

## **La demanda de museus a Catalunya. Anàlisi de resultats**

Estudi encarregat per la Secretaria General del Departament de Cultura

*Desembre de 2000*

RPEEO 158

Registre Públic d'Enquestes i d'Estudis d'Opinió de la Generalitat de Catalunya  
Decret 25/1998, de 4 de febrer

# La demanda de museus a Catalunya. Anàlisi de Resultats

desembre 2000

**R.158**

Registre Públic d'Enquestes i Estudis d'Opinió de la Generalitat de Catalunya  
Decret 25/98, de 4 de febrer

# La demanda de museus a Catalunya

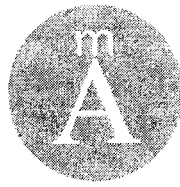


## Anàlisi de resultats

Generalitat de Catalunya  
Institut d'Estadística  
de Catalunya  
Biblioteca Q. 54562

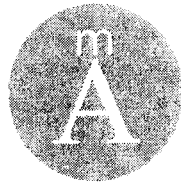
- 6 JUL. 2001

Barcelona, desembre 2000



## SUMARI

1. Les visites a museus i exposicions.....	1
2. Característiques sociodemogràfiques de la població segons el grau d'ús de museus i exposicions.....	3
3. Ús del patrimoni i altres pràctiques de la població.....	9
4. Imatge i expectatives: què se n'espera d'un museu?.....	18
5. Factors incentivadors d'un major consum museístic.....	28
6. Tipologia de museus visitats.....	43
7. Metodologia.....	52
7.1. Qüestionari.....	52
7.2. Mostra.....	59
7.3. Recollida de la informació.....	62
7.4. Crèdits.....	63



# La demanda de museus a Catalunya

## 1. Les visites a museus i exposicions

---

Els resultats que es presenten a continuació són el fruit d'una enquesta a la població de Catalunya major de 15 anys realitzada a finals de 1999 amb la finalitat de conèixer el comportament de la població adulta en relació a l'ús i l'opinió dels museus.

L'enquesta va ser precedida per un estudi qualitatiu amb l'objectiu de conèixer les principals causes per les quals els catalans i les catalanes no visiten els museus.

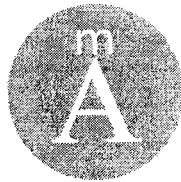
Els resultats quantitius han estat sorprenents, doncs s'aprecia que més d'un 55% de la població de Catalunya va visitar un museu o una exposició durant l'any anterior a la consulta i que menys d'un 5% declara no haver visitat mai cap museu ni exposició.

De tota manera cal tenir en compte que la consulta va ser formulada en uns termes molt amplis: d'una banda, es pregunta sobre museus i exposicions agrupant, doncs, no només el concepte tradicional de museu, sinó que també s'inclou tot el conjunt d'exposicions –permanents i temporals– sense diferenciar-ne la temàtica.

D'altra banda, el període temporal de referència és el darrer any anterior a la formulació de la pregunta, un lapse de temps molt extens per a què la memòria individual pugui precisar els records. El lapse de temps utilitzat en la formulació de la pregunta no permet la comparació amb les enquestes quinquenals d'hàbits culturals realitzades pel Departament de Cultura que prenen per període de referència el darrer trimestre anterior a la realització de l'enquesta. Tanmateix cal recordar els resultats obtinguts en aquests estudis anteriors. El 1991 un 13,9% de la població declarava haver visitat un museu durant el trimestre anterior. Aquesta proporció es va gairebé duplicar el 1996 arribant al 26,4% de persones que havien visitat un museu.

**Els resultats obtinguts el 1999 demostren una forta generalització en el consum de produccions expositives i superen les dades d'anteriors anàlisis sobre els hàbits culturals de la població de Catalunya.**

A la Taula 1 es presenten els resultats a la pregunta *Quan fa de l'última vegada que va visitar un museu o exposició?* A més de les dues categories extremes – 'Durant l'últim any' i 'Mai' – hi ha dues categories intermèdies: aquells que van visitar per darrera vegada un museu o exposició fa més d'un any, però menys



de tres, i aquells pels quals fa més de tres anys de la darrera visita. Aquestes categories són prou importants ja que entre les dues apleguen més del 37% de la població.

<b>Taula 1</b> <b>Quan fa de l'última vegada que va visitar un museu o exposició?</b>			
	<b>Nombre</b>	<b>%</b>	<b>% vàlid</b>
Durant l'últim any	650	54,2%	56,3%
Entre 1 i 3 anys	193	16,1%	16,7%
3 anys i més	256	21,3%	22,2%
Mai	55	4,6%	4,8%
No recorda	46	3,8%	—
Total	1.200	100,0%	100,0%



## 2. Característiques sociodemogràfiques de la població segons el grau d'ús de museus i exposicions

A les taules següents es presenta el perfil sociodemogràfic de la població segons el seu grau d'ús del patrimoni.

En primer lloc, a la Taula 2 es presenta la distribució de la població segons la freqüència de visites a museus i exposicions i el gènere.

	Home	Dona	Total
Últim any	61,2%	53,4%	56,3%
1 – 3 anys	16,2%	17,1%	16,7%
3 anys i més	17,8%	24,8%	22,2%
Mai	4,8%	4,7%	4,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Si bé el sexe no és una de les principals característiques que diferencia la població segons la freqüència de visites, s'aprecia que entre els homes hi ha una proporció superior de persones que declaren haver visitat un museu o exposició en el darrer any. Entre els que declaren haver visitat algun museu fa més de tres anys es detecta una proporció d'homes significativament<sup>1</sup> reduïda en relació al total de la població.

A la Taula 3 es presenta la distribució conjunta de la població segons l'última vegada que va visitar un museu o exposició i l'edat.

	16 – 29	30 – 44	45 – 64	65 i més	Total
Últim any	65,5%	64,2%	54,8%	34,5%	56,3%
1 – 3 anys	18,2%	15,3%	16,3%	17,9%	16,7%
3 anys i més	15,2%	16,9%	24,6%	35,9%	22,2%
Mai	1,1%	3,6%	4,3%	11,7%	4,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

<sup>1</sup> Els percentatges ombrejats indiquen un valor significatiu dels residus estandaritzats en el càlcul de la chi-quadrat. Per tant, es poden interpretar com valors significativament diferents dels valors esperats si les dues variables fossin independents.



Si bé les 2/3 de la població de 16 a 44 anys declara haver visitat un museu o exposició durant l'últim any, aquesta proporció es redueix a 1/3 entre els majors de 65 anys. L'edat, per tant, es configura com una primera variable explicativa important en el comportament de la població en relació a l'ús del patrimoni.

Diferents factors expliquen aquests resultats. D'una banda, la generalització de l'ensenyament i la inclusió de les visites escolars en els darrers anys és un factor que ha generalitzat, com a mínim, el coneixement dels museus per part de la població més jove. D'altra banda, les limitacions en la mobilitat i en les sortides fora de la llar per part d'una proporció important dels majors de 65 anys poden explicar el menor consum expositiu d'aquest segment.

Una dada a destacar és el percentatge insignificant (1,1%) d'entre els que tenen entre 16 i 29 anys que declara no haver visitat mai cap museu ni exposició.

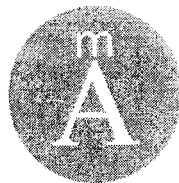
La Taula 4 relaciona la freqüència d'ús del patrimoni amb els estudis acabats.

Taula 4  
*Última vegada visita segons nivell d'estudis acabats*

	Sense estudis	Primaris	Batxillerat, BUP, FP	Diplomatura	Llicenciatura	Doctor	Tot
Últim any	23,7%	44,0%	66,9%	85,4%	85,9%	100,0%	56,3
1 - 3 anys	18,6%	19,8%	18,3%	4,9%	9,8%	0,0%	16,9
3 anys i +	35,1%	30,8%	14,2%	8,7%	4,3%	0,0%	22,1
Mai	22,7%	5,4%	0,6%	1,0%	0,0%	0,0%	4,6
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,

Els resultats són contundents. En efecte, a mida que augmenta el nivell d'estudis acabats s'incrementa el percentatge de persones que declara haver visitat com a mínim un museu o exposició en el darrer any. Mentre un 24% de la població sense estudis va visitar un museu o exposició en el darrer any, aquesta proporció augmenta fins el 86% en el cas dels llicenciats universitaris. En l'altre extrem, mentre que el 23% de les persones sense estudis declara no haver visitat mai cap museu, entre els llicenciats no hi ha ningú que no hagi estat mai en un museu o exposició.





Com en d'altres estudis europeus<sup>2</sup> l'educació es presenta com la principal variable que afecta directament el consum cultural.

A la Taula 5 es presenta la relació entre la freqüència de visites i l'activitat de la població. L'activitat està estretament relacionada amb l'edat i el nivell d'estudis. Per tant, es constaten algunes tendències esperables.

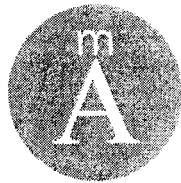
Taula 5 Última vegada visita segons activitat							
	Treballa	Estudiant	Feines casa	Aturat	Jubilat	Incapacitat	Total
Últim any	65,0%	71,1%	43,5%	52,8%	38,8%	25,0%	56,3%
1 - 3 anys	16,3%	17,5%	14,9%	19,4%	18,8%	0,00%	16,7%
3 anys i +	16,1%	11,3%	35,1%	22,2%	32,2%	50,0%	22,2%
Mai	2,7%	0,0%	6,5%	5,6%	10,2%	25,0%	4,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

En efecte, entre els estudiants s'observa la proporció més elevada de persones que ha visitat com a mínim un museu o exposició en el darrer any. Només els ocupats presenten també un percentatge superior al total en aquesta categoria. Inversament els jubilats i les mestresses de casa declaren percentatges de visita inferiors a la mitjana.

A l'altre extrem incapacitats, jubilats, aturats i mestresses de casa presenten percentatges superiors a la mitjana en la categoria dels que mai han visitat cap museu ni exposició.

La Taula 6 relaciona la freqüència de visites amb el lloc de residència de la població.

<sup>2</sup> Conseil de l'Europe-CIRCLE (1993), *Participation à la vie culturelle en Europe. Tendances, stratégies et défis*, La Documentation Française, Paris.



**Taula 6**  
**Última vegada visita segons lloc de residència**

	Barcelona	Resta Regió I	Resta Catalunya	Total
Últim any	65,6%	51,0%	56,0%	56,3%
1 – 3 anys	14,7%	19,0%	15,4%	16,7%
3 anys i més	17,5%	24,2%	23,1%	22,2%
Mai	2,1%	5,8%	5,4%	4,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Les diferències en el consum de museus i exposicions segons el lloc de residència són menys acusades que per altres factors. Els ciutadans de Barcelona presenten una major freqüència de visites que els habitants d'altres territoris. En efecte, els ciutadans i ciutadanes de Barcelona declaren un percentatge 10 punts superior a la mitjana en la visita durant l'últim any. La capitalitat i la consegüent concentració de l'oferta museística i expositiva a la ciutat de Barcelona té una influència notable en aquests resultats. Altres estudis sobre visitants de museus han demostrat que la distància és un dels factors que determina el consum cultural.

D'altra banda, els residents a la resta de la Regió I<sup>3</sup> són els que presenten menors índexs d'assistència a museus i exposicions. Les dues taules següents aporten alguna evidència que permet explicar el comportament dels habitants a la regió metropolitana de Barcelona.

La Taula 7 presenta la relació entre les visites i l'idioma<sup>4</sup> parlat durant l'enquesta.

**Taula 7**  
**Última vegada visita segons idioma**

	Català	Castellà	Total
Últim any	64,3%	46,4%	56,3%
1 – 3 anys	15,0%	18,8%	16,7%
3 anys i més	17,9%	27,6%	22,3%
Mai	2,7%	7,2%	4,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

<sup>3</sup> Baix Llobregat, Barcelonès, Maresme, Vallès Occidental i Vallès Oriental.

<sup>4</sup> L'enquesta es va fer telefònicament. Els entrevistadors s'adreçaven a les persones en català, però passaven al castellà automàticament en rebre respostes en aquest idioma.



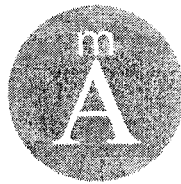
L'idioma parlat per la població és un factor de pes en la freqüència d'utilització dels museus i exposicions. **Divuit punts separen els catalanoparlants (64%) dels castellanoparlants (46%) en quant al percentatge de persones que ha visitat un museu o exposició en el darrer any.** Els esforços de normalització lingüística han determinat durant molts anys una presència activa, i en molts casos única, del català com a idioma de transmissió dels continguts de les produccions culturals de les administracions públiques catalanes.

A la Taula 8 es mostra la relació entre la freqüència de visites i el lloc de naixement.

<b>Taula 8</b> <b>Última vegada visita segons lloc de naixement</b>				
	<b>Catalunya</b>	<b>Resta Espanya</b>	<b>Estranger</b>	<b>Total</b>
Últim any	61,6%	44,3%	44,0%	56,3%
1 – 3 anys	16,1%	18,0%	20,0%	16,7%
3 anys i més	20,2%	26,3%	32,0%	22,2%
Mai	2,1%	11,3%	4,0%	4,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Els resultats obtinguts són molt coincidents amb els de la Taula 7 degut a la forta correlació existent entre lloc de naixement i idioma utilitzat. El patrimoni mostrat als museus és, en molts casos, el conjunt de testimonis de la història d'una comunitat. Una part important dels visitants cerquen el reconeixement de la pròpia identitat en allò que trien per visitar. Aquestes consideracions juntament amb altres factors –nivell d'estudis segons lloc de naixement, localització de la residència, etc.– permeten explicar el diferent comportament de la població segons el seu origen.

La Taula 9 presenta la relació entre el nombre de membres de la llar i la freqüència de visites a museus i exposicions.



**Taula 9**  
**Última vegada visita segons nombre de persones a la llar**

	1 pers.	2 pers.	3 pers.	4 pers.	5 o més	Total
Últim any	50,3%	59,4%	58,2%	56,0%	50,4%	56,3%
1 - 3 anys	15,9%	14,9%	17,2%	19,3%	16,5%	16,7%
3 anys i més	26,2%	20,0%	20,5%	22,2%	27,8%	22,2%
Mai	7,6%	5,7%	4,1%	2,5%	5,2%	4,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

No es detecten diferències estadísticament significatives en els nivells de visita segons la dimensió de la llar. Entre les llars unipersonals hi ha una menor proporció de visites a museus i exposicions i una major presència dels que responen que mai ha realitzat visites. Possiblement es deu a la major proporció de gent gran en aquesta modalitat.

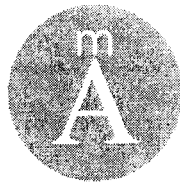
Els majors nivells de consum es troben en aquells nuclis familiars de 2, 3 i 4 membres, per tornar a disminuir quan la família té 5 membres o més.

La Taula 10 presenta la relació entre la freqüència de visites i la presència de nens/es a la llar.

**Taula 10**  
**Última vegada visita segons si hi ha nens/es a la llar**

	No	Sí	Total
Últim any	56,1%	56,9%	56,3%
1 - 3 anys	16,4%	17,4%	16,7%
3 anys i mes	22,1%	22,3%	22,2%
Mai	5,3%	3,4%	4,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Les dades no permeten afirmar que la presència de criatures a la llar signifiqui ni un major ni un menor consum de museus i exposicions. Els graus de consum són similars en ambdós casos i no s'aprecien diferències estadísticament significatives.



### 3. Ús del patrimoni i altres pràctiques de la població

En el present apartat es relaciona el grau d'ús del patrimoni amb algunes actituds i comportaments de la població: lectura de premsa, freqüència de sortides els caps de setmana, realització d'altres activitats culturals i d'oci, etc.

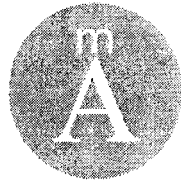
La Taula 11 mostra la relació entre el nivell de visites i la pràctica de llegir la premsa.

Taula 11 <i>Última vegada visita segons costum de llegir la premsa</i>						
	No llegeix	Cada dia	Feiners	Cap setmana	Altres	Total
Últim any	36,6%	67,2%	69,2%	63,5%	52,0%	56,3%
1 – 3 anys	18,8%	13,5%	26,9%	14,6%	22,5%	16,7%
3 anys i +	34,7%	16,3%	3,8%	17,2%	24,3%	22,2%
Mai	9,9%	3,0%	0,0%	4,7%	1,2%	4,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Els més informats consumeixen més museus i exposicions.** En efecte, mentre que els lectors habituals de diaris declaren haver visitat un museu o exposició durant l'últim any en una proporció del 63–69%, els que no llegeixen la premsa presenten índexs de consum del 37%.

L'interès per l'actualitat, per la informació es troba diàriament als mitjans de comunicació i periòdicament en l'oferta expositiva. En definitiva, les exposicions són accions de comunicació i són utilitzades majoritàriament per aquelles persones que presenten major consum de mitjans. Tant l'edat com el nivell d'estudis estan fortament correlacionats amb els índexs de lectura de diaris.

Per completar la taula anterior, a la Taula 12 es presenta la relació observada entre el diari llegit i la freqüència de visites a museus i exposicions.



**Taula 12**  
**Última vegada visita segons diari llegit**

	<i>La Vanguardia</i>	<i>El Periódico</i>	<i>El País</i>	<i>Avui</i>	<i>ABC, Mundo, Diari16</i>	<i>Diari Esportiu</i>	<i>Dia coma</i>
Últim any	68,5%	63,8%	82,2%	69,4%	60,0%	40,0%	59,9
1 - 3 anys	13,4%	15,3%	11,2%	18,1%	12,0%	23,3%	15,5
3 anys i +	15,5%	19,1%	5,6%	12,5%	24,0%	30,0%	21,9
Mai	2,6%	1,9%	,9%	,0%	4,0%	6,7%	2,7
Total	29,7%	31,8%	9,3%	6,2%	2,2%	7,8%	16,2

Multirresposta. Només han contestat els que declaren llegir diaris.

Els lectors de *El País*, *La Vanguardia* i *El Periódico* són els que presenten una major proporció de visitants a museus i exposicions. En canvi, els lectors de premsa esportiva declaren uns índexs de visites a museus i exposicions molt inferiors a la mitjana. **Els resultats indiquen que l'esport és una alternativa substitutòria de la visita al patrimoni.**

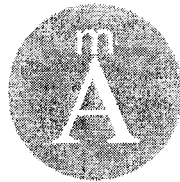
La Taula 13 mostra la relació entre la freqüència de visites a museus i els hàbits de sortida els caps de setmana

**Taula 13**  
**Última vegada visita segons freqüència de sortides en cap de setmana**

	Cada cap setmana	2 cops al mes	1 cop al mes	1 cop trimestre	1-2 cops l'any	Cap	To
Últim any	73,3%	70,5%	71,6%	80,8%	56,5%	36,6%	56,
1 - 3 anys	10,0%	17,9%	19,4%	11,6%	17,7%	18,4%	16,
3 anys i més	13,3%	9,5%	6,7%	6,4%	21,5%	37,3%	22,
Mai	3,3%	2,1%	2,2%	1,2%	4,3%	7,7%	4,7
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100

Les sortides de cap de setmana han estat definides a l'enquesta com aquelles que comporten passar, com a mínim, una nit fora del domicili habitual.

Les persones que tenen per costum sortir de cap de setmana presenten índexs de consum de museus i exposicions significativament superiors a la mitjana, mentre que els que declaren no sortir mai mostren una menor predisposició a visitar museus. L'edat i el nivell de renda són variables explicatives d'aquest comportament.



A la Taula 14 es presenta la relació entre les visites i les anteriors experiències escolars.

<b>Taula 14</b>			
<b>Última vegada visita segons</b>			
<b>Va visitar algun museu mentre estudiava a escola?</b>			
	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Total</b>
Últim any	64,3%	44,2%	56,1%
1 – 3 anys	16,5%	16,4%	16,5%
3 anys i més	18,7%	28,0%	22,5%
Mai	0,5%	11,4%	4,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Aquelles persones que van realitzar visites a museus en l'etapa escolar presenten un índex d'utilització de museus i exposicions superior als que no van ser iniciats en aquesta activitat per part de l'escola. Vint punts separen les dues tipologies de persones en els seus índexs de visita a museus en el darrer any.

Inversament, els que no van fer visites amb l'escola són els que presenten una major proporció de persones que mai ha visitat cap museu ni exposició.

L'edat és un factor clau que explica aquesta situació. Les generacions que han estat en edat escolar en els últims 20 anys han gaudit d'una generalització / normalització de les sortides a museus amb el seu centre d'ensenyament.

Entre d'altres hàbits o activitats de caire cultural que també poden estar més o menys vinculades a un major consum museístic, cal destacar activitats com l'esportiva, anar al cinema o al teatre, escoltar música, llegir, sortir amb amics o passejar.

La Taula 15 mostra quina és la distribució de l'última visita segons la freqüència subjectiva de practicar esport.



**Taula 15**  
**Última vegada visita segons**  
**freqüència subjectiva de fer esport**

	Sovint	De tant	Rarment	Mai	Total
Últim any	68,1%	72,1%	65,9%	38,8%	56,4%
1 – 3 anys	15,2%	14,3%	19,4%	17,6%	16,7%
3 anys i més	15,2%	11,7%	13,5%	34,0%	22,1%
Mai	1,4%	1,9%	1,2%	9,6%	4,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

D'aquesta forma, i contràriament a la relació negativa que s'esbossava anteriorment entre el consum de premsa esportiva i el consum de museus i exposicions, les dades mostren com els individus que afirmen realitzar activament algun esport, ja sigui sovint o de tant en tant, són els que en major percentatge visitaren museus en el darrer any (entre el 68 i el 72%).

Per contra, aquells que mai practiquen esport són aquells que també, en major proporció, afirmen no haver estat mai en cap museu o exposició (un 9,6%).

La Taula 16 mostra la distribució de l'última vegada que es va realitzar una visita a un museu segons la freqüència subjectiva d'assistència al cinema.

**Taula 16**  
**Última vegada visita segons**  
**freqüència subjectiva d'anar al cinema**

	Sovint	De tant	Rarment	Mai	Total
Últim any	78,9%	62,9%	56,3%	34,4%	56,4%
1 – 3 anys	13,8%	17,9%	21,4%	15,6%	16,7%
3 anys i més	6,9%	16,8%	18,4%	39,7%	22,1%
Mai	0,3%	2,5%	3,9%	10,3%	4,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Com veïem per al cas de la realització d'esport, una major freqüència d'anar al cinema es relaciona positivament amb el fet d'haver realitzat una visita a un museu o exposició en el darrer any en un 79% dels casos.





Per contra, entre aquells individus que tendeixen a no freqüentar l'oferta cinematogràfica hi ha un nombrós percentatge que, o fa més de 3 anys que no visiten cap museu (en un 39,7%) o mai n'han visitat cap (en un 10,3%).

D'aquesta manera, i partint d'aquests resultats **no es pot dir que la demanda cinematogràfica substitueixi la demanda museística, sinó que més aviat el segment de població catalana que més habitualment consumeix cinema també mostra l'hàbit de visitar museus.**

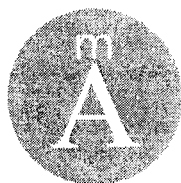
La Taula 17 relaciona l'hàbit d'assistir al teatre amb el de visitar una exposició o museu.

<b>Taula 17</b> <b>Última vegada visita segons</b> <b>freqüència subjectiva d'anar al teatre</b>					
	<b>Sovint</b>	<b>De tant</b>	<b>Rarament</b>	<b>Mai</b>	<b>Total</b>
Últim any	88,2%	82,7%	68,9%	38,2%	56,3%
1 – 3 anys	9,8%	11,2%	17,6%	18,7%	16,7%
3 anys i més	2,0%	5,1%	12,8%	34,5%	22,2%
Mai	0,0%	1,0%	0,6%	8,6%	4,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

La freqüència d'assistència al teatre està fortament correlacionada amb la visita a museus i exposicions. En efecte, un 88% dels que declaren anar sovint al teatre va visitar un museu o exposició durant l'últim any.

En canvi, per a aquells que declaren no anar mai al teatre, la tendència a no visitar museus també és superior a la mitjana de la població, representant només un 8,6% aquells que afirmen no haver estat mai en una exposició. En aquesta mateixa categoria dels que no van al teatre es troben els percentatges més elevats de persones que no van visitar cap museu ni exposició en el darrer any (38%, un 18% menys respecte la mitjana).

Un altre hàbit cultural relacionat amb la demanda museística és la freqüència amb què els catalans i catalanes llegeixen novel·les, poesia, etc. Aquest creuament es presenta a la Taula 18.



<b>Taula 18</b> <b>Última vegada visita segons freqüència subjectiva de llegir</b>					
	<b>Sovint</b>	<b>De tant</b>	<b>Rarament</b>	<b>Mai</b>	<b>Total</b>
Últim any	71,6%	53,3%	53,8%	32,0%	56,3%
1 – 3 anys	13,7%	17,0%	21,8%	18,5%	16,8%
3 anys i més	13,0%	25,5%	19,8%	38,2%	22,2%
Mai	1,7%	4,2%	4,6%	11,2%	4,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Com pot observar-se, aquelles persones que afirmen no llegir mai presenten el percentatge més elevat d'aquells que tampoc han estat mai en cap museu o exposició (un 11,2%).

En aquesta taula, però, només són significatius aquells valors extrems. És a dir, entre els catalans–nes que sovint realitzen lectures literàries, una gran majoria (un 72%) van visitar un museu en el darrer any, mentre que, per aquells que mai llegeixen, el fet d'haver estat l'últim any en una exposició o museu és quelcom força minoritari (només afirmen haver-hi estat un 32%).

Seguidament podem veure, a la Taula 19, la relació entre la freqüència amb què els catalans–nes diuen escoltar música i l'índex de visites a museus i exposicions.

<b>Taula 19</b> <b>Última vegada visita segons</b> <b>freqüència subjectiva d'escoltar música</b>					
	<b>Sovint</b>	<b>De tant</b>	<b>Rarament</b>	<b>Mai</b>	<b>Total</b>
Últim any	60,6%	54,8%	50,0%	25,6%	56,4%
1 – 3 anys	17,1%	12,4%	21,3%	17,1%	16,7%
3 anys i més	19,0%	28,8%	23,4%	36,6%	22,1%
Mai	3,3%	4,0%	5,3%	20,7%	4,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

En aquest cas, es constata que a mida que augmenta la freqüència d'escoltar música, també augmenta el nivell de visites a museus i exposicions.

Entre les persones que declaren no escoltar mai música s'observen els percentatges més elevats de persones que no visiten museus ni exposicions.



En efecte, entre els que no escolten mai música hi ha un percentatge del 21% que declara no haver visitat mai cap museu ni exposició.

La Taula 20, mostra la relació entre els nivells de demanda de museus i exposicions amb la freqüència de sortir amb els amics.

<b>Taula 20</b> <b>Última vegada visita segons</b> <b>freqüència subjectiva de sortir amb amics</b>					
	<b>Sovint</b>	<b>De tant</b>	<b>Rarament</b>	<b>Mai</b>	<b>Total</b>
Últim any	64,0%	62,8%	51,1%	19,5%	56,2%
1 – 3 anys	17,1%	16,7%	17,0%	15,4%	16,8%
3 anys i més	16,2%	18,6%	26,6%	48,5%	22,2%
Mai	2,7%	1,9%	5,3%	16,6%	4,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Una proporció molt reduïda dels que afirmen no sortir mai amb amics han estat en el darrer any en un museu o exposició (només un 19,5%). Segurament el factor edat és que incideix en el fet que els índexs de sotir sovint amb els amics—gues es relacioni positivament amb la freqüència de visites a museus i exposicions.

Finalment, a la Taula 21 es mostra la relació entre l'hàbit de passejar i la demanda de museus i exposicions.

<b>Taula 21</b> <b>Última vegada visita segons freqüència subjectiva de passejar</b>					
	<b>Sovint</b>	<b>De tant</b>	<b>Rarament</b>	<b>Mai</b>	<b>Total</b>
Últim any	59,4%	49,7%	51,6%	34,5%	56,3%
1 – 3 anys	16,6%	16,1%	16,1%	20,7%	16,7%
3 anys i més	19,6%	28,0%	26,9%	39,7%	22,2%
Mai	4,4%	6,3%	5,4%	5,2%	4,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

La taula mostra una relació més feble entre l'hàbit de passejar i el de visitar museus i exposicions. No obstant, la tendència segueix presentant un major



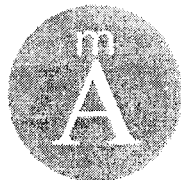
**consum de museus per part d'aquell segment poblacional que més habitualment surt de casa**, en aquest cas simplement per passejar. Contràriament, aquelles persones que declaren no passejar "mai" presenten significativament el percentatge més baix de visites en el darrer any i la proporció més elevada de persones que declaren no haver estat en un museu o exposició des de fa 3 anys ó més.

En resum, i com a conclusió d'interrelacionar la freqüència en què es consumeixen diferents activitats de lleure cultural amb el consum museístic, podem afirmar que, **el fet d'assistir o participar habitualment a qualsevol espectacle o activitat cultural està relacionat positivament amb un major grau de demanda de museus o exposicions**. Així, la visita a un museu o exposició és una activitat habitual per a aquells que tenen un seguit d'hàbits culturals en els quals inverteixen força temps. És, en aquest sentit, que es pot considerar els hàbits socials i culturals són complementaris, essent el fet i la freqüència amb què es realitzen activitats fora de la llar el principal element que diferencia les pràctiques de la població. El segment de població catalana que no acostuma a realitzar altres activitats tampoc demanda, en gran mesura ni freqüència, visites al patrimoni, constituint-se com el no-públic d'exposicions, museus, ruïnes arqueològiques, etc.

Com a darrera taula sobre hàbits culturals de la població enquestada, cal comentar el creuament entre el temps que fa de l'última visita a un museu i la freqüència subjectiva d'acudir a museus.

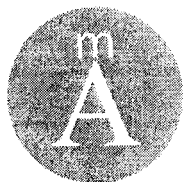
<b>Taula 22</b>					
<b>Última vegada visita segons</b>					
<b>freqüència subjectiva de visitar museus</b>					
	<b>Sovint</b>	<b>De tant</b>	<b>Rarament</b>	<b>Mai</b>	<b>Total</b>
<b>Últim any</b>	98,4%	82,2%	69,3%	26,3%	56,3%
<b>1 - 3 anys</b>	1,6%	12,6%	19,9%	18,7%	16,7%
<b>3 anys i més</b>	0,0%	5,2%	10,2%	43,7%	22,2%
<b>Mai</b>	0,0%	0,0%	0,6%	11,3%	4,8%
<b>Total</b>	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

La primera qüestió que cal tenir en compte per llegir els resultats de la Taula 22 és la diferència en la formulació de les dues preguntes que es relacionen. Mentre el record de la pràctica es refereix a museus i exposicions, la freqüència subjectiva es refereix únicament als museus. Això permet explicar que un 26%



dels que declaren no visitar mai museus diguin que durant el darrer any han visita un museu o exposició.

Tenint en compte l'anterior consideració, s'observa una forta coherència entre la pràctica subjectiva (sovint, de tant en tant, rarament, mai) i el record de la pràctica anterior. Així a mida que disminueix la pràctica subjectiva també ho fa el record. En efecte, mentre que els que declaren visitar sovint museus declaren haver visitat un museu o exposició en el darrer any en un 98% dels casos, aquesta proporció disminueix fins el 26% per a aquells que expressen que mai visiten museus ni exposicions.



#### 4. Imatge i expectatives: què se n'espera d'un museu?

La imatge que la població té respecte els museus i exposicions és fonamental per tal d'entendre el seu comportament pel que fa a les pautes de consum museístic. En aquest capítol s'analitzen les imatges i concepcions més exteses respecte a què és un museu i quin caràcter té: és un espai per divertir-se?, és només per a una minoria d'un alt nivell educatiu?, són tots els museus iguals?

La Taula 23 mostra, d'entre parelles de paraules de significat no sempre antònim, quina és la que els enquestats associen de manera majoritària a la visita a un museu.

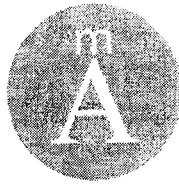
<b>Taula 23</b> <b>De les següents parelles de paraules,</b> <b>amb quina associaria la visita a museus?</b> <b>Percentatges</b>				
	<b>%</b>	<b>%</b>		<b>% Total</b>
Relaxant	60,1 %	39,9 %	Estimulant	100,0 %
Modern	83,8 %	16,2 %	Passat de moda	100,0 %
Educatiu	80,4 %	19,6 %	Entretingut	100,0 %
Avorrit	15,8 %	84,2 %	Divertit	100,0 %
Per a tothom	66,5 %	33,5 %	Per a una minoria	100,0 %

Elaborant una breu descripció de l'experiència museística a partir dels percentatges majoritaris (que passen del 50% de les respostes dels enquestats), s'obté el següent:

En positiu: *"Un museu és un espai relaxant per als seus visitants; el fet de visitar-ne un és considerat una activitat moderna, educativa, de la qual en resulta una experiència divertida i assolible per a tothom".*

En negatiu: *"La visita a un museu no representa una activitat estimulante, tot i que no està passada de moda. Tampoc és una activitat que pugui ser considerada com a entretinguda sense més, encara que no és gens avorrida i no té perquè ser apreciada només per una minoria".*

Fixant l'atenció en cadascuna de les parelles de paraules, podem establir quins són els resultats sobre els quals hi ha més o menys acord entre les opinions dels enquestats.

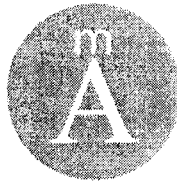


Així, el percentatge que, amb més marge, s'inclina per un pol és aquell que associa la visita a un museu amb quelcom divertit, en el 84,2% dels casos, mentre només el 15,8% restant identifica el consum museístic amb una activitat avorrida. També els enquestats vinculen majoritàriament el fet de visitar un museu a una opció moderna (en un 83,8%) enfront dels que el qualifiquen com a un hàbit cultural passat de moda. Finalment, mentre el 80,4% associen la visita a museus a un fet educatiu, el percentatge restant la caracteritzen com a una activitat entretinguda.

D'altra banda, la distribució és una mica menys concloent en les dues darreres parelles d'adjectius. En primer lloc, davant el 66,5% d'enquestats que afirmen que els museus són espais per a tothom, hi ha un elevat nombre de persones (383 individus dels 1143 que respongueren aquesta pregunta) que qüestionen aquesta "democratització" de la cultura museística, associant la visita a exposicions a una activitat realitzada per una minoria. I, per últim, un 39,9% dels enquestats va considerar que la visita a museus és una activitat estimulante, en contra d'una majoria (amb només 20 punts per sobre) que la van considerar més aviat relaxant.

Per tant, de tot l'anterior, n'extreuríem que, **majoritàriament, es concep un museu com un espai modern on divertir-se i aprendre** i, de manera més discutible, que és un lloc per a tothom i de caràcter relaxant.

La Taula 24 presenta, de manera resumida, quin és el grau d'acord o desacord dels enquestats amb un conjunt de frases que fan referència a diferents imatges dels museus.



**Taula 24**  
**Ara li llegiré unes frases referides als museus.**  
**Digui'm, si us plau, quin és el seu grau d'acord**  
**o desacord amb elles.**  
**Puntuacions**

	Mitjana	Desviació estàndar	N
<i>Tots els museus són semblants, quan n'has vist un, els has vist tots</i>	1,20	0,68	1173
<i>Un museu no canvia mai, un cop l'has vist, no cal tornar-hi</i>	1,64	1,05	1170
<i>Els museus són més profitosos per a persones amb un alt nivell de formació</i>	2,19	1,30	1189
<i>Als museus només es pot mirar</i>	2,76	1,27	1187
<i>Visitar museus és una activitat que es fa durant els viatges de vacances</i>	2,80	1,27	1181
<i>Quan visitava museus amb l'escola em divertia molt</i>	3,20	1,19	768

En desacord = 1  
Força en desacord = 2  
Força d'acord = 3  
D'acord = 4  
L'esperança matemàtica és 2.5.

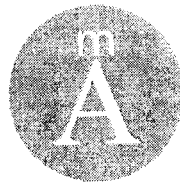
Com podem veure a partir de les puntuacions mitjanes, hi ha certa variabilitat en el grau d'acord o desacord pel que fa al conjunt de frases que fixava el qüestionari.

La sentència amb la qual hi ha hagut un desacord més unànime, per dir-ho així, ha estat la que diu que *"tots els museus són semblants, quan n'has vist un, els has vist tots"*. Aquesta frase obté la mitjana més baixa (1,20) i, també, la desviació estàndard més petita, el que indica força homogeneïtat del grup d'enquestats a l'hora de declarar-se disconformes amb dita frase.

Un altre resultat que mostra una tendència similar a l'anterior, encara que no amb tanta rotunditat, és aquell que s'ha obtingut amb la frase *"un museu no canvia mai, un cop l'has vist, no cal tornar-hi"*. Així, la puntuació mitjana, d'1,64 punts, indica el desacord majoritari dels enquestats front l'opinió que els museus no canvien mai. Tot i així, el nivell d'heterogeneïtat s'ha incrementat respecte l'anterior puntuació, amb una desviació estàndard d'1,05.

En l'extrem oposat, trobem com la puntuació mitjana més elevada (de 3,20 punts) mostra la conformitat majoritària amb la frase *"quan visitava museus*





*amb l'escola em divertia molt*". La peculiaritat d'aquest resultat resideix, però, en el baix nombre de persones que van respondre aquesta frase (només 768, el que representa un 64% dels enquestats). Això pot explicar-se pel fet que no tothom, i sobretot la gent gran, va poder visitar museus amb l'escola com una activitat acadèmica més.

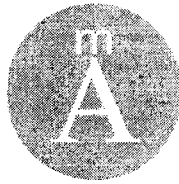
D'altra banda, trobem, amb puntuacions intermèdies, 3 frases més que, seguint un ordre decreixent en desacord són les següents: *"els museus són més profitosos per a persones amb un alt nivell de formació"*, amb una mitjana de 2,19 punts; *"als museus només es pot mirar"*, amb 2,76 punts de mitjana i *"visitar museus és una activitat que es fa durant els viatges de vacances"*, amb 2,80 punts.

Totes tres frases es troben properes a l'esperança matemàtica, cosa que comporta que tant trobem enquestats que hi estan molt a favor, com altres que es declaren en total desacord. Això també és confirma gràcies les desviacions estàndar, que per a les tres sentències és major a 1,25. De tota manera, la tendència mostra que un nombre més elevat de persones afirmen que la visita a un museu és pròpia d'unes vacances, mentre menys individus pensen que el museu és un espai més adient per aquells que gaudeixen d'un alt nivell formatiu.

Les taules següents, de la 25 a la 30, presenten les puntuacions mitjanes a cada sentència segons les categories que es deriven de la pregunta relativa a l'última vegada que va visitar un museu o exposició.

<b>Taula 25</b>			
<b><i>Tots els museus són semblants, quan n'has vist un, els has vist tots</i></b>			
	<b>Mitjana</b>	<b>Desviació estàndar</b>	<b>N</b>
<b>Total</b>	<b>1,18</b>	<b>0,64</b>	<b>1130</b>
<b>Últim any</b>	<b>1,11</b>	<b>0,50</b>	<b>644</b>
<b>1 – 3 anys</b>	<b>1,14</b>	<b>0,57</b>	<b>193</b>
<b>3 anys i més</b>	<b>1,37</b>	<b>0,87</b>	<b>247</b>
<b>Mai</b>	<b>1,35</b>	<b>0,90</b>	<b>46</b>

La Taula 25 mostra com, davant la frase *"tots els museus són semblants, quan n'has vist un, els has vist tots"* no tots els enquestats respongueren de la mateixa manera. Així, aquell que realitzà una visita a un museu o exposició en



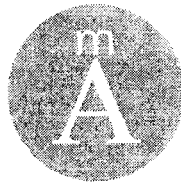
el darrer any es va mostrar més rigurosament en desacord que aquell que no hi ha anat mai o fa més de 3 anys que va apropar-se a un.

<b>Taula 26</b> <b><i>Un museu no canvia mai, un cop l'has vist, no cal tornar-hi</i></b>			
	<b>Mitjana</b>	<b>Desviació estàndar</b>	<b>N</b>
<b>Total</b>	<b>1,61</b>	<b>1,03</b>	<b>1126</b>
<b>Últim any</b>	<b>1,51</b>	<b>0,95</b>	<b>643</b>
<b>1 – 3 anys</b>	<b>1,66</b>	<b>1,06</b>	<b>189</b>
<b>3 anys i més</b>	<b>1,78</b>	<b>1,12</b>	<b>249</b>
<b>Mai</b>	<b>2,02</b>	<b>1,27</b>	<b>45</b>

La Taula 26 mostra encara unes diferències més notables que l'anterior. Així, mentre l'enqu Coastat que declarava haver estat en un museu l'últim any es mostrava "en desacord" davant l'opinió que un museu és invariable, per l'enqu Coastat que mai ha visitat un museu la resposta es matitza fins a un "força en desacord". Cal, però, fixar-se també com disminueix el nombre de persones que contesten i mai han consumit oferta museística i com, alhora, augmenta l'heterogeneïtat entre aquests amb una desviació estàndar d'1,27.

<b>Taula 27</b> <b><i>Els museus són més profitosos per a persones amb un alt nivell de formació</i></b>			
	<b>Mitjana</b>	<b>Desviació estàndar</b>	<b>N</b>
<b>Total</b>	<b>2,18</b>	<b>1,30</b>	<b>1143</b>
<b>Últim any</b>	<b>2,07</b>	<b>1,27</b>	<b>646</b>
<b>1 – 3 anys</b>	<b>2,07</b>	<b>1,28</b>	<b>191</b>
<b>3 anys i més</b>	<b>2,38</b>	<b>1,31</b>	<b>252</b>
<b>Mai</b>	<b>2,93</b>	<b>1,32</b>	<b>54</b>

A la Taula 27 podem veure les mateixes pautes comentades per a l'anterior frase. En aquest sentit, les mitjanes poden llegir-se en aquest cas de la següent forma: aquell que va consumir oferta museística el darrer any es mostrava força disconforme davant el criteri de què els museus són més profitosos per a persones amb més estudis; mentre, l'enqu Coastat que mai ha estat a un museu té



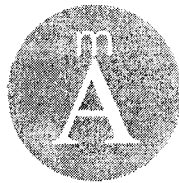
una tendència a declarar-se força d'acord amb la mateixa sentència. Per a aquells que no visiten museus, aquests són centres més adreçats a les persones amb un determinat nivell de formació.

<b>Taula 28</b> <b><i>Als museus només es pot mirar</i></b>			
	<b>Mitjana</b>	<b>Desviació estàndar</b>	<b>N</b>
<b>Total</b>	<b>2,73</b>	<b>1,27</b>	<b>1141</b>
<b>Últim any</b>	<b>2,46</b>	<b>1,30</b>	<b>645</b>
<b>1 – 3 anys</b>	<b>2,80</b>	<b>1,22</b>	<b>192</b>
<b>3 anys i més</b>	<b>3,18</b>	<b>1,11</b>	<b>252</b>
<b>Mai</b>	<b>3,54</b>	<b>0,80</b>	<b>52</b>

La Taula 28 mostra els resultats d'opinió respecte la frase que diu que als museus només es pot mirar. Aquests resultats són força més clars pel que fa a marcar una tendència: quant més temps ha passat des de l'última visita a un museu (o aquesta no s'ha produït mai) més d'acord s'està amb la manca d'interacció entre els visitants i l'espai museístic. En aquest cas, a més, la màxima homogeneïtat en les respostes la trobem entre aquells que es mostren favorables al sentit de la frase.

<b>Taula 29</b> <b><i>Visitar museus és una activitat que es fa durant els viatges de vacances</i></b>			
	<b>Mitjana</b>	<b>Desviació estàndar</b>	<b>N</b>
<b>Total</b>	<b>2,80</b>	<b>1,27</b>	<b>1138</b>
<b>Últim any</b>	<b>2,71</b>	<b>1,28</b>	<b>645</b>
<b>1 – 3 anys</b>	<b>2,90</b>	<b>1,23</b>	<b>191</b>
<b>3 anys i més</b>	<b>2,94</b>	<b>1,24</b>	<b>251</b>
<b>Mai</b>	<b>2,80</b>	<b>1,37</b>	<b>51</b>

Les puntuacions mitjanes de la Taula 29, referents al fet de considerar les visites als museus com a activitats lúdiques pròpies dels períodes de vacances, mostren una menor diferència entre els distints enquestats, ja siguin aquests consumidors habituals d'oferta museística, ja formin part del no-públic. Per tant



hi ha un cert consens en relacionar aquests dos fets: la visita al museu i l'activitat d'un viatge de vacances.

<b>Taula 30</b> <b>Quan visitava museus amb l'escola em divertia molt</b>			
	Mitjana	Desviació estàndar	N
Total	3,20	1,19	744
Últim any	3,17	1,19	452
1 - 3 anys	3,19	1,18	136
3 anys i més	3,30	1,18	143
Mai	3,31	1,32	13

Finalment, la Taula 30, mostra també una major homogeneïtat en les puntuacions, que assenyalen un alt nivell d'acord a l'hora d'afirmar que les visites a museus amb l'escola eren una activitat que els enquestats recorden com a divertida.

Per completar la imatge que els catalans-nes tenen al voltant dels museus i exposicions, es va demanar als entrevistats que puntuessin de 0 a 10 tres frases diferents que poden definir el caràcter de l'espai museístic i la seva funció. La Taula 31 resumeix les mitjanes per a cadascuna d'elles.

<b>Taula 31</b> <b>Puntuï de 0 a 10 les següents frases</b> <b>Segons el que pensi sobre els museus</b>			
Un museu és un lloc...	Mitjana	Desviació estàndar	N
... per relacionar-se amb altres persones	5,18	2,83	1193
... per divertir-se i passar una bona estona	6,65	2,25	1199
... per aprendre coses noves	8,40	1,63	1194

A partir de les puntuacions mitjanes queda palès que els enquestats entenen, majoritàriament, els museus com un lloc *per aprendre coses noves*, subratllant



el caràcter educatiu d'aquests. És, d'aquesta forma, que aquesta ha sigut la frase millor puntuada amb un 8,40 de mitjana. A més, tal i com indica la desviació estàndar, el fet de concebre un museu com l'espai propi per obtenir nous coneixements és l'opinió en què es troben menys divergències entre els enquestats.

Les puntuacions de les altres dues frases queden a força distància. La frase menys compartida pels enquestats, amb una mitjana de 5,18 punts, és la que concep el museu com un espai *per relacionar-se amb altres persones*. En canvi, concebre un museu com un lloc on *divertir-se o passar una bona estona* és puntuat amb un 6,65 de mitjana. Ambdues sentències, però, mostren força heterogeneïtat en les respostes, o el que és el mateix, no tothom comparteix aquestes opinions, pensant que no es visiten museus per relacionar-se amb altres persones ni per tal de passar l'estona, sinó per altres motius que s'apropen més a l'adquisició de nous coneixements, tal i com indica el resultat per a la primera frase.

Si fixem l'atenció en cadascuna de les frases anteriors segons la seva puntuació per l'última vegada que l'enquestat declara haver visitat un museu, s'observen les mitjanes mostrades a les següents taules.

<b>Taula 32</b>			
<b><i>Un museu és un lloc per aprendre coses noves</i></b>			
	<b>Mitjana</b>	<b>Desviació estàndar</b>	<b>N</b>
<b>Total</b>	<b>8,43</b>	<b>1,60</b>	<b>1149</b>
Últim any	8,45	1,49	650
1 - 3 anys	8,39	1,58	192
3 anys i més	8,46	1,68	254
Mai	8,15	2,41	53

A partir de les dades de la Taula 32, podem observar com les puntuacions a la frase "*un museu és un lloc per aprendre coses noves*" no canvien substancialment segons el temps que fagi de la darrera visita a un museu, excepte per a aquells que mai han visitat un museu, els quals consideren en menor mesura la capacitat educativa de les institucions patrimonials.

En canvi, s'observen majors variacions en la desviacions estàndars associades a cada mitjana: hi ha força més homogeneïtat a l'hora de puntuar l'afirmació entre aquells que declaren haver realitzat una visita en l'últim any que entre els que mai han estat en un museu.

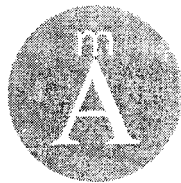


<b>Taula 33</b> <b><i>Un museu és un lloc per divertir-se i passar una bona estona</i></b>			
	<b>Mitjana</b>	<b>Desviació estàndar</b>	<b>N</b>
<b>Total</b>	<b>6,67</b>	<b>2,25</b>	<b>1153</b>
Últim any	6,76	2,05	649
1 – 3 anys	6,62	2,21	193
3 anys i més	6,51	2,59	256
Mai	6,38	2,89	55

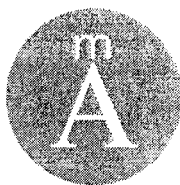
La Taula 33 mostra una lleu tendència a incrementar la puntuació per a l'opinió de què "un museu és un lloc per divertir-se i passar una bona estona" a mida que els enquestats declaren haver consumit oferta museística més recentment. Així, aquelles persones que conformarien el no-públic estarien més en desacord amb el fet d'esperar diversió d'una visita a un museu. Tot i així, tal i com vèiem a la taula anterior, aquest és el col·lectiu en què trobem un nivell més elevat de dispersió en les seves respostes, mentre hi ha més homogeneïtat en les puntuacions d'aquells que realitzaren la seva última visita en el darrer any.

<b>Taula 34</b> <b><i>Un museu és un lloc per relacionar-se amb altres persones</i></b>			
	<b>Mitjana</b>	<b>Desviació estàndar</b>	<b>N</b>
<b>Total</b>	<b>5,13</b>	<b>2,82</b>	<b>1148</b>
Últim any	4,64	2,59	649
1 – 3 anys	5,42	2,80	193
3 anys i més	5,88	3,04	253
Mai	6,45	3,18	53

Finalment, davant l'opinió que "un museu és un lloc per relacionar-se amb altres persones", trobem unes diferències més marcades segons el temps que fa de la darrera visita. D'aquesta manera, els que menys s'identifiquen amb la frase són aquells que més recentment han estat en una exposició, mostrant



una puntuació per sota de l'aprovat (4,64 de mitjana). Aquesta puntuació mitjana es veu incrementada quant més temps ha transcorregut des de la darrera visita, arribant a la mitjana més elevada aquells que declaren no haver consumit mai oferta museística. Per tant, les persones menys avesades a visitar museus són els que consideren en major mesura que un museu pot ser un bon espai per relacionar-se amb altres persones.



## 5. Factors incentivadors d'un major consum museístic

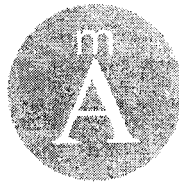
---

Al llarg del capítol anterior s'ha pogut esbossar, amb més o menys precisió, les diferents imatges que els enquestats tenen al voltant de què és o quina funció té un museu. Així, s'ha vist com se'l defineix com un espai modern, divertit però educatiu, per a tothom i no només per a una minoria amb més poder adquisitiu o formatiu; també s'ha pogut observar com els museus no són vistos com quelcom invariable, que es percep diversitat en les exposicions, que els enquestats en guarden un bon record de les visites realitzades amb l'escola, tot i que declaren estar més d'acord amb la idea que les visites són activitats pròpies de les vacances. Finalment, també s'ha mostrat com, els catalans—nes, pensen que el museu és més un bon lloc per adquirir nous coneixements que no pas per relacionar-se amb altres individus.

En el present capítol s'analitzen els factors que poden incrementar les visites a museus i exposicions, tant per part d'aquells que tenen el costum de visitar com dels que no ho fa freqüentment o declaren no haver-ho fet mai. Factors com la proximitat, els horaris, el preu de les entrades, més interacció amb l'espai museístic, etc., poden incentivar a la població a augmentar la seva demanda de museus? Aquests són els temes tractats en aquest capítol.

En primer lloc, s'analitza quines van ser les avaluacions que els enquestats van fer davant un llistat d'aspectes que poden influir més o menys en el seu consum museístic. Aquests aspectes, que podríem anomenar factors incentivadors del consum, engloben des de canvis en els continguts dels museus (continguts més comprensibles, activitats interactives per a adults i també per a infants, etc.) fins a qüestions com la major proximitat als museus, l'oferiment d'entrades gratuïtes o l'ampliació d'horaris. S'han avaluat com els diferents factors poden influir augmentant el seu nombre de visites a museus a partir d'una escala de l'1 —no repercutirien gens sobre el consum museístic— al 4 —influirien molt—. La Taula 35 resumeix els valors mitjans per a cadascun dels aspectes suggerits.





**Taula 35**  
**A continuació, li mencionaré alguns aspectes que poden influir en una major visita a museus. A vostè particularment, com creu que li poden influir?**

	Mitjana	Desviació estàndar	N
Entrada gratuïta	3,07	1,11	1193
Més activitats en general	2,62	1,03	1190
Més publicitat de les activitats	2,60	1,07	1193
Més activitats per a nens	2,59	1,17	1196
Continguts més comprensibles	2,57	1,04	1171
Museus més a prop de casa	2,52	1,09	1197
Més possibilitats de fer i tocar coses	2,40	1,19	1189
Ampliació dels horaris d'obertura	2,23	1,10	1196

Gens = 1

Poc = 2

Força = 3

Molt = 4

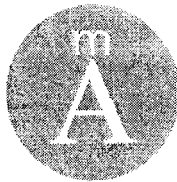
L'esperança matemàtica és 2.5.

El factor que és subratllat pels enquestats com més clarament incentivador d'un major consum de museus és el que es refereix al preu d'entrada, amb una puntuació mitjana de 3,07. Per tant, pot deduir-se que **un preu elevat de les entrades suposa un obstacle d'accés per a determinats segments de la població**, que, en el cas de gaudir d'entrada lliure, visitaria més freqüentment exposicions i museus.

Com aspectes que influïrien positivament un major consum museístic, segueixen a l'opció d'entrada gratuïta, d'una banda, el fet d'una oferta més àmplia d'activitats per al públic en general i per a nens i, d'altra banda, una major publicitat d'aquestes activitats. Així, dues qüestions força diferents es puntuen de manera similar: una cosa és oferir més "productes", que podrien incloure des de visites guiades, conferències, visionats de documentals, fins a gaudir de servei de llar d'infants amb activitats educatives relacionades amb el contingut del museu; i una altra cosa seria fer conegudes públicament activitats que ja es vénen oferint als espais museístics, mitjançant la publicitat.

Altres factors també avaluats com a incentivadors són el fet d'oferir des dels museus continguts més comprensibles (s'entèn per a un públic no expert) i la possibilitat de tenir museus pròxims al domicili.

Menys determinant per a la freqüència de visites a museus és la introducció d'elements interactius i manipulables.



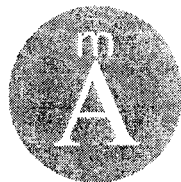
Finalment, trobem com a factor poc incentivador d'un major consum museístic l'ampliació dels horaris d'obertura dels museus al públic. Així, aquest va ser l'aspecte menys valorat pels enquestats, puntuant-lo amb un 2,23 de mitjana.

Després d'haver vist una pauta general a partir d'aquestes puntuacions mitjanes per a cadascun dels aspectes contemplats al qüestionari, podem observar que hi ha diferents tendències segons l'enquestat hagi realitzat una visita a un museu recentment o no hagi estat mai en un. El següent conjunt de taules (de la 36 a la 44) resumeixen el creuament d'ambdues variables.

<b>Taula 36</b> <b>Entrada gratuïta</b>			
	<b>Mitjana</b>	<b>Desviació estàndar</b>	<b>N</b>
<b>Total</b>	<b>3,07</b>	<b>1,10</b>	<b>1147</b>
<b>Últim any</b>	<b>3,17</b>	<b>1,04</b>	<b>647</b>
<b>1 – 3 anys</b>	<b>3,02</b>	<b>1,04</b>	<b>191</b>
<b>3 anys i més</b>	<b>2,97</b>	<b>1,21</b>	<b>256</b>
<b>Mai</b>	<b>2,57</b>	<b>1,32</b>	<b>53</b>

Tal com s'ha vist anteriorment, la gratuïtat dels museus és el factor considerat pels enquestats com a més incentivador de cara a visitar un major nombre de museus. Tot i així, aquest aspecte no influeix en tots els segments de població amb la mateixa mesura. D'aquesta forma, tal i com s'aprecia a la Taula 36, la tendència indica una major influència per a aquells enquestats que acudiren per última vegada a un museu més recentment. En canvi, per a les persones que declaren no haver estat mai a un museu és un factor menys incentivador.

<b>Taula 37</b> <b>Més activitats en general</b>			
	<b>Mitjana</b>	<b>Desviació estàndar</b>	<b>N</b>
<b>Total</b>	<b>2,64</b>	<b>1,02</b>	<b>1144</b>
<b>Últim any</b>	<b>2,77</b>	<b>0,99</b>	<b>645</b>
<b>1 – 3 anys</b>	<b>2,56</b>	<b>0,97</b>	<b>191</b>
<b>3 anys i més</b>	<b>2,49</b>	<b>1,07</b>	<b>255</b>
<b>Mai</b>	<b>2,02</b>	<b>1,12</b>	<b>53</b>

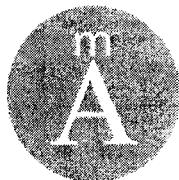


La Taula 37 mostra una pauta similar a l'anterior factor: els enquestats que visitaren museus més recentment consideren en major mesura l'increment de l'oferta d'activitats com un element estimulador de les visites a museus que els que visiten esporàdicament o no visiten mai. És a dir, els consumidors d'exposicions i museus perceben com a incentiu que s'incrementi la gamma d'activitats que es poden dur a terme en el recinte d'un museu, mentre que, per aquell que mai ha estat en una exposició, la major oferta d'activitats resulta poc atractiva, de cara a visitar els museus amb més freqüència.

<b>Taula 38</b> <b>Més publicitat de les activitats</b>			
	<b>Mitjana</b>	<b>Desviació estàndar</b>	<b>N</b>
<b>Total</b>	<b>2,61</b>	<b>1,06</b>	<b>1147</b>
<b>Últim any</b>	<b>2,75</b>	<b>1,04</b>	<b>647</b>
<b>1 – 3 anys</b>	<b>2,55</b>	<b>0,99</b>	<b>192</b>
<b>3 anys i més</b>	<b>2,45</b>	<b>1,08</b>	<b>255</b>
<b>Mai</b>	<b>1,92</b>	<b>1,12</b>	<b>53</b>

Com a mitjana global, augmentar la publicitat de les activitats que realitzen els museus és considerat com un aspecte força influent a l'hora de consumir habitualment oferta museística. No obstant, davant la desagregació de respostes segons l'última vegada que l'enquestat acudí a un museu, es troben diferències més marcades que pels anteriors aspectes. Així, mentre per a la persona que visità un museu per última vegada el darrer any la publicitat és un factor força incentivador, per a aquells que conformen el no-públic, l'esforç publicitari no tindria, segons la seva opinió, la mateixa repercussió.

<b>Taula 39</b> <b>Més activitats per a nens</b>			
	<b>Mitjana</b>	<b>Desviació estàndar</b>	<b>N</b>
<b>Total</b>	<b>2,60</b>	<b>1,17</b>	<b>1150</b>
<b>Últim any</b>	<b>2,56</b>	<b>1,19</b>	<b>648</b>
<b>1 – 3 anys</b>	<b>2,60</b>	<b>1,11</b>	<b>193</b>
<b>3 anys i més</b>	<b>2,74</b>	<b>1,12</b>	<b>256</b>
<b>Mai</b>	<b>2,38</b>	<b>1,30</b>	<b>53</b>



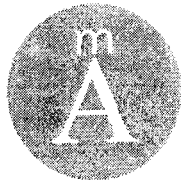
En canvi, davant el cas de plantejar un increment de les activitats adreçades a la infantesa des dels museus –cas que il·lustra la Taula 39–, els diferents segments de població, ja siguin persones que recentment han estat a exposicions, ja siguin persones que mai hi han estat, presenten uns resultats d'influència similars. Així, es mostren matitzadament més incentivats per aquest factor els enquestats que declararen haver visitat un museu per darrera vegada fa uns 3 anys o més, seguidament dels que en visitaren un fa entre 1 i 3 anys.

<b>Taula 40</b> <b>Continguts més comprensibles</b>			
	<b>Mitjana</b>	<b>Desviació estàndar</b>	<b>N</b>
<b>Total</b>	<b>2,57</b>	<b>1,04</b>	<b>1126</b>
<b>Últim any</b>	<b>2,57</b>	<b>1,04</b>	<b>640</b>
<b>1 – 3 anys</b>	<b>2,68</b>	<b>0,94</b>	<b>188</b>
<b>3 anys i més</b>	<b>2,57</b>	<b>1,09</b>	<b>245</b>
<b>Mai</b>	<b>2,23</b>	<b>1,15</b>	<b>53</b>

La demanda de continguts més comprensibles també es presenta com un aspecte mitjanament incentivador per a tots els grups. Així, tal i com exposa la Taula 40, hi ha poca variabilitat en les puntuacions donades pels col·lectius formats segons el temps que fa de l'última visita a un museu. Aquells que declaren no haver visitat mai cap museu són els creuen en menor mesura que una major comprensibilitat dels continguts pot afavorir la visita a museus.

<b>Taula 41</b> <b>Museus més a prop de casa</b>			
	<b>Mitjana</b>	<b>Desviació estàndar</b>	<b>N</b>
<b>Total</b>	<b>2,53</b>	<b>1,09</b>	<b>1151</b>
<b>Últim any</b>	<b>2,55</b>	<b>1,07</b>	<b>649</b>
<b>1 – 3 anys</b>	<b>2,46</b>	<b>1,08</b>	<b>193</b>
<b>3 anys i més</b>	<b>2,57</b>	<b>1,11</b>	<b>256</b>
<b>Mai</b>	<b>2,42</b>	<b>1,17</b>	<b>53</b>

La Taula 41 mostra una escassa relació entre la proximitat del museu al lloc de residència i la freqüència de visites a museus i exposicions.

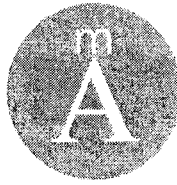


En canvi, el lloc de residència de la població apareix com una variable que afecta la resposta a la puntuació anterior.

<b>Taula 42</b>			
<b><i>Museus més a prop de casa segons lloc de residència</i></b>			
	<b>Mitjana</b>	<b>Desviació estàndar</b>	<b>N</b>
<b>Total Catalunya</b>	<b>2,52</b>	<b>1,09</b>	<b>1197</b>
<b>Barcelona</b>	<b>2,24</b>	<b>1,06</b>	<b>296</b>
<b>Resta Regió I</b>	<b>2,51</b>	<b>1,07</b>	<b>503</b>
<b>Resta Catalunya</b>	<b>2,75</b>	<b>1,09</b>	<b>398</b>

Com pot apreciar-se a la Taula 42, el lloc de residència afecta el mode com la població avalua la influència de la proximitat als museus. Així, per als barcelonins, l'aspecte de tenir museus més a prop de casa és poc incentivador de cara a visitar amb més freqüència exposicions. En canvi, per a la població resident a les comarques no incloses a la Regió I, el factor de la proximitat es converteix com a força influent a l'hora d'acudir amb més o menys freqüència a museus o exposicions.

D'altra banda, i seguint el llistat d'aspectes tinguts en compte, l'opció de tenir més possibilitats de fer i tocar coses als museus es percep, globalment, com a mitjanament influent. Però, tal i com s'ha observat amb els altres factors, és un aspecte que incentiva més a visitar museus a aquells que ja hi acudeixen amb més o menys regularitat. D'aquesta forma, per a aquelles persones que conformen el col·lectiu del no-públic es tracta d'un aspecte més aviat poc –per no dir gens– incentivador, puntuant-lo amb un 1,88 de mitjana. La tendència a considerar-lo un factor poc influent augmenta amb el temps que també augmenta el passat des de la darrera visita. Aquest resultat es pot observar a la Taula 43.



**Taula 43**  
**Més possibilitats de fer i tocar coses**

	Mitjana	Desviació estàndar	N
Total	2,43	1,19	1144
Últim any	2,52	1,19	646
1 - 3 anys	2,42	1,19	191
3 anys i més	2,29	1,18	255
Mai	1,88	1,17	52

Com a darrer aspecte, la proposta d'ampliació dels horaris d'obertura segueix essent més valorat com a factor incentivador de visites per a aquells que més recentment han estat en un museu. En canvi, per al col·lectiu que mai ha estat en una exposició, resulta un aspecte poc o gens influent en el moment de decidir-se a practicar aquesta activitat cultural. Un altre cop, doncs, les puntuacions mitjanes palesen la pauta decreixent en la percepció de l'ampliació d'horaris com a factor incentivador a mida que més temps fa de la darrera visita realitzada a un museu. Les dades es mostren a la Taula 44.

**Taula 44**  
**Ampliació horaris d'obertura**

	Mitjana	Desviació estàndar	N
Total	2,23	1,10	1150
Últim any	2,34	1,09	650
1 - 3 anys	2,09	1,08	193
3 anys i més	2,17	1,12	254
Mai	1,81	1,13	53

Vistes les puntuacions dels diferents col·lectius per a cadascun dels factors proposats a com possibles incentivadors de més consum museístic, es preguntà l'abast que tindria per als enquestats el fet què es produïssin aquestes millores, en el sentit de visitar museus més sovint. Les respostes es resumeixen en la taula següent.



**Taula 45**  
**Si aquestes millores es portessin a terme,**  
**quin grau de probabilitat real hi hauria**  
**perquè vostè visiti museus més sovint?**

	Nombre	%	% vàlid	% acumulat
Molt	188	15,7	16,0	16,0
Força	530	44,2	45,1	61,2
Poc	289	24,1	24,6	85,8
Gens	167	13,9	14,2	100,0
NS-NC	26	2,2	-	
Total	1200	100,0	100,0	

Més de la meitat dels consultats (un 61,2%) afirmen que, en el cas que es portessin a terme aquestes millores, probablement visitarien museus més sovint. No obstant, d'aquest elevat percentatge només un 16% declararen que *molt probablement* incrementarien el nombre de visites a museus o exposicions.

En l'altre extrem, un 14,2% de les persones entrevistades afirmà que, tot i produir-se aquestes millores, no seria gens probable que visitessin més freqüentment museus.

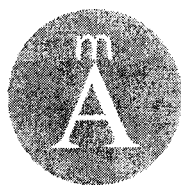
Davant aquests resultats, és força il·lustratiu observar la relació entre les possibilitats de canviar els hàbits si aquestes millores es portessin a terme i la freqüència de visites realitzades. Aquests resultats es presenten a la Taula 46.

**Taula 46**  
**Probable segons Última vegada visita**

	Últim any	1 - 3 anys	3 anys i +	Mai	Total
Molt	22,1%	13,9%	6,7%	0,0%	16,3%
Força	51,2%	46,0%	34,9%	32,7%	45,8%
Poc	20,1%	31,0%	29,4%	26,9%	24,3%
Gens	6,6%	9,1%	29,0%	40,4%	13,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

S'observa una relació significativa entre la probabilitat a augmentar el nombre de visites i el temps que fa de la darrera visita. D'aquesta manera, les persones amb uns patrons de visites a museus i exposicions més consolidats declaren

**La demanda de museus a Catalunya**  
**Anàlisi de resultats**



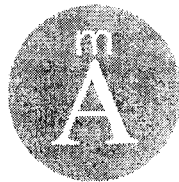
en una major proporció que la resta de grups que, de portar-se a terme la sèrie de millores mencionades, visitarien museus més sovint. I, contràriament, d'entre aquells individus que conformen el no-públic és majoritari el percentatge que valoren com a gens probable el fet de visitar museus habitualment si les millores proposades es portessin a terme.

Per tant, pot concloure's que, en la majoria dels casos, aquests factors que hem anomenat "incentivadors" ho seràn per a aquells que ja mostren un cert interès pels museus. Així, doncs, es tracta d'unes mesures que incrementarien la freqüència del consum museístic dels ja consumidors. Per contra, la dimensió del mercat o el nombre global de consumidors no augmentaria de la mateixa forma, ja que les millores proposades no semblen atraure tant el segment que conforma el no-públic. En aquest sentit, aquests factors són "reforçadors" del comportament d'aquells als que ja els agrada aquest tipus d'activitat cultural.

### **Preferències**

Per un altre cantó, l'enquesta també ha preguntat per les preferències de la població davant la possibilitat de gaudir d'una invitació a un museu (o, fent referència al factor percebut com a més incentivador, una entrada gratuïta). Així, la Taula 47 il·lustra les preferències indicades pels enquestats segons tipus de museus o per a una exposició o museu específic.





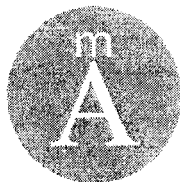
**Taula 47**  
***Si ara el convidessin a un museu,***  
***quin tipus de museu li agradaria més visitar?***

	Nombre	%	% vàlid
Museu d'art	374	31,2	36,5
Museu de ciència i tècnica	162	13,5	15,8
Museu d'història	139	11,6	13,6
Museu d'arqueologia	89	7,4	8,7
Exposició, galeria d'art	50	4,2	4,9
Museu d'etnologia, tradic.	19	1,6	1,9
Museu del Prado	47	3,9	4,6
Museu Picasso	33	2,8	3,2
Guggenheim Bilbao	28	2,3	2,7
Museu de la Ciència	26	2,2	2,5
Museu Dalí	23	1,9	2,2
Museu de Cera	23	1,9	2,2
Fundació Miró	4	0,3	0,4
Mnactec Terrassa	3	0,3	0,3
Museu d'Història Catalunya	2	0,2	0,2
Museu del Barça	2	0,2	0,2
MNAC	1	0,1	0,1
NS-NC	175	14,6	-
Total	1200	100	100

Sense cap mena de dubte el tipus de museu que la majoria de la població (un 36,5% de la mostra) assenyalen que els agradaria visitar com a convidats és el d'art. Cal, a més, afegir que altres opcions específiques (com els museus del Prado, el Picasso, el Guggenheim de Bilbao o el Dalí a Figueres) també formen part dels museus d'art. És, en aquest sentit, que el percentatge de persones que escullen per a visitar museus d'art (de pintura, escultura, etc.) com a convidats s'eleva aproximadament al 50%. Cal subratllar, també, que d'entre els museus especificats són rellevants el Prado (triat en un 4,6% dels casos), el museu Picasso (en un 3,2%) i el Guggenheim de Bilbao (amb el 2,7% de les respostes).

Segueix a l'opció dels museus d'art la preferència pels museus de ciència i tècnica, que recull el 15,8% de la població. En aquest bloc temàtic també hi són presents els museus de la Ciència de Barcelona (elegit pel 2,5% de la mostra) i el Mnactec de Terrassa (amb un 0,3%).

Són també rellevants les proporcions de persones que escullen museus d'història (un 13,6%) o d'arqueologia (un 8,7%).



Finalment, un nombre més reduït de persones assenyalen que els agradaria ser convidats a galeries d'art o a museus etnològics o tradicionals.

Tot i aquests resultats generals, també és d'interès observar les diferents pautes segons les distintes variables sociodemogràfiques que ja s'han tractat al primer capítol.

La Taula 48 mostra el tipus de museu escollit en el cas de ser convidats segons el gènere.

<b>Taula 48</b>			
<b><i>Si ara el convidessin a un museu, quin tipus de museu li agradaria més visitar? segons gènere</i></b>			
	<b>Home</b>	<b>Dona</b>	<b>Total</b>
Art	39,6%	56,1%	49,8%
Ciència i tecnologia	25,4%	14,4%	18,6%
Història	18,3%	10,9%	13,8%
Arqueologia	9,6%	8,1%	8,7%
Exposició, galeria d'art	4,1%	5,4%	4,9%
Monogràfic	1,3%	3,2%	2,4%
Etnologia, tradicions	1,8%	1,9%	1,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Un seguit de dades rellevants es fan paleses a partir de la lectura de la taula. Així, pot observar-se com les dones opten, en una proporció significativament més elevada, per ser convidades a un museu d'art, mentre els percentatges d'homes que sobrepassen la mitjana es localitzen en les preferències per a museus d'història i, sobretot, per als de ciència i tecnologia.

Són, doncs, unes diferències gens casuals, les reflexades en aquesta distribució, ja que mostren de manera manifesta la segregació per raó de gènere visible, sobretot, a l'àmbit laboral. D'aquesta forma, els llocs de treball predominantment masculins tenen, amb més freqüència, vinculació amb la ciència i la tecnologia, mentre els treballs remunerats lligats a vessants artístiques solen qualificar-se com a "femenins".

El creuament entre les preferències i els grups d'edat es recull a la Taula 49.



**Taula 49**  
***Si ara el convidessin a un museu, quin tipus de museu li agradaria més visitar? Segons edat***

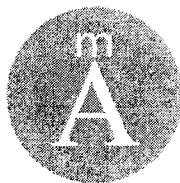
	16-29	30-44	45-64	65 i més	Total
Art	38,2%	49,7%	59,1%	51,8%	49,8%
Ciència i tecnologia	29,7%	21,3%	13,3%	7,7%	18,6%
Història	8,9%	11,9%	12,1%	25,1%	13,8%
Arqueologia	14,2%	10,9%	5,7%	2,1%	8,7%
Exposició, galeria d'art	4,5%	3,1%	4,2%	9,2%	4,9%
Monogràfic	2,4%	1,9%	3,0%	2,6%	2,4%
Etnologia, tradicions	2,0%	1,3%	2,7%	1,5%	1,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Altres cop són visibles certes pautes significatives de relació entre el tipus de museu al que agradaria ser convidat i una variable sociodemogràfica, en aquest cas, l'edat.

Els museus d'art són els més triats a totes les franges d'edat. Malgrat tot s'observen diferències significatives. Així les persones amb edats compreses entre els 45 i els 64 anys opten per un museu d'art en una proporció 20 punts superior a les persones amb edats entre els 16 i 29 anys.

Els joves, però, són els que més opten per visitar museus de ciència (en un 30%) i museus d'arqueologia (en un 14,2%). En canvi, els majors de 64 anys, trien per sobre de la mitjana visitar museus d'història o exposicions d'art.

La Taula 50, mostra el tipus de museu preferit pels enquestats segons el seu nivell d'estudis.



**Taula 50**  
***Sí ara el convidessin a un museu, quin tipus de museu li agradaria més visitar? segons nivell estudis***

	Sense estudis	Primaris	Secundaris	Diplomatura univ	Llicenciatura univ	Doctor	Total
Art	48,8%	45,1%	47,4%	61,5%	72,3%	62,5%	50,0%
Ciència i tecno.	13,4%	17,2%	22,5%	18,8%	15,7%	12,5%	18,5%
Història	20,7%	15,4%	13,2%	7,3%	4,8%	25,0%	13,6%
Arqueologia	2,4%	10,2%	9,9%	10,4%	2,4%	0,0%	8,8%
Exposició, galeria art	6,1%	6,8%	3,3%	1,0%	4,8%	0,0%	4,9%
Monogràfic	7,3%	3,4%	1,0%	1,0%	0,0%	0,0%	2,5%
Etnologia, tradic.	1,2%	1,8%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tal i com pot apreciar-se a la Taula 48, el creuament entre tipus de museus preferits i el nivell d'estudis dels catalans-nes dóna lloc a una distribució diferenciada. En aquest sentit, és prou rellevant l'elevat percentatge de llicenciats universitaris que declaren que prefereixen ser convidats a un museu d'art; aquesta proporció sobrepassa la mitjana global en un 22,3%.

En canvi, s'observa una relació inversa entre l'edat i l'interès pels museus d'història. En efecte, a menor nivell educatiu, major interès pels museus d'història.

D'altra banda, són significatius també els baixos percentatges tant de persones sense estudis com de llicenciats universitaris que els agradaria ser convidats a museus d'arqueologia. D'aquesta forma, aquest tipus de museu és triat amb més freqüència per individus amb graus educatius mitjans: primària, secundària o una diplomatura.

Finalment, cal remarcar que el percentatge de persones que indiquen preferència per monogràfics són, sobretot, els enquestats sense estudis. Així, el 7,3% dels individus que no tenen estudis són els que en major mesura indiquen el nom del museu que els agradaria visitar, en tots els casos, museus tan coneguts popularment com el museu de Cera o el del Barça.

Com a última variable sociodemogràfica, es presenta la distribució conjunta del tipus de museus que agradaria visitar com a convidats i el lloc de residència. Aquesta distribució es presenta a la Taula 51.



**Taula 51**  
***Si ara el convidessin a un museu, quin tipus de museu li agradaria més visitar? segons lloc de residència***

	<b>Barcelona</b>	<b>Regió I</b>	<b>Catalunya</b>	<b>Total</b>
Art	53,3%	48,4%	48,5%	49,8%
Ciència i tecnologia	14,2%	20,4%	20,1%	18,6%
Història	15,0%	13,4%	13,2%	13,8%
Arqueologia	5,1%	11,0%	8,7%	8,7%
Exposició, galeria d'art	7,3%	2,6%	5,7%	4,9%
Monogràfic	1,8%	3,4%	1,8%	2,4%
Etnologia, tradicions	3,3%	0,7%	2,1%	1,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

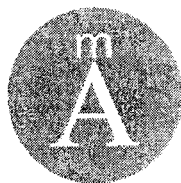
La relació entre ambdues variables és més feble que en els anteriors casos, en els quals el gènere, l'edat o el nivell d'estudis influeixen en el tipus de museu escollit pels enquestats si fossin convidats. Així, les dades no mostren gaires diferències significatives, tot i que permeten comentar certs resultats.

En primer lloc, cal destacar que els barcelonins trien –per sobre de la mitjana amb un 7,3%– visites a exposicions artístiques o galeries d'art, mentre els residents a la resta de la Regió I mostren un percentatge força més baix –un 2,6%–.

En canvi, els barcelonins són els que menys demanen visites a museus d'arqueologia, en un percentatge 3,6 punts inferior a la mitjana.

Altres dades interessants, tot i que no tenen caràcter estadísticament significatiu, són la major demanda de museus de ciència i tecnologia per part dels no-barcelonins o la quasi inexistent demanda de museus etnològics per part dels residents a la resta de la Regió I.

Finalment, es presenta la relació entre el museu que es desitjaria triar en cas de ser convidats i la freqüència de visites a museus i exposicions. La Taula 52 mostra aquest creuament.



**Taula 52**  
***Si ara el convidessin a un museu, quin tipus de museu li agradaria més visitar? segons Última vegada visita***

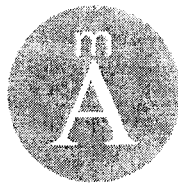
	Últim any	1 - 3 anys	3 anys i +	Mai	Total
Art	56,2%	37,0%	42,2%	47,1%	49,8%
Ciència i tecnologia	16,0%	25,5%	21,6%	11,8%	18,6%
Història	12,4%	17,0%	14,6%	17,6%	13,8%
Arqueologia	8,2%	12,7%	9,0%	2,9%	8,9%
Exposició, galeria d'art	4,3%	4,2%	5,5%	8,8%	4,7%
Monogràfic	1,0%	1,8%	5,0%	11,8%	2,3%
Etnologia, tradicions	1,9%	1,8%	2,0%	0,0%	1,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Els resultats presentats a la taula mostren certes diferències en la distribució d'eleccions de la població. Així, entre aquelles persones que van visitar un museu per última vegada el darrer any és més freqüent que entre els altres col·lectius triar museus d'art. En canvi, aquests individus que més recentment han estat en un museu són els que en menor proporció –a penes un 1%– han assenyalat un monogràfic com a museu que els agradaria visitar com a convidats.

Contràriament, aquells que indiquen no haver estat mai en un museu, i davant la proposta d'anar-hi convidats, declaren preferir en un elevat percentatge –de gairebé el 12%– visitar museus monogràfics, coneguts popularment i que ells, segons la seva pròpia resposta, no han vist mai. També és força elevat el nombre de persones que prefereixen aquesta tipologia de museus i que han assenyalat que feia més de tres anys de la seva darrera visita a un museu.

Així, la demanda de monogràfics pot veure's altament relacionada amb la variable "temps que fa de la darrera visita a un museu", seguint la següent pauta: quant més temps fa de la darrera visita, més forta és la demanda de visitar museus monogràfics.

Finalment, cal afegir, com a dada rellevant, que el col·lectiu que més demanda museus de ciència i tecnologia en el cas de ser convidats és el format per les persones que van visitar per última vegada un museu fa entre 1 i 3 anys. Aquest mateix grup d'individus és el que, en menor proporció, prefereix visitar museus d'art.



## 6. Tipologia de museus visitats

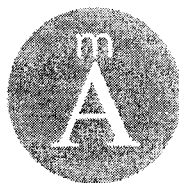
A les taules següents es descriu la tipologia de museus visitats per aquelles persones que van declarar haver-ho fet durant l'últim any.

La Taula 53 mostra el nombre de museus visitats per aquestes persones que es consoliden com a consumidors recents d'oferta museística.

<b>Taula 53</b> <b>Quants museus i exposicions ha visitat en el darrer any?</b>				
	<b>Nombre</b>	<b>%</b>	<b>% vàlid</b>	<b>% acumulat</b>
1 museu	108	16,6%	17,0%	17,0%
2 museus	123	18,9%	19,4%	36,4%
3 museus	118	18,2%	18,6%	55,0%
4 museus	88	13,5%	13,9%	68,8%
5 museus	46	7,1%	7,2%	76,1%
de 6 a 10 museus	101	15,5%	15,9%	92,0%
11 o més museus	51	7,8%	8,0%	100,0%
NS-NC	15	2,3%	-	
Total	650	100,0%	100,0%	

D'un a quatre museus o exposicions visitades en el darrer any són les opcions més freqüents, agrupant el 69% dels casos, aproximadament. Tanmateix una proporció respectable de persones declara haver visitat un nombre major de museus. En aquest sentit, un 24% dels visitants habituals assenyalen haver estat en més de 5 museus en aquest últim any.

La Taula 54 presenta el llistat de museus visitats. S'ha mantingut el nom del museu quan ha estat citat per un nombre suficient de persones i s'han recodificat les respostes en agrupacions genèriques –museu d'art, ruïnes, etc.– en els altres casos.



**Taula 54**  
**Recorda com es deia?**

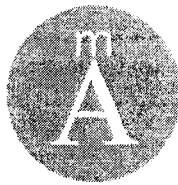
	<b>Nombre</b>	<b>%</b>	<b>% vàlid</b>
Museu d'art	136	20,90%	22,30%
Exposició, galeria d'art	130	20,00%	21,30%
Museu d'història	66	10,20%	10,80%
Museu d'arqueologia	35	5,40%	5,70%
Museu de la Ciència "la Caixa"	33	5,10%	5,40%
Ruïnes, jaciment arqueològic	30	4,60%	4,90%
Museu de ciència i tecnologia	28	4,30%	4,60%
Museo Guggenheim	23	3,50%	3,80%
Museu Dalí	23	3,50%	3,80%
Museu d'etnologia, tradicions, pagesia	20	3,10%	3,30%
MNAC	16	2,50%	2,60%
Museu Picasso	16	2,50%	2,60%
Museu de Cera	14	2,20%	2,30%
Museo del Prado	12	1,80%	2,00%
Museu d'Història de Catalunya	8	1,20%	1,30%
Fundació Miró	7	1,10%	1,10%
Museu Arqueològic de Catalunya	6	0,90%	1,00%
Museu Ciència i Tècnica de Catalunya	6	0,90%	1,00%
NS-NC	41	6,3%	-
<b>Total</b>	<b>650</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

El 60% de la població de Catalunya va escollir un museu o una exposició d'art per a la seva darrera visita. Els museus d'història, d'arqueologia i de ciència obtenen resultats molts similars amb uns percentatges del 11 al 12% en cada cas.

Cal subratllar la importància de determinats museus concrets, que han estat nomenats per un rellevant nombre de persones. Aquest és el cas del Museu de la Ciència de "la Caixa", que reuneix el 5% dels visitants del darrer any. Força considerables són també els percentatges de visitants al Guggenheim de Bilbao o al Museu Dalí a Figueres, els quals van ser escollits, cadascun, pel 3,5% de la població recentment visitant.

A la Taula 55 es presenten els resultats relatius a la localització dels museus i exposicions visitades.





**Taula 55**  
**Recorda on era?**

	<b>Nombre</b>	<b>%</b>	<b>% vàlid</b>
Barcelona	190	29,2%	32,4%
Resta Regió I	49	7,5%	8,4%
Resta Catalunya	152	23,4%	25,9%
Resta Espanya	100	15,4%	17,1%
Estranger	95	14,6%	16,2%
NS-NC	64	9,8%	-
Total	650	100,0%	100,0%

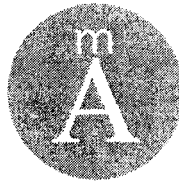
**Un de cada 3 museus visitats pels catalans i catalanes han estat museus de fora de Catalunya.** D'aquesta manera, de la suma de les categories 'Resta d'Espanya' i 'Estranger' s'obté una proporció del 33,3% dels casos.

En l'estudi qualitatiu preliminar ja es va detectar que, per a una part important de la població, la visita a museus està vinculada amb el turisme cultural. Molta gent va de viatge i consumeix patrimoni, mentre que a casa els museus no els atreuen. Així, en molts casos, fer turisme és sinònim de visitar museus. El bon cicle econòmic i l'extensió del turisme entre la població ha provocat aquest resultat espectacular.

A Catalunya, Barcelona aplega una altra tercera part dels museus visitats per la població de Catalunya. La forta concentració de població i, sobretot, de patrimoni ajuda a explicar aquest resultat.

Altres variables com quan van visitar el darrer museu o per quin motiu el van visitar poden també donar les pautes que es segueixen a l'hora de consumir oferta museística a Catalunya.

La Taula 56 fa referència al motiu pel qual les persones es decidiren a visitar el museu.



**Taula 56**  
**Per què va decidir visitar-lo?**

	<b>Nombre</b>	<b>%</b>
Per aprendre alguna cosa sobre el contingut	241	37,1%
Per passar una bona estona	167	25,7%
Feia vacances i visitava la ciutat on era el museu	160	24,6%
Passava pel davant i vaig entrar-hi	79	12,2%
Un amic/parent me'l va recomanar	78	12,0%
M'hi van portar	66	10,2%
Volia que els nens passessin una bona estona fent una activitat interessant	47	7,2%
Vaig anar-hi amb l'escola	29	4,5%
El temps era dolent i no es podia fer gaire cosa més	7	1,1%

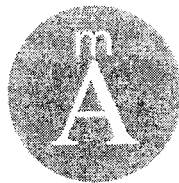
Multiresposta

El motiu que amb més freqüència és citat pels visitants habituals és el d'aprendre quelcom sobre el contingut del museu. Aquesta motivació encaixa prou bé amb la imatge dels museus que s'ha descrit a l'anterior capítol, en la qual predomina l'opinió segons la qual un museu és un espai predominantment educatiu. Així, a la Taula 31 ja es reflexava que els enquestats entenen, majoritàriament, els museus com un lloc *per aprendre coses noves*.

Al voltant del 25% de la població catalana consumidora d'oferta museística hi va amb l'objectiu o de passar una bona estona, i un altre 25% estant de vacances, visitant la ciutat on era el museu. Així, cal subratllar el fet que un considerable volum de persones visitin museus vinculant-los amb una activitat lúdica, formant part d'un itinerari de turisme cultural.

Per contra, un grup molt minoritari declara haver visitat museus pel fet de no haver trobat res millor que fer: només un 1,1% afirmen que la seva visita estava relacionada al mal temps, no podent fer altres coses més "divertides".

La Taula 57 presenta el mes, dia de la setmana i franja horària triada per visitar museus d'aquelles persones que van realitzar aquesta activitat cultural en el darrer any.

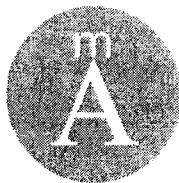


**Taula 57**  
**Quan va visitar el darrer museu?**  
**Quin mes, quin dia de la setmana i a quina hora.**

	Nombre	%	% vàlid
Gener	15	2,3%	2,5%
Febrer	21	3,2%	3,5%
Març	33	5,1%	5,5%
Abril	43	6,6%	7,2%
Maig	67	10,3%	11,2%
Juny	37	5,7%	6,2%
Juliol	44	6,8%	7,4%
Agost	117	18,0%	19,6%
Setembre	90	13,8%	15,1%
Octubre	97	14,9%	16,2%
Novembre	28	4,3%	4,7%
Desembre	6	0,9%	1,0%
NS-NC	52	8,0%	-
Feiner	217	33,4%	35,7%
Dissabte	107	16,5%	17,6%
Diumenge	96	14,8%	15,8%
Vacances	168	25,8%	27,6%
Pont	20	3,1%	3,3%
NS-NC	42	6,5%	-
Matí: fins les 14:00h	338	52,0%	55,7%
Hora de dinar: 14:00-16:00h	29	4,5%	4,8%
Tarda: 16:00-20:00h	229	35,2%	37,7%
Vespre: a partir de les 20:00h	11	1,7%	1,8%
NS-NC	43	6,6%	-
<b>Total</b>	<b>650</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Pel que fa als mesos de l'any, el volum de demanda més gran es va concentrar, segons les respostes obtingudes, en els mesos que coincideixen en l'època vacacional. D'aquesta manera, les dades indiquen com l'agost va ser el mes triat amb més freqüència pels visitants de museus o exposicions, en un percentatge del 20% aproximadament. Aquest fet torna a reforçar la idea que visitar museus és una activitat turística, que es porta a terme sobretot durant les vacances.

S'arriba a aquesta mateixa conclusió si s'observa la distribució de visitants pels diferents dies de la setmana. És, en aquest sentit, que, tot i que quasi un 36% dels consumidors realitzaren la seva darrera visita en un dia feiner, el següent percentatge més elevat, del 28%, era per a les visites durant períodes de vacances.



D'altra banda, pot observar-se com la franja horària preferent per a visitar museus és la del matí, franja que recull més del 50% dels visitants. Contràriament, el vespre, a partir de les 20:00h., correspon a la franja en la qual es visitaren menys museus: només l'1,8% dels enquestats afirmà haver estat a una exposició a aquesta franja.

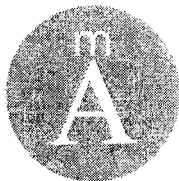
La Taula 58 mostra, pels catalans que visitaren museus el darrer any, si aquella era la primera visita o ja havien estat en aquell museu anteriorment.

<b>Taula 58</b>			
<b><i>Havia visitat abans el museu?</i></b>			
	<b>Nombre</b>	<b>%</b>	<b>% vàlid</b>
No, era la primera vegada	347	53,4%	56,3%
Sí, 1 ó 2 cops	128	19,7%	20,8%
Sí, 3 cops o més	141	21,7%	22,9%
NS-NC	34	5,2%	-
<b>Total</b>	<b>650</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Per a un 56% de la població catalana que va consumir oferta museística durant el darrer any, aquella era la seva primera visita a aquell museu en concret. Així, doncs, més de la meitat dels visitants s'apropaven a exposicions amb l'objectiu de conèixer el seu contingut, de veure-ho per primer cop.

En canvi, entre aquelles persones que ja havien estat anteriorment al museu, trobem que una bona proporció d'individus (un 23%) el visitaven com a mínim per quarta vegada, mentre un percentatge sensiblement més reduït (del 21%) ho feien per segona o tercera vegada.

La Taula 59 mostra amb qui acudiren a visitar museus el col·lectiu consumidor.



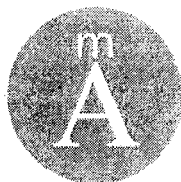
**Taula 59**  
***Amb qui va fer la visita?***

	<b>Nombre</b>	<b>%</b>	<b>% vàlid</b>
Amb la vostra família	177	27,2%	29,4%
Amb la vostra parella	158	24,3%	26,2%
Amb amics/gues	127	19,5%	21,1%
En grup organitzat	82	12,6%	13,6%
Sol	58	8,9%	9,6%
NS-NC	48	7,4%	—
Total	650	100,0%	100,0%

Respecte amb qui van visitar museus, només un 9,6% de les persones que van estar el darrer any en algun museu hi van anar soles.

De la resta de persones que hi van anar acompanyades destaquen aquells que hi acudiren amb familiars (un 29%), els que van visitar el museu en companyia de la seva parella (el 26%) i els que hi anaren amb amics o amigues (el 21%). Més reduït és el nombre de persones que van visitar museus en grups organitzats (un 14%).

Finalment, es presenta la distribució del canal de comunicació pel qual els visitants es van assabentar de l'existència de l'exposició. Això és el que mostra la Taula 60.



**Taula 60**  
**Com es va assabentar de l'existència del museu?**

	Nombre	%
Recomanació d'amic/familiar	159	24,5%
Conegut de tota la vida	139	21,4%
Publicitat al carrer	104	16,0%
Grup organitzat	61	9,4%
Anunci premsa	43	6,6%
Guia turística	43	6,6%
Televisió	34	5,2%
Visita amb l'escola	29	4,5%
Oficina de turisme	22	3,4%
Publicitat a la bústia	14	2,2%
Ràdio	9	1,4%
Cartellera	8	1,2%

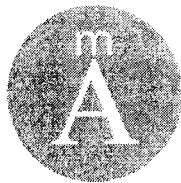
Multirresposta

La via per la qual es van assabentar de l'existència del museu que visitaren, un nombre més elevat de catalans va ser la de caire més informal de totes: per la recomanació "boca a boca" de familiars o amics/gues. D'aquesta forma, la bona impressió que s'emporta una persona de la visita a un museu és la millor "propaganda" que el museu pot tenir. Així, les xarxes informals de comunicació entre familiars, amics, veïns, atrauen nous visitants amb més èxit que no pas, per exemple, la publicitat a la televisió (via per la qual afirmen haver-se'n assabentat només un 5,2% dels enquestats) o a la ràdio (només un 1,4%).

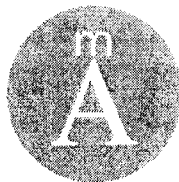
D'altra banda, també és força elevat l'opinió per la qual, fa tant de temps que la persona sap que existeix aquell museu que no en sap el mitjà original pel qual se n'assabentà. Així, un 21,4% dels visitants catalans considera que va estar a un museu "*conegut de tota la vida*".

Un altre mitjà pel qual un elevat nombre de persones van saber de l'existència d'un determinat museu és la publicitat, tot i que hi ha força diferències segons si la publicitat era al carrer —aquesta va atraure el 16% dels visitants—, si es tractava d'un anunci en la premsa —un 6,6%—, si era publicitat televisiva o radiofònica —que només van atraure al 5,2% i l'1,4%, respectivament— o en forma de publicitat escrita que es troba a la bústia —la via per a un 2,2% dels visitants—. Per tant, els cartells publicitaris visibles pel carrer són, sens dubte, la propaganda més eficaç.

Finalment, altres mitjans de tipus secundari o no tan importants en volum de persones són els representats per guies o oficines de turisme, per la informació



suggerida per grups organitzats, l'escola o les cartelleres que poden trobar-se a les agendes culturals.



## 7.2. Mostra

L'enquesta sobre la demanda de museus a Catalunya ha utilitzat una mostra de 1.200 persones. Aquesta dimensió permet un interval de confiança de  $\pm 2,89\%$  per a les estimacions dels resultats globals, en el 95,5% dels casos, quan  $p=q=0,50$ .

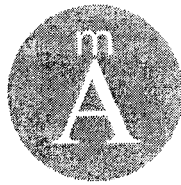
La mostra ha tingut un disseny multietàpic a partir d'una primera estratificació proporcional segons territori. El primer nivell d'estratificació ha definit 3 estrats: Barcelona ciutat, resta de la Regió I i resta de Catalunya.

A la taula següent es presenta la dimensió de cada submostra i l'interval de confiança associat per a cada estrat.

<b>Taula 61</b>				
<b>Estratificació de la mostra i intervals de confiança</b>				
<b>Estrat</b>	<b>Població</b>	<b>%</b>	<b>Enquestes</b>	<b>Interval de confiança</b>
Barcelona	1.508.805	24,8	297	$\pm 5,80\%$
Resta Regió I	2.555.612	42,0	504	$\pm 4,46\%$
Resta Catalunya	2.025.623	33,3	399	$\pm 5,01\%$
Catalunya	6.090.040	100,0	1.200	$\pm 2,89\%$

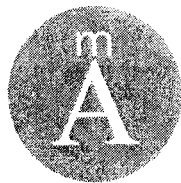
A partir del primer nivell d'estratificació se n'ha definit un segon, també basat en el territori.





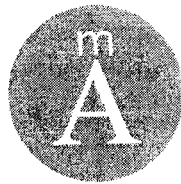
En el cas de Barcelona ciutat, s'ha estratificat segons districte municipal.

<b>Taula 62</b>			
<b>Estratificació de la mostra a Barcelona ciutat</b>			
	<b>Població</b>	<b>%</b>	<b>enquestes</b>
1. Ciutat Vella	83.829	5,6	17
2. Eixample	248.777	16,5	49
3. Sants–Montjuïc	167.390	11,1	33
4. Les Corts	81.864	5,4	16
5. Sarrià–Sant Gervasi	129.573	8,6	25
6. Gràcia	115.753	7,7	23
7. Horta–Guinardó	169.832	11,3	33
8. Nou Barris	170.849	11,3	34
9. Sant Andreu	135.579	9,0	27
10. Sant Martí	205.359	13,6	40
Barcelona	1.508.805	100,0	297



A la resta de la Regió I s'ha definit el nombre d'entrevistes a realitzar segons la dimensió del municipi. A la taula següent es presenta la relació de municipis amb 7 o més enquestes a realitzar.

<b>Taula 63</b> <b>Distribució de la mostra a la resta de la Regió I</b> <b>Municipis amb més de 6 enquestes</b>		
<b>Municipi</b>	<b>Població</b>	<b>Enquestes</b>
Hospitalet de Llobregat, l'	255.050	50
Badalona	210.987	42
Sabadell	185.798	37
Terrassa	163.862	32
Santa Coloma de Gramenet	123.175	24
Mataró	102.018	20
Cornellà de Llobregat	82.490	16
Sant Boi de Llobregat	78.005	15
Prat de Llobregat, el	63.255	13
Rubí	54.085	11
Viladecans	53.235	10
Granollers	50.951	10
Cerdanyola del Vallès	50.503	10
Sant Cugat del Vallès	47.210	9
Esplugues de Llobregat	46.810	9
Mollet del Vallès	41.911	8
Castelldefels	38.509	8
Gavà	37.985	8
Sant Feliu de Llobregat	35.797	7
Sant Adrià de Besòs	33.361	7



A la resta de Catalunya s'han estratificat els municipis en dos nivells. En el primer hi figuraven tots els municipis amb una població superior als 5.000 habitatnts

<b>Taula 64</b>		
<b>Distribució de la mostra a la resta de Catalunya</b>		
<b>Municipis amb més de 6 enquestes</b>		
<b>Municipi</b>	<b>Població</b>	<b>Enquestes</b>
Tarragona	112.176	22
Lleida	112.035	22
Reus	90.993	18
Girona	70.576	14
Manresa	64.385	13
Vilanova i la Geltrú	47.979	9
Figueres	33.157	7
Igualada	32.512	6
Vic	30.397	6
Tortosa	30.088	6
Vilafranca del Penedès	28.553	6

Als municipis amb una població inferior als 5.000 habitatnts s'han seleccionat aleatòriament els municipis.

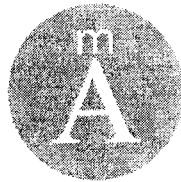
### 7.3. Recollida de la informació

Les entrevistes es van efectuar telefònicament, això ha permès una distribució de la mostra tan dispersa en el territori.

El treball de camp s'ha realitzat entre el 20 d'octubre i 18 de novembre de 1999.

Amb la intenció de poder contactar amb qualsevol membre del nucli familiar, les trucades es van efectuar de les 13.00 a les 17.00 hores i de les 19.00 a les 22.00 hores.

Es va utilitzar el mètode Kish per seleccionar la persona a entrevistar d'entre els membres de la llar.



#### 7.4. Crèdits

Direcció	<b>Antoni Laporte</b>
Coordinació	<b>Josep Font</b> <b>Joaquina Bobes</b>
Treball de camp	<b>Àngels Perea</b> <b>Oriol Morillo</b> <b>Raquel Sala</b> <b>Mariona Fernández Blanqué</b>
Anàlisi	<b>Vanessa Prats</b>