dels càrrecs serà gratuït, però les persones que els detentin poden ser reemborsades de les despeses justificades degudament que aquests els produeixin, prèvia aprovació per la Junta Directiva. Igualment fins a la meitat dels membres de la Junta Directiva

Aquest document és còpia autèntica degudament diligenciada del que consta inscrit en el Registre d'associacions de Barcelona	Data: 10/09/2014
Amb el codi segur de verificació Q0520F37A51671 es pot consultar aquest document a l'adreça http://www.gencat.cat/justicia/entitatsjuridiques/consulta	Pàg. 6/11

podran establir relació contractual retribuïda en els termes i limitacions establerts en la Llei 4/2008 de 24 d'abril i legislació que la desenvolupa.

Article 22

- 1.-Els membres de la Junta Directiva exerciran el càrrec durant un període de 4 anys i podran ser reelegits indefinidament.
- 2.- El cessament en el càrrec abans d'extingir-se el termini reglamentari podrà esdevenir-se: Per dimissió voluntària presentada mitjançant un escrit; per mort o malaltia que incapaciti per exercir el càrrec, per inhabilitació i qualsevol altra causa prevista a la Llei o als estatuts.
- 3.- Les vacants que es produeixin en la Junta Directiva es cobriran en la primera Assemblea General que se celebri. No obstant això, la Junta podrà comptar, provisionalment, i fins a la pròxima Assemblea General, amb un membre de l'Associació per al càrrec vacant.

Article 23

La Junta Directiva posseeix les facultats següents:

- 1.- Ostentar i exercitar la representació de l'Associació i dur-ne a terme la direcció i l'administració de la manera més àmplia que reconegui la Llei i complir, així, les decisions preses per l'Assemblea General i d'acord amb les normes, les instruccions i les directrius generals que aquesta Assemblea General estableixi.
- 2.- Prendre els acords que calgui en relació a la compareixença davant els organismes públics i per tal d'exercitar tot tipus d'accions legals i interposar els recursos pertinents.
- 3.- Desenvolupar la gestió econòmica d'acord amb les previsions acordades per l'Assemblea i comptabilitzar els resultats de la gestió esmentada.
- 4.- Preparar l'Inventari i el Balanç de cada exercici, i el pressupost per a l'exercici següent, que s'hauran de sotmetre a l'aprovació de l'Assemblea.
- 5.- Convocar les reunions de l'Assemblea General i controlar que es compleixin els acords que s'hi adoptin.
- 6.- Resoldre per escrit les reclamacions, queixes o peticions que li puguin formular per escrit els associats.
- 7.- Acordar l'admissió de nous Socis.
- 8.- Contractar els empleats que pugui tenir l'Associació així com atorgar poders generals o especials i/o nomenar el Director o Gerent de l'entitat.
- 9.- Dur a terme les gestions necessàries davant d'organismes públics, entitats i altres persones per aconseguir:
 - a) Subvencions o altres ajuts.
 - b) L'ús de locals o edificis, amb o sense contraprestació econòmica que puguin arribar a ser un lloc de treball, estudi o qualsevol altre activitat que permeti un millor acompliment de les finalitats socials de l'Associació.
 - c) Obrir comptes corrents i llibretes d'estalvis a qualsevol establiment de crèdit i disposar dels fons que hi hagi en aquests dipòsits. El condicionat per a la disposició de fons es determina en l'article 34.
- 10.- La interpretació dels presents Estatuts.
- 11.- Vetllar pel compliment dels presents Estatuts, dels acords de l'Assemblea i dels acords que la mateixa Junta pugui adoptar en exercici de les seves atribucions.
- 12.- Totes aquelles altres que sense estar contemplades en aquest article no estiguin atribuïdes a l'Assemblea General.

Article 24

La Junta Directiva convocada prèviament pel President, es reunirà amb la periodicitat que els seus membres decideixin, que en cap cas serà inferior a una reunió cada semestre natural.

Aquest document és còpia autèntica degudament diligenciada del que consta inscrit en el Registre d'associacions de Barcelona	Data: 10/09/2014
Amb el codi segur de verificació Q0520F37K511671 es pot consultar aquest document a l'adreça http://www.gencat.cat/justicia/entitatsjuridiques/consulta	Pàg. 7/ 11

Es reunirà en sessió extraordinària quan, amb aquest caràcter, la convoqui el President, o bé si ho sol·licita la meitat dels membres que la componen.

Article 25

La Junta Directiva quedarà constituïda de manera vàlida si hi ha hagut una convocatòria prèvia i un quòrum mínim de la meitat més un dels seus membres. En qualsevol cas, serà necessària l'assistència del President i el Secretari o de les persones que els substitueixin per expressa designació d'aquells.

La Junta Directiva prendrà els acords per majoria simple de vots dels assistents.

A les reunions de la Junta Directiva i serà sempre convidat el Director o Gerent, cas d'haver estat nomenat, que tindrà dret de veu.

Article 26

Els acords de la Junta Directiva es faran constar en un llibre d'Actes. En iniciar-se cada reunió de la Junta Directiva, es llegirà l'Acta de la sessió anterior per tal que s'aprovi o es rectifiqui, si s'escau.

CAPÍTOL III. DEL PRESIDENT I VICEPRESIDENT

Article 27

El President de l'Associació també serà President de la Junta Directiva.

Són pròpies del President les funcions següents:

- 1.- Dirigir i representar legalment l'Associació per delegació de l'Assemblea i la Junta Directiva.
- 2.- Obrir, disposar i cancel·lar comptes corrents i de crèdit en qualsevol entitat bancària.
- 3.- Presidir i dirigir els debats, tant de l'Assemblea General com de la Junta Directiva.
- 4.- Emetre un vot de qualitat decisor i en els casos d'empat.
- 5.- Establir la convocatòria de les reunions de l'Assemblea General i de la Junta Directiva.
- 6.- Signar les actes, la correspondència, les certificacions que s'expedeixin en nom de l'Associació així com tots els contractes i convenis que es puguin celebrar amb tercers persones.
- 7.- Les atribucions restants pròpies del càrrec i les que li delegui l'Assemblea General o la Junta Directiva.
- 8.- El Vicepresident, o el vocal de més edat de la Junta Directiva, per aquest ordre, substituiran al President en absència d'aquest, motivada per malaltia o per qualsevol altra causa, amb les mateixes atribucions que el President.

CAPÍTOL IV. DEL TRESORER I DEL SECRETARI

Article 28

- 1.- Correspondrà al Tresorer, controlar i custodiar els recursos de l'Associació, ingressar les quotes dels associats i les entrades que per qualsevol concepte legal obtingui l'entitat. Efectuarà els pagaments de les factures aprovades per la Junta Directiva, previ visat del President.
- 2.- Elaborarà el pressupost, el balanç i la liquidació de comptes a fi i efecte de sotmetre'ls a la Junta Directiva. Portarà així mateix un Llibre de caixa.

Article 29

El Secretari ha de custodiar la documentació de l'associació, aixecar, redactar i signar les actes, tant de les reunions de la Junta Directiva com de l'Assemblea General, portar el Llibre Registre de Socis i redactar i autoritzar les certificacions que calgui lliurar. Convocarà, per ordre del President, les reunions de l'Assemblea General i de la

Aquest document és còpia autèntica degudament diligenciada del que consta inscrit en el Registre d'associacions de Barcelona	Data: 10/09/2014
Amb el codi segur de verificació 00520F37k511671 es pot consultar aquest document a l'adreça http://www.gencat.cat/justicia/entitatsjuridiques/consulta	Pàg. 8 / 11

Junta Directiva. Tindrà cura també, de la gestió i l'administració dels serveis de l'Associació i exercirà les altres funcions que puguin encomanar-li la Presidència i la Junta Directiva. En cas d'absència, malaltia o qualsevol impediment delegarà en un altre membre de la Junta Directiva.

TÍTOL III. DEL RÈGIM DISCIPLINARI

Article 30

La Junta Directiva pot sancionar les infraccions comeses pels socis de l'entitat. Aquestes infraccions poden ser qualificades de lleus, greus i molt greus, i les sancions corresponents poden anar des d'una amonestació fins a l'expulsió de l'associació, segons el que estableixi el reglament de règim intern. El procediment sancionador s'inicia d'ofici o bé com a conseqüència d'una denúncia o comunicació. En el termini de 10 dies, la Junta Directiva nomenarà un instructor, que tramita l'expedient sancionador i proposa la resolució en un termini de 15 dies, amb audiència prèvia del presumpte infractor. La resolució final, que ha de ser motivada i aprovada per les dues terceres parts de la Junta Directiva, l'adopta aquesta en un període de 15 dies. Contra les sancions per faltes greus i molt greus acordades per la Junta Directiva, les persones interessades hi poden recórrer, si el reglament estableix el procediment per fer-ho, davant la primera assemblea general que tingui lloc.

TÍTOL IV. DEL PATRIMONI FUNDACIONAL. RÈGIM ECONÒMIC DE L'ASSOCIACIÓ I PRESSUPOST ANUAL

Article 31

Atesa la seva naturalesa, aquesta Associació no té Patrimoni Fundacional.

Article 32

Els recursos econòmics de l'Associació estaran constituïts per les quotes dels associats i dels membres protectors, que seran fixats per la Junta Directiva, els llegats, les herències, els donatius i d'altres subvencions que es puguin rebre i qualsevol altre ingrés procedent de les activitats de l'Associació d'acord amb la Llei i els presents Estatuts.

Article 33

- 1.-El pressupost anual de l'Associació tindrà com a límit els recursos econòmics abans esmentats, i serà sempre inferior al que estipuli la legislació vigent.
- 2.-L'exercici econòmic coincideix amb l'any natural i queda tancat el 31 de desembre.
- 3.-En els comptes corrents i llibretes d'estalvi hi hauran de figurar registrades les signatures del President, Secretari i Tresorer. Per poder disposar de fons hauran de signar dues d'aquestes persones.

TÍTOL V. DISSOLUCIÓ I LIQUIDACIÓ

Article 34

Aquest document és còpia autèntica degudament diligenciada del que consta inscrit en el Registre d'associacions de Barcelona	Data: 10/09/2014
Amb el codi segur de verificació Q0520F37k511671 es pot consultar aquest document a l'adreça http://www.gencat.cat/justicia/entitatsjuridiques/consulta	Pàg. 9/ 11

L'Associació es dissoldrà i quedarà en període de liquidació, voluntària o legal, per qualsevol dels motius següents:

- a) Per conclusió del seu objecte social, per impossibilitat manifesta de donar-li compliment o per causa de força major.
- b) Quan ho decideixi l'Autoritat competent d'acord amb la legislació vigent en matèria d'Associacions, sense perjudici dels recursos procedents.
- c) Quan ho acordi l'Assemblea General, convocada amb caràcter extraordinari per aquesta finalitat.

Article 35

En cas de dissolució, la Junta Directiva cessarà en les seves funcions de forma automàtica i l'Assemblea designarà la persona o les persones associades que hauran de portar a terme les operacions de liquidació, tot fixant al mateix temps llurs funcions i atribucions.

Article 36

El patrimoni social que resulti de la liquidació es destinarà al Museu de Ciències Naturals de Barcelona propietat de l'Ajuntament de Barcelona.

Article 37

Els membres de l'Associació resten exempts de responsabilitat personal i que quedarà limitada a complir les obligacions que ells mateixos hagin contret voluntàriament.

...

Diligència per fer constar que els presents Estatuts han estat aprovats a l'Assemblea General de l'Associació, celebrada a Barcelona el 18 de desembre de 2013.

El Secretari

Vist-i-plau
El president



Francesc Uribe Porta



Cristòfol Jordà Sanuy

Aquest document és còpia autèntica degudament diligenciada del que consta inscrit en el Registre d'associacions de Barcelona	Data: 10/09/2014
Amb el codi segur de verificació Q0520F37K511671 es pot consultar aquest document a l'adreça http://www.gencat.cat/justicia/enlittatsjuridiques/consulta	Pàg. 10 / 11



Generalitat de Catalunya
Departament de Justícia
Direcció General de Dret i d'Entitats Jurídiques

Certifico que aquests estatuts concorden amb els originals de l'entitat,
les dades d'inscripció de la qual consten a continuació.

Núm. d'inscripció 15118

Data Resolució 30/07/2014

Secció 1a del Registre d'Associacions

La Responsable de publicitat registral

Data 08 de setembre de 2014

Document digitalitzat i signat
electrònicament per Gencat



Aquest document és còpia autèntica degudament diligenciada del que consta inscrit en el Registre d'associacions de Barcelona	Data: 10/09/2014
Amb el codi segur de verificació Q0520F37k51t671 es pot consultar aquest document a l'adreça http://www.gencat.cat/justicia/entitatsjuridiques/consulta	Pàg. 11/ 11

Annex 5: Estatut de l'Associació d'Amics del Museu de Sentmenat

Que según resulta del correspondiente libro de actas de la sociedad en la sesión celebrada por la Asamblea General el día 24 de enero de 2004, debidamente convocada, los asociados presentes acordaron constituirse en Asamblea General Universal, y tomaron por unanimidad los acuerdos que a continuación se transcriben:-----

ASUNTO PRIMERO: Modificación de los Estatutos sociales, en su integridad, a fin de adaptarlos a la legislación vigente en materia de Asociaciones.-- Se aprueban los nuevos estatutos que a continuación se transcriben: -----

"ESTATUTS. -----

Capítol I. La denominació, els fins i el domicili.-----

Article 1-

Amb la denominació "GRUP D'AMICS DEL MUSEU-ARCHIU DE SENTMENAT" es constitueix /l'associació que regularà les seves activitats d'acord amb la Llei 7/1997, de 18 de juny, d'associacions (DOGC 2423, d'1 de juliol) i els seus estatuts -----

Article 2. -----

Els fins de l'associació son:-----

- 1. - El foment i la promoció d'activitats dirigides a la creació d'un MUSEU-ARCHIU municipal i a aquell/es altres que per llur naturalesa contribueixin a elevar el nivell/ cultural deis ciutadans de SENTMENAT.*-----
- 2. - La consecució d'una més gran integració col.lectiva de tots els ciutadans en aquelles activitats que siguine en profit de la vila, de la seva història, de les seves tradicions i del seus costums.* -----
- 3. - El suport a totes aquelles iniciatives que tendeixin a la recerca de la nostra història i a la seva difusió.*-----*En queda exclòs tot anim de lucre.*-----

Article 3.-----

*El domicili de l'associació s'estableix a SENTMENAT, i radica
al carrer Castellar, número 24. -----*

2. L'Associació es d'àmbit local. -----

***Capítol II. Els membres de l'associació, els seus drets i les
seves obligacions. -----***

Article 4.-----

*Poden formar part de l'associació totes les persones de més de
divuit anys. Han de presentar una sol·licitud per escrit a la Junta
Directiva, la qual prendrà una decisió sobre això en la primera reunió
que tingui lloc i la comunicarà en l'Assemblea General més
immediata. -----*

*També podran ser socis honorífics aquelles persones que es
facin mereixedores d'aquest títol, pels seus rellevants serveis als
fins de l'Associació. La situació de tals socis es honorífica i com a tal
no comporta cap dret ni obligació per als seus titulars, pel que fa a
l'Associació. -----*

Article 5. -----

Són drets dels membres de l'associació: -----

1. Assistir amb veu i vot a les reunions de l'Assemblea General.

*2. Elegir o ser elegits per als llocs de representació o per
exercir càrrecs directius. -----*

3. Exercir la representació que se'ls confereixi en cada cas. -----

*4. Intervenir en el govern i les gestions, en els serveis i les
activitats de l'associació, d'acord amb les normes legals i
estatutaries. -----*

*5. Exposar a l'Assemblea i a la Junta Directiva tot el que
considerin que pugui contribuir a ter més plena la vida de
l'associació i més eficaç la realització deis objectius socials bàsics.-----*

*6. Sol·licitar i obtenir explicacions sobre l'administració i la
gestió de la Junta Directiva o deis mandataris de l'associació. -----*

*7. Ésser escoltats prèviament a l'adopció de mesures
disciplinàries. -----*

8. Rebre informació sobre les activitats de l'associació. -----

9. Fer ús dels serveis comuns que l'associació estableixi o tingui a la seva disposició.-----

10. Formar part dels grups de treball. -----

11. Posseir un exemplar dels estatuts. -----

12. Consultar els llibres de l'associació.-----

Article 6.-----

Són deures dels membres de l'associació:-----

1. Comprometre's amb les finalitats de l'associació i participar activament per assolir-les.-----

2. Contribuir al sosteniment de l'associació amb el pagament de quotes, derrames i altres aportacions econòmiques fixades pels estatuts i aprovades d'acord amb aquests. -----

3. Complir la resta d'obligacions que resultin de les disposicions estatutàries. -----

4. Acatar i complir els acords vàlidament adoptats pels òrgans de govern de l'associació. -----

Article 7.-----

Són causes per ser donat de baixa de l'associació:-----

1. Que ho decideixi la persona interessada, que ha de comunicar per escrit la seva decisió a la Junta Directiva. -----

2. No satisfer /es quotes fixades. -----

3. No complir les obligacions estatutàries.

Capítol III. L'Assemblea General.-----

Article 8.-----

1. L'Assemblea General és l'òrgan sobirà de l'associació; els seus membres en formen part per dret propi i irrenunciable. -----

2. Els membres de l'associació, reunits en Assemblea General legalment constituïda, decideixen per majoria els assumptes que són competència de l'Assemblea. -----

3. Tots els membres queden subjectes als acords de l'Assemblea General, incloent-hi els absents, els qui en discrepen i els presents que s'han abstingut de votar.-----

Article 9. -----

L'Assemblea General té les facultats següents: -----

a) Modificar els estatuts. -----

b) Elegir i separar els membres de l'òrgan de govern i controlar-ne l'activitat. -----

c) Aprovar el pressupost anual i la liquidació de comptes anuals, i també adoptar els acords per a la fixació de la forma i l'import de la contribució al sosteniment de l'associació i aprovar la gestió teta per l'òrgan de govern. -----

d) Acordar la dissolució de l'associació. -----

e) Incorporar-se a altres unions d'associacions o separar-se'n.

f) Sol·licitar la declaració d'utilitat pública. -----

g) Aprovar el reglament de règim interior. -----

h) Acordar la baixa o la separació definitiva, amb un expedient previ, dels associats i les associades. -----

i) Coneixer les sol·licituds presentades per a ésser soci o sòcia, i també les altes i les baixes d'associats i associades per una raó distinta a la de la separació definitiva. -----

j) Resoldre sobre qualsevol altra qüestió que no estigui directament atribuïda a cap altre òrgan de l'associació. La relació de les facultats que es fa en aquest article té un caràcter merament enunciatiu i no limita les atribucions de l'Assemblea General. -----

Article 10. -----

1. L'Assemblea General es reuneix en sessió ordinària com a mínim un cop l'any, dins dels mesos compresos entre abril i juny, ambdós inclusivament. -----

2. L'òrgan de govern pot convocar l'assemblea general amb caràcter extraordinari sempre que ho consideri convenient, i ho ha de fer quan ho sol·liciti un nombre d'associats no inferior al 10%; en aquest cas, l'assemblea ha de tenir lloc dins el termini de trenta dies a comptar de la sol·licitud. -----

Article 11. -----

1. L'assemblea és convocada per l'òrgan de govern mitjançant

una convocatòria, que ha de contenir, com a mínim, l'ordre del dia, el lloc, la data i l'hora de la reunió. -----

2. La convocatòria s'ha de comunicar quinze dies abans de la data de la reunió, individualment i mitjançant un escrit adreçat al domicili que consti en la relació actualitzada d'associats i associades que ha de tenir l'associació. -----

3. Les reunions de l'Assemblea General, les presideix el president de l'associació. Si no hi és, l'han de substituir, successivament, el vicepresident o el vocal de més edat de la Junta. Hi ha d'actuar com a secretari qui ocupi el mateix càrrec a la Junta Directiva. -----

4. El secretari redacta l'acta de cada reunió, que han de signar ell mateix i el president, amb un extracte de les deliberacions, el text dels acords adoptats, el resultat numèric de les votacions i la llista de les persones assistents. -----

Al començament de cada reunió de l'Assemblea General es llegeix l'acta de la sessió anterior a fi que s'aprovi o s'esmeni. Cinc dies abans, de tota manera, l'acta i qualsevol altra documentació ha d'estar a disposició dels socis al local social. -----

Article 12. -----

1. L'assemblea general es constitueix vàlidament sigui quin sigui el nombre de persones associades presents o representades. --

2. El 10% dels associats pot sol·licitar a òrgan de govern la inclusió en l'ordre del dia d'un o més assumptes per tractar i, si ja s'ha convocat l'assemblea, sempre que ho facin dins el primer terç del període comprès entre la recepció de la convocatòria i la data de la reunió d'aquella. La sol·licitud també es pot fer directament a l'assemblea, que decidex el que considera convenient, però únicament pot adoptar acords respecte als punts no inclosos en l'ordre del dia comunicat en la convocatòria, si així ho decideix una majoria de les tres quartes parts de les persones presents. -----

Article 13. -----

1. En les reunions de l'Assemblea General, correspon un vot a cada membre de l'associació. -----

2. Els acords es prenen per majoria simple de vots dels socis presents o representats. -----

3. Per adoptar acords sobre la separació dels membres, la modificació dels estatuts, la dissolució de l'associació, la constitució d'una federació amb associacions similars o la integració en una de ja existent, cal un nombre de vots equivalent a les dues terceres parts dels assistents. En qualsevol cas, l'elecció de la Junta Directiva, si es presenten diverses candidatures, es fa per acord de la majoria relativa dels socis presents o representats. -----

4. Les candidatures que es presentin formalment tenen dret a una còpia de la llista dels socis i dels seus domicilis certificada pel secretari amb el vistiplau del president. -----

Capítol IV. La Junta Directiva. -----

Article 14. -----

1. Regeix, administra i representa l'associació la Junta Directiva, que componen el president, el vicepresident, el secretari, el tresorer i els vocals, en nombre de cinc. Aquests càrrecs han de ser exercits per persones diferents. -----

2. L'elecció dels membres de la Junta Directiva, que han de ser associats, es fa per votació de l'Assemblea General. Les persones elegides entren en funcions després d'haver acceptat el càrrec. -----

3. El nomenament i el cessament dels càrrecs han de ser certificats pel secretari sortint, amb el vistiplau del president sortint, i s'han de comunicar al Registre d'Associacions. -----

4. Els membres de la Junta Directiva no poden dur a terme cap activitat retribuïda per l'associació.

Article 15. -----

1. Els membres de la Junta Directiva exerceixen el càrrec durant un període de tres anys, sense perjudici que puguin ser reelegits. -----

2. El cessament dels càrrecs abans d'extingir-se el termini

reglamentari del seu mandat pot esdevenir-se per: -----

a) dimissió voluntària presentada mitjançant un escrit en el qual se n'exposin els motius. -----

b) malaltia que incapaciti per exercir el càrrec. -----

c) baixa com a membre de l'associació. -----

d) sanció per una falta comesa en l'exercici del càrrec, imposada d'acord amb el que estableix l'article 13.3 deis estatuts. ----

3. Les vacants que es produeixin en la Junta Directiva s'han de cobrir en la primera reunió de l'Assemblea General que tingui lloc.

Mentrestant, un membre de l'associació pot ocupar provisionalment el càrrec vacant. -----

Article 16. -----

1. La Junta Directiva té les facultats següents:-----

a) Representar, dirigir i administrar l'associació de la manera més àmplia que reconegui la Llei; així mateix, complir les decisions preses per l'Assemblea General, d'acord amb les normes, instruccions i directrius que aquesta Assemblea estableixi. -----

b) Prendre els acords que calgui en relació amb la compareixença davant dels organismes públics i per exercir tota mena d'accions legals i interposar els recursos pertinents. -----

c) Proposar a l'Assemblea General la defensa dels interessos de l'associació. -----

d) Proposar a l'Assemblea General la defensa de l'establiment de les quotes que els membres de l'associació han de satisfer. -----

e) Convocar /es assemblees generals i controlar que es compleixin els acords que s'hi adoptin. -----

f) Presentar el balanç i l'estat de comptes de cada exercici a l'Assemblea General perquè els aprovi, i confeccionar els pressupostos de l'exercici següent. -----

g) Contractar els empleats que l'associació pugui tenir. -----

h) Inspeccionar la comptabilitat i preocupar-se perquè els serveis funcionin amb normalitat.-----

i) Establir grups de treball per aconseguir de la manera més

eficient i eficaç els fins de l'associació, i autoritzar els actes que aquests grups projectin dur a terme. -----

j) Nomenar els vocals de la Junta Directiva que s'hagin d'encarregar de cada grup de treba/1, a proposta dels mateixos grups.-----

k) Dur a terme les gestions necessaries davant d'organismes públics, entitats i altres persones, per aconseguir: -----

-subvencions o altres ajuts. -----

-l'ús de locals o edificis que puguin arribar a ser un lloc de convivència i comunicació i també un centre de recuperació ciutadana. -----

l) Obrir comptes corrents i llibretes d'estalvis a qualsevol establiment de credit d'estalvi i disposar dels fons que hi hagi en aquest dipòsit. La disposició deis fons es determina a l'article 29. ---

m) Resoldre provisionalment qualsevol cas que no hagin previst els estatuts i donar-ne compte en la primera reunió de l'Assemblea General. -----

n) Qualsevol altra facultat que no estigui atribuïda d'una manera específica a algun altre òrgan de govern de l'associació o que li hagi estat delegada expressament. -----

Article 17. -----

1. La Junta Directiva, convocada previament pel president o per la persona que el substitueixi, s'ha de reunir en sessió ordinària amb la periodicitat que els seus membres decideixin, i que en cap cas no pot ser inferior a una vegada per trimestre. -----

2. S'ha de reunir en sessió extraordinària quan la convoqui amb aquest caràcter el president o bé si ho sollicita qualsevol dels membres que la componen. -----

Article 18.-----

1. La Junta Directiva queda constituïda vàlidament si ha estat convocada amb antelació i hi ha un quórum de la meitat més un.-----

2. Els membres de la Junta Directiva estan obligats a assistir a totes les reunions que es convoquin, encara que, per causes

justificades, poden excusar-se'n. L'assistència del president o del secretari o de les persones que els substitueixin hi és necessària sempre. -----

3. La Junta Directiva pren els acords per majoria simple de vots dels assistents. -----

Article 19. -----

1. La Junta Directiva pot delegar alguna de les seves facultats en una o diverses comissions o grups de treball si compta, per fer-ho, amb el vot favorable de dos terços del seus membres. -----

2. També pot nomenar, amb el mateix quòrum, un o uns quants mandatari per exercir la funció que els confi amb les facultats que cregui oportú conferir-los en cada cas. -----

Article 20. -----

Els acords de la Junta Directiva s'han de fer constar en el llibre d'actes i han de ser signats pel secretari i el president. En iniciar-se cada reunió de la Junta Directiva, s'ha de llegir l'acta de la sessió anterior perquè s'aprovi o es rectifiqui, si és procedent. -----

Capítol V. El president i el vicepresident. -----

Article 21. -----

1. Són pròpies del president les funcions següents: -----

a) Dirigir i representar legalment l'associació, per delegado de l'Assemblea General i de la Junta Directiva. -----

b) Presidir i dirigir els debats, tant de l'Assemblea General com de la Junta Directiva. -----

c) Emetre un vot de qualitat decisiu en els casos d'empat. -----

d) Establir la convocatòria de les reunions de l'Assemblea General i de la Junta Directiva. -----

e) Visar les actes i els certificats confeccionats pel secretari de l'associació. -----

f) Les atribucions restants pròpies del càrrec i aquelles per a les quals el deleguin l'Assemblea General o la Junta Directiva. -----

2. El president és substituït, en cas d'absència o malaltia, pel vicepresident o el vocal de més edat de la Junta, per aquest ordre. -----

Capítol VI. El tresorer i el secretari. -----

Article 22. -----

El tresorer té com a funció la custòdia i el control dels recursos de l'associació, com també l'elaboració del pressupost, el balanç i la liquidació de comptes. Porta un llibre de caixa. Signa els rebuts de quotes i altres documents de tresoreria. Paga les factures aprovades per la Junta Directiva, les quals han d'ésser visades previament pel president, i ingressa el que sobra en dipòsits oberts en establiments de crèdit o d'estalvi. -----

Article 23. -----

El secretari ha de custodiar la documentació de l'associació, aixecar, redactar i signar les actes de les reunions de l'Assemblea General i la Junta Directiva, redactar i autoritzar els certificats que calgui lliurar, i també portar el llibre de registre de socis. -----

Capítol VII. Les comissions o grups de treball. -----

Article 24. -----

La creació i constitució de qualsevol comissió o grup de treball, l'han de plantejar els membres de l'associació que vulguin formar-los, que n'han d'assabentar la Junta Directiva i explicar les activitats que es proposen dur a terme. -----

La Junta Directiva s'ha de preocupar d'analitzar les diferents comissions o grups de treball, els encarregats dels quals li han de presentar un cop al mes un informe detallat de les seves actuacions.

Capítol VIII. El règim econòmic.-----

Article 25. -----

Aquesta associació no té patrimoni fundacional. -----

Article 26. -----

Els recursos econòmics de l'associació es nodreixen de:-----

- a) les quotes que fixa l'Assemblea General per als seus membres.* -----
- b) les subvencions oficials o particulars.* -----
- c) les donacions, les herències o els llegats.* -----
- d) les rendes del patrimoni mateix o bé d'altres ingressos que*

puguin obtenir-se. -----

Article 27. -----

Tots els membres de l'associació tenen l'obligació de sostenir-la econòmicament, mitjançant quotes o derrames, de la manera i en la proporció que determini l'Assemblea General, a proposta de la Junta Directiva. -----

L'Assemblea General pot establir quotes d'ingrés, quotes periòdiques mensuals – que s'abonaran per mesos, trimestres o semestres, segons el que disposi la Junta Directiva – i quotes extraordinaries. -----

Article 28. -----

L'exercici econòmic coincideix amb l'any natural i queda tancat el 31 de desembre. -----

Article 29. -----

En els comptes corrents o llibretes d'estalvis obertes en establiments de credit o d'estalvi, hi han de figurar les signatures del president, el tresorer i el secretari. -----

Per poder disposar dels fons n'hi ha prou amb dues firmes, una de les quals ha de ser la del tresorer o bé la del president. -----

Capítol X. El regim disciplinari. -----

Article 30. -----

L'òrgan de govern pot sancionar les infraccions comeses pels socis que incompleixen les seves obligacions. -----

Aquestes infraccions es poden qualificar de lleus, greus i molt greus, i les sancions corresponents poden anar des d'una amonestació fins a l'expulsió de l'associació, segons el que estableixi el reglament intern. -----

El procediment sancionador s'inicia d'ofici o bé com a conseqüència d'una denúncia o comunicació. En el termini de 10 dies, la Junta Directiva nomena un instructor, que tramita l'expedient sancionador i proposa la resolució en el termini de 15 dies, amb audiència previa del presumpte infractor. La resolució final, que ha de ser motivada i aprovada per dues tercers parts dels membres de la

Junta Directiva, l'adopta aquest òrgan de govern també dins d'un període de 15 dies. —————

Contra les sancions per faltes greus i molt greus acordades per la Junta Directiva, les persones interessades hi poden recórrer, si el reglament intern estableix el procediment per fer-ho, davant la primera assemblea general que tingui lloc. —————

Capítol X. La dissolució. —————

Article 31. —————

L'associació pot ser dissolta si ho acorda l'Assemblea General, convocada amb caràcter extraordinari expressament per a aquest fi.

Article 32

1. Un cop acordada la dissolució, l'Assemblea General ha de prendre les mesures oportunes tant pel que fa a la destinació dels béns i drets de l'associació, com a la finalitat, l'extinció i la liquidació de qualsevol operació pendent. —————

2. L'Assemblea està facultada per elegir una comissió liquidadora sempre que ho cregui necessari. —————

Els membres de l'associació estan exempts de responsabilitat personal. La seva responsabilitat queda limitada a complir les obligacions que ells mateixos hagin contraïdes voluntàriament. —————

4. El romanent net que resulti de la liquidació s'ha de lliurar directament a l'entitat pública o privada sense afany de lucre que, en l'àmbit territorial d'actuació de l'associació, hagi destacat més en la seva activitat a favor d'obres benèfiques. —————

5. Les funcions de liquidació i d'execució dels acords a que tan referència els apartats anteriors d'aquest mateix article són competència de la Junta Directiva si l'Assemblea General no confereix aquesta missió a una comissió liquidadora especialment designada" —————

Annex 6: Estatut de l'Associació d'Amics del Museu de Gavà

ARTICLE PRELIMINAR

L'entitat s'anomenarà ASSOCIACIÓ D'AMICS DEL MUSEU DE GAVÀ i es regirà per aquests estatuts i pels acords que vàlidament prengui l'assemblea general de socis i/o la junta directiva, dins de l'àmbit de llur respectiva competència, per les normes contingudes en les disposicions sobre el Règim d'associacions i en les de caràcter general vigents. Per tant, l'Associació tindrà personalitat jurídica i podrà exercir accions legals.

TÍTOL PRIMER - Sobre els fins socials.

Article 1. Per tal de promoure l'interès dels ciutadans envers la tasca cultural que el Museu de Gavà té encomanada, es crea aquesta associació a l'esmentada localitat.

Article 2. La creació d'aquesta associació té com a finalitat principal col·laborar amb el Museu de Gavà en la millora de la difusió i participació de les seves activitats, per tal de facilitar la integració dels ciutadans i de les entitats en les diferents tasques que porta a terme el Museu.

Article 3. Una altra finalitat serà, també, promoure, organitzar i divulgar el coneixement del patrimoni natural, l'històric i l'arqueològic—matèries la investigació de les quals té assumides el Museu de Gavà—, i contribuir a la conscienciació ciutadana de la necessitat de conservar-los, tot cooperant, si escau, amb altres entitats.

Article 4. L'àmbit d'acció de l'Associació d'Amics del Museu de Gavà serà el territori de Catalunya.

TÍTOL SEGON - El domicili social.

Article 5. El domicili social de l'Associació serà a la ciutat de Gavà, plaça de Dolors Clua, 13-14, (Baix Llobregat).

TÍTOL TERCER - De l'assemblea.

Article 6. L'assemblea general de socis en serà l'òrgan sobirà, i les decisions que adopti, d'acord amb aquests estatuts, són obligatòries per a tots els associats.

Article 7. Les assemblees generals podran ser ordinàries i extraordinàries:

a) Les ordinàries seran convocades per la junta directiva i es realitzaran anualment, dins del primer quadrimestre, a fi d'exposar la memòria de l'exercici corresponent a l'any anterior, examinar l'estat de comptes, aprovar el pressupost i, si escau, elegir nova junta directiva.

b) Les extraordinàries podran ésser convocades per iniciativa de la junta directiva, o bé, a petició, com a mínim, del 10 per cent dels associats.

Article 8. La convocatòria de l'assemblea general es farà nominalment per escrit a tots els socis, amb quinze dies naturals d'antelació, com a mínim.

Article 9. Les convocatòries expressaran el lloc concret de la reunió, la data, l'hora, en primera convocatòria i en segona, i l'ordre del dia amb el detall dels assumptes per tractar.

Article 10. L'assemblea general es considerarà vàlidament constituïda, en primera convocatòria, quan hi hagi la meitat més un dels socis i, en segona, sigui quin sigui el nombre d'assistents.

Article 11. La mesa que presideixi l'assemblea serà constituïda, com a mínim, per un president, un secretari i un vocal.

Article 12. Els acords que es prenguin a l'assemblea seran per votació entre els assistents i per majoria simple, llevat del cas de dissolució, previst en el títol setè.

Article 13. De cada assemblea s'aixecarà acta, que haurà de ser llegida i, si escau, aprovada a l'inici de l'assemblea següent.

Article 14. Les funcions i competències de l'assemblea general seran les següents:

- a) Conèixer i aprovar, si escau, l'actuació i els projectes de la junta directiva.
- b) Aprovació dels pressupostos.
- c) Aprovació dels estats de comptes.
- d) Fixar les quotes que se s'hagin sotmès a aprovació.
- e) Elegir i revocar els càrrecs de la junta directiva.
- f) Aprovar i modificar, si cal, aquests estatuts i el reglament de règim interior.
- g) Acordar la dissolució de l'Associació, prevista en el títol setè d'aquests estatuts.

TÍTOL QUART - De la junta directiva.

Article 15. La junta directiva de l'Associació es compondrà d'un mínim de set membres i un màxim de quinze. Un dels vocals ho serà per designació del Museu de Gavà i, els altres membres, per elecció de l'assemblea general.

Article 16. Els càrrecs de la junta directiva seran els següents: president, secretari, tresorer i vocals, i es triaran entre els membres de la junta. Tots els esmentats càrrecs tindran veu i vot.

Article 17. La durada dels càrrecs de la junta directiva serà de dos anys i reelegibles, fins a un màxim de dos períodes. Els càrrecs, i també els vocals, restaran sempre a disposició de l'assemblea general.

Article 18. La junta directiva, com a òrgan gestor de l'Associació, tindrà les funcions i atribucions següents:

- a) Vetllar per l'acompliment dels acords presos a l'assemblea.
- b) Elaborar el reglament de règim interior de l'Associació.
- c) Elaborar el pressupost anual d'ingressos i de despeses, i rendir-ne comptes a l'assemblea general.
- d) Proposar a l'assemblea les quotes ordinàries i extraordinàries que calguin.
- e) Acceptar donatius i llegats per a destinar-los a les finalitats de l'Associació.
- f) Gestionar amb els ens públics i privats i amb particulars la col·laboració necessària per a l'acompliment dels seus objectius.
- g) Representar l'Associació de manera legal, judicial i administrativa.
- h) Convocar de manera ordinària i extraordinària l'assemblea.
- i) Programar i gestionar les activitats culturals de l'Associació.
- j) Qualsevol altres atribucions que siguin de la seva competència per al desenvolupament de les funcions que té encomanades.

Article 19. Les funcions de cadascun dels membres de la junta directiva seran les següents:

President:

- a) Assumirà la representació legal, judicial i administrativa de l'Associació dins els límits que l'assemblea acordi d'atorgar-li.
- b) Presidirà i moderarà les sessions i les deliberacions de la junta directiva.
- c) Vetllarà per l'acompliment dels acords presos a la junta directiva.
- d) Qualsevol altra funció que li sigui delegada per la junta i/o per l'assemblea.

Secretari:

Assistirà a totes les sessions de la junta, n'aixecarà acta, exercirà la facultat certificant i tindrà cura de la correspondència i del registre de socis.

Tresorer:

Portarà els comptes de l'Associació i vetllarà per tot el que faci referència al seu càrrec.

Vocals:

Assistiran a les reunions de la junta i en formaran part amb veu i amb vot, i col·laboraran en les diverses tasques organitzatives de l'entitat.

Article 20. La junta directiva es reunirà, en sessió ordinària, una vegada al trimestre com a mínim i, en sessió extraordinària, quan ho demanin una tercera part dels membres que la componen. Totes les sessions es convocaran amb un mínim de cinc dies, i s'especificarà a la convocatòria la data, l'hora, el lloc i l'ordre del dia.

Article 21. Les sessions seran vàlides sempre que hi assisteixi més de la meitat dels membres de la junta. En cas contrari es farà una nova convocatòria, en la qual, si no s'arriba al quòrum estipulat, els assistents podran convocar assemblea general.

Article 22. Tots els acords de la junta directiva seran adoptats per majoria absoluta en primera votació, o majoria relativa en segona.

Article 23. La junta presentarà anualment, abans d'acabar el primer quadrimestre, la memòria de l'exercici anterior a l'assemblea general, amb un resum de l'estat de comptes, de la gestió realitzada i dels projectes en curs d'execució.

Article 24. L'exercici econòmic s'obrirà el dia 1 de gener i es tancarà el 31 de desembre del mateix any.

Article 25. La junta directiva establirà el cobrament de quotes als associats i acceptarà tots aquells ingressos que es determinen en l'article 18, apartat e). Tots els ingressos, tant els regulars com els atípics, es destinaran a subvenir les despeses de l'Associació en l'execució del programa d'activitats. L'import de les quotes serà proposat per la junta a l'assemblea general per a ser aprovat, i també totes les modificacions o aportacions extraordinàries que siguin convenients.

TÍTOL CINQUÈ - Dels socis.

Article 26. L'admissió a l'Associació d'Amics del Museu serà lliure. La condició d'associat s'adquirirà mitjançant la inscripció i l'acceptació d'aquests estatuts.

Article 27. Tots els associats tindran la condició de socis numeraris. No obstant això, a criteri de la junta directiva, es podran nomenar membres d'honor aquelles persones o entitats que, per llurs mèrits de caire cultural, cívic, social, etcètera, mereixin aquesta condició. Aquests membres d'honor hauran de ser ratificats per l'assemblea general.

Article 28. Els socis gaudiran dels drets següents:

- a) Rebre informació puntual de l'actuació i de la vida de l'Associació.
- b) Assistir als actes organitzats per l'Associació.
- c) Rebre gratuïtament les publicacions que produeixi l'entitat, si hi estan interessats, i tenir informació i un tracte preferent sobre les editades pel Museu de Gavà.
- d) Intervenir en l'assemblea general amb veu i vot.

- e) Mitjançant elecció, ocupar càrrecs a la junta directiva.
- f) Presentar iniciatives i projectes a la junta directiva i, si escau, participar en la discussió.
- g) Impugnar els acords de la junta directiva que es considerin contraris als estatuts, en el termini de trenta dies naturals després de ser adoptats, instantne l'anul·lació i la suspensió preventiva, si escau, o acumulant ambdues pretensions pels tràmits establerts en la Llei d'enjudiciament civil.
- h) Tenir accés als llibres d'actes i als comptes de l'Associació.

Article 29. Els associats tindran els deures que es detallen:

- a) Abonar puntualment les quotes ordinàries i les aportacions extraordinàries que estableixi l'assemblea general.
- b) No comprometre amb la seva actuació el bon nom, ni les finalitats de l'Associació.
- c) Comprometre's en l'acompliment d'aquests estatuts i en totes les decisions que emanin de l'assemblea general.

Article 30. La pèrdua de la condició d'associat serà determinada per les causes que s'indiquen:

- a) Petició escrita en la qual s'expressi la decisió de causar baixa, adreçada a la junta directiva.
- b) Deixar d'atendre el rebut de quota d'una anualitat després d'haver-se presentat al cobrament, sense cap justificació que hagi estat aprovada per la junta directiva.
- c) La comissió d'actes o activitats contràries als estatuts i contra els béns i les instal·lacions de l'entitat i, en general, totes aquelles accions que dificultin l'acompliment de les finalitats de l'Associació.

TÍTOL SISÈ - Del capital social.

Article 31. El capital social inicial de l'Associació queda establert en NORANTA EUROS (abans, quinze mil pessetes), que correspon a les aportacions inicials que satisfaran els membres. El pressupost inicial és de SET-CENTS VINT-I-UN EUROS (abans, cent vint mil pessetes).

Article 32. Els recursos econòmics previstos de l'Associació són els següents:

- a) Les quotes establertes a càrrec dels associats.
- b) Les donacions que, a títol gratuït, pugui rebre l'Associació.
- c) Les subvencions que li puguin ser atorgades per part d'entitats o organismes legalment constituïts.
- d) Els ingressos o beneficis que eventualment puguin ser obtinguts de resultes de les activitats.

Article 33. La junta directiva confeccionarà anualment un pressupost d'ingressos i de despeses, i també un estat de comptes sobre el moviment de tresoreria que l'entitat hagi tingut l'any anterior, segons preveu l'article 24, que serà exposat als associats tal com s'expressa a l'article 23 dels estatuts. Aquest estat de comptes serà tramès als organismes oficials d'acord amb la normativa vigent.

TÍTOL SETÈ- De la dissolució de l'Associació.

Article 34. L'Associació d'Amics del Museu de Gavà serà de durada indefinida, i es dissoldrà segons els casos previstos per la legislació vigent. També podrà dissoldre's per petició escrita de la meitat més un dels associats, ratificada pels dos terços dels assistents a una assemblea extraordinària que es convocarà amb aquest fi, la qual no podrà ajornar-se més enllà dels quinze dies següents de produir-se la petició.

Article 35. Produïda la dissolució, l'Associació lliurarà tots els seus béns al Patronat del Museu de Gavà i, per extensió, al Museu. I, si de cas no n'hi ha, els béns es destinaran a qui acordi l'assemblea, segons el que estableixi la Llei.

DISPOSICIÓ FINAL

Els casos no previstos seran resolts per la junta directiva, tenint en compte la intencionalitat i l'esperit dels estatuts i de tot el que queda establert en la Llei 7/1997, de 18 de juny, d'associacions (DOGC 2423, d'1 de juliol de 1997), i també atenent a les disposicions reglamentàries que es dictin en endavant i que hi siguin aplicables.

Gavà, 6 de maig de 2004

Annex 7: Codi Ètic de la WFFM

WORLD FEDERATION OF FRIENDS OF MUSEUMS

Code of Ethics for Museums Friends and Volunteers

The purpose of the "Code of Ethics for Friends and Volunteers of Museums", adopted unanimously by the World Federation of Friends of Museums at its IX Congress held in Oaxaca, Mexico in 1996, is to provide all members with a guide that contribute towards reinforcing and strengthening the relations between Friends and volunteers of museums and museum professionals.

Its pages contain the basic principles to which each member formally needs to comply when acting on behalf of his/her association. The authority and creditability of an organisation is measured, among other things, by the way each member, be it a collective or individual subject, behaves when dealing with society and its various elements.

In joining the organisation, WFFM members undertake to abide by the WFFM Code.

Introduction

Friends and volunteers of museums pursue noble objectives in cultural development. They bring to museums their support, their knowledge, their experience and their competence. In so doing, they contribute to the advancement both of museums and of museology. Their commitment is the voluntary expression of a solidarity that actively engages their role as citizens in the community.

As members of the museum community, and at the heart of the museum's public, friends and volunteers constitute a privileged audience, able to represent the public's interests to the best advantage of museum institutions.

Moreover, the status of friends and volunteers in museums implies certain obligations toward the institution of which they bear the name and to which they declare adherence. They agree, therefore, to meet a number of requirements conducive to ensuring a fruitful collaboration.

It is important that the institution, for its part, acknowledges the value of their contribution and assists in its implementation, in that a fully productive collaboration depends on the quality of their mutual relationship.

By using this Code of Ethics, friends and volunteers of museums will establish the principles that inspire their partnership and express their expectations regarding the institutions they serve.

Section 1: Definitions

Friend, Volunteer: Those who contribute in any way to the support of museums, to their development and to their public presence and influence are called "friends of museums". They act on a voluntary and non-remunerative basis. Their support is moral, financial or consists of voluntary work or expertise. Benefactors, donors, volunteers, museum board members and members of museums are all considered friends of museums.

Association: The word "association" covers all forms of organization that bring together friends and volunteers of museums and structure their activities. Whether judicially constituted or not, these associations, societies or committees can operate only with official recognition from the institution concerned.

Museum, Museum Institution, Institution: In this document, the terms "museum", "museum institution" and "institution" are synonymous. They refer to a museum as recognized and defined by the International Council of Museums (ICOM), that is to say a permanent non-profit making institution administered for the common good and accessible to the public, which conserves, studies and exhibits objects and specimens of educational and cultural value, including works of art, scientific materials, animate and inanimate, and historical and technical material.

The terms "museum", "museum institution" and "institution" include any institution having some or all of the characteristics of a museum, namely ecological museums,

interpretation centres, exhibition centres, heritage sites and buildings, botanical gardens libraries, zoos, aquariums and other institutions of museological type.

Section 2: Status and Mandate

2.1 Partners: Friends and volunteers carry out their activities in an open manner and in a spirit of co-operation with the institution of which they are partners.

2.2 Support: Friends and volunteers of a museum institution undertake to support it and its activities with generosity and enthusiasm.

2.3 Respect for the museum's mandate: The goals they set, the sphere within which they operate and the programs they adopt should be developed with the participation and agreement of the museum authorities and in accordance with the museum's mission.

2.4 Satisfaction: Friends and volunteers expect no benefit, financial, or other, save the satisfaction of contributing to the maintenance and development of the institution to which they belong and to the satisfaction of the public which it serves.

Section 3: Organization

3.1 Organization: In order to promote a fully beneficial partnership as well as continuity in their relationship with their institution, it is recommended that they be organized within a structured framework such as an Association.

3.2 Operational link: To guarantee a direct and permanent link with the institution, it is vital that friends and volunteers be able to rely on an operational link with it. To that end, the institution should delegate a representative of management to the association, friends and volunteers doing the same in regard to management.

3.3 Action plans and agreements: It is desirable that friends and volunteers, together with the institution, develop action plans and agreements defining the terms on which their partnership with the institution is based.

Section 4: Duties

4.1 Requirements and regulations: Museum friends and volunteers should recognize the need to respect the requirements and regulations of the institution.

4.2 Loyalty: In the actions they take, friends and volunteers should show their loyalty to both the institution they support, and to their association.

4.3 Confidentiality: They should respect the confidentiality of any information they may have regarding the management of the institution and activities to come or as yet unannounced; the same applies to their association's projects.

4.4 Conflicts of interest: They should make it a point of honour to avoid conflicts of interest and to abide by the rules laid down by both their institution and their association.

4.5 Gifts and acquisitions: When friends and volunteers donate works of art, collection specimens and objects, they should make every effort to ensure their authenticity and their origin. They should follow the regulations of the museum.

4.6 Full approval of the institution: Donations to the institution from friends and volunteers should be made with the full approval of the institution and in accordance with its acquisition policy. It is recommended that the institution inform donors beforehand of the particular works, objects, or specimens it wishes to acquire.

4.7 Fund Raising: Friends and volunteers should co-ordinate their fund-raising activities with the plans and programs of their institution.

4.8 Media: In their relations with the media, friends and volunteers should act with the agreement of their museum's relevant departments.

4.9 Health and safety: They should conform to the health and safety regulations of the institution, taking care that no intervention threatens their application.

Section 5: Areas of Operation

5.1 Areas of operation: Friends and volunteers may have numerous areas of operation. These should be designed for the specific character of each institution, its mission and individual goals, and for the programs it offers.

5.2 Areas of operation limited to permanent staff: When carrying out voluntary work in areas of operation controlled by permanent staff, particularly in curatorship, research and publicity, friends and volunteers should act only with the agreement of the relevant staff. They should respect the obligations to which permanent staff is subjected.

5.3 Avoiding overlapping: In areas of operation not limited to permanent staff, friends and volunteers may discover a fertile ground in which to launch their initiatives. They must be careful their activities do not overlap with staff responsibilities.

5.4 Definition of tasks: As a general rule, in all operations friends and volunteers are asked to accomplish, it is advisable that they act upon a definition of the tasks and of their means of execution.

Section 6: Expectations with Regard to the Institution

6.1 Recognition: Friends and volunteers expect the museum and its staff to recognize, encourage and make good use of their commitment and contribution, both inside and outside the institution.

6.2 Support: The museum institution should encourage the formation of associations of friends and volunteers, and should support their ventures. It may put at their disposal the necessary resources to pursue goals common to the institution and the association.

6.3 Harmony: The museum should foster a harmonious relationship between itself and the association, stressing solidarity and a feeling of belonging.

6.4 Information: To ensure that friends and volunteers act on acceptable grounds, the institution should ensure that they are fully informed of its mission, short and long-term goals, future plans, programs and administrative procedures.

6.5 Training: To ensure that the contribution of friends and volunteers is as effective as possible, the museum should provide training in those areas where the latter are called

on to help. It should encourage them to take part in workshops, seminars and lectures to increase their proficiency.

Section 7: The Association

7.1 Membership: Friends and volunteers should focus on maintaining and expanding the membership of their association.

7.2 Democratic principles: Within the association, friends and volunteers must respect democratic principles, ensuring fair representation of the points of view shared by members.

7.3 Sharing: Associations of friends and volunteers consider it a duty to co-operate with each other, sharing knowledge and experience.

7.4 Co-operation with associations of museums and museum professionals: Friends and volunteers should co-operate with the various associations of museums and museum professionals, particularly by taking part in their activities, when appropriate.

7.5 Co-operation between associations of friends and volunteers: In order to make their voluntary contribution even more valuable and far-reaching, and to demonstrate the extent of public support for museums, local associations of friends and volunteers should support the activities of regional and national groups of friends and volunteers.

7.6 International activities: At the international level, friends and volunteers support the World Federation of Friends of Museums (WFFM) and the International Council of Museums (ICOM) of which the Federation is the counterpart.

Comment

In this Code of Ethics, articles are to be interpreted in relation to each other. The general nature of one may impinge on the specific nature of others. For instance, the general rules concerning confidentiality and conflicts of interest mentioned in articles 4.3 and 4.4. apply to articles 4.5 and 4.6 concerning donations and acquisitions, even if this is not explicitly stated.

This Code of Ethics was adopted by the World Federation of Friends of Museums at its 9th International Congress held at Oaxaca, Mexico, October 21 to 25, 1996. It constitutes a general framework for application, each federation and each association being invited to refer to it for drawing up its own rules of ethics based on their specific needs.

Acknowledgements

For their contribution to the drafting of this Code of Ethics, the World Federation of Friends of Museums gratefully acknowledges the support of the Department of Culture and Communications of the Government of Québec, the Ethics Committee of the Regroupement québécois des amis et bénévoles de musées, the Canadian Federation of Friends of Museums, the Federación Mexicana de Asociaciones de Amigos de los Museos, the Members of the Ethics Committee of the WFFM and all those who took part in its preparation.

Annex 8: Carta petició de col·laboració



A tots els socis de l'Associació d'Amics del Museu de Ciències Naturals de Barcelona:

Benvolguts, des socis, sòcies:

Em dic Eva Jove i sóc estudiant de Doctorat de la Universitat de Girona. La línia de recerca del meu doctorat és la de Patrimoni Cultural, que s'inscriu dins del Programa de Doctorat de Ciències Humanes i Socials de la Universitat de Girona.

Em dirigeix la tesi el Dr. Gabriel Alcalde i Gurt, un dels experts a Catalunya en estudis de visitants als museus (clicueu en aquest enllaç per veure'n més informació seva:

<http://www.udg.edu/tabid/8656/ID/52474/default.aspx>).

L'objecte d'estudi de la meva tesi doctoral són les Associacions d'Amics dels Museus, des de la vessant dels associats, com a públic usuari i visitant del museu del qual en són Amics.

Una part de la meva recerca es basa en realitzar treball de camp. És per aquest motiu que m'agradaria que tots els associats us engresqués col·laborar en l'estudi i poguéssiu respondre la petita enquesta que us adjunto. Cal dir que les dades que resultin de l'enquesta, tenen fins únicament acadèmics. Aquestes dades, junt amb d'altres, seran públiques i es podran consultar una vegada es defensi la tesi doctoral corresponent.

Si preferiu respondre l'enquesta electrònicament, la podeu contestar usant l'enllaç següent:

https://docs.google.com/forms/d/1XZpwcXn7YSvN8gqyS1DcKfu6_kKb4n8F6ZIDPyQH-JY/viewform?sid&cc=0&w=1&token

Aquesta enquesta electrònica s'ha de contestar marcant una sola casella, en el cas de preguntes amb opcions a escollir; o bé escrivint text lliure, en el cas de preguntes amb resposta oberta.

Li agraim molt la seva participació.

Cordialment,

Eva Jove

Doctorand UdG

Annex 9: Fitxa de l'Associació d'Amics del Museu



Fitxa dades associació Amics de Museu

Nom complet Associació:	
Localitat raó social:	
Data creació Associació:	
Nom fundador/s:	
Número associats inici:	
Número associats actualment:	
Import quota actual:	
Nom actual president:	
Té estatuts propis?	
Té número del Registre d'associacions catalanes?	
És associació declarada d'utilitat pública, atorgada pel Ministerio de Interior?	
Quins són els objectius de l'associació?	
Es mesuren els resultats o l'assoliment dels objectius d'alguna manera?	

A qui beneficia l'associació?	
Amb quins recursos es compta?	
Serveis que s'ofereixen als associats:	
Activitats generals que es realitzen:	
Col·laboració amb el Museu:	
Data realització fitxa:	

Annex 10: Enquesta al soci de l'Associació d'Amics del Museu



Universitat de Girona

Enquesta Associació Amics de Museu

Li agraïm molt la seva participació en aquesta recerca

1. – Nom de l'Associació a la qual pertany:
2. – Edat:
3. – Gènere (Home o Dona):
4. – Nivell d'estudis acabats:
5. – Lloc habitual de residència:
6. – Quants fa que està a l'Associació?
7. – Si és el cas, a quines altres associacions d'amics de museus pertany?
8. – Si és el cas, a quines altres associacions que NO siguin de museus pertany?

9. – Visita altres Museus (sí o no)?:
10. – En cas de visitar altres museus, quins museus en els últims 12 mesos?
11. – Quin és el seu primer record de visita a un museu?
12. – Què li sol transmetre habitualment el museu del qual n'és amic, quan el visita?
13. – Quina és l'activitat que, com a Associat, ha realitzat més freqüentment al museu, en els darrers 12 mesos?
14. – Quan ha realitzat l'activitat de la pregunta 13. – (sol, en família o en grup) pel museu del qual n'és amic, ho ha realitzat per... (indicar-ne els motius):
15. – Quan ha finalitzat l'activitat ha sentit que... (indicar algunes de les sensacions experimentades):

Annex 11: Codi QR amb la transcripció dels àudios dels focus groups



