

Els museus més visitats del món: què ens diu realment el Museum Index 2018?

Publicat per [Interacció](#) [1] el 16/07/2019 - 12:44 | Última modificació: 16/06/2026 - 11:49

Llums de fantasia en un racó on fer-se una *selfie*, projeccions que ens provoquen sensacions o trobar-nos immerses en aventures que ens despertem emocions. Els parcs temàtics i alguns museus actuals poden resultar conceptualment molt propers. De fet n'hi ha que formen part d'una mateixa indústria, que no és precisament la cultural, sinó la gran indústria del turisme. És així com, cada vegada són més els museus que s'apropen a mètodes lúdics per atraure nous visitants.

En la redefinició de l'experiència al museu i del museu experiencial arreu del món, aquest informe ens il·lustra de manera àgil i breu per veure quina és la situació actual del museu tematitzat així com la mateixa comparació amb els parcs temàtics.

Darrerament, i molt probablement el turisme cultural hi ha tingut alguna cosa a veure, l'assistència als 20 museus més coneguts del món ha estat àmpliament estable, de fet ha augmentat lleugerament de 108 milions el 2017 a 108,1 milions de visites el 2018. Així, els museus dels països europeus continuen representant la majoria d'entre aquests 20, amb 9 en total, que representen el 48%. Els altres 11 museus més importants del món, sis museus es troben a Amèrica del Nord i cinc a Àsia.



Els grans museus globals funcionen simultàniament com a equipaments culturals, atractius turístics i icones urbanes.

El museu del Louvre a París es manté com a líder mundial, amb 10,2 milions de visitants el 2018, un augment significatiu respecte els 8,1 milions de l'any passat. D'altra banda, els museus de la Xina també han experimentat un fort creixement que va del 5% al 15%.

L'informe, més enllà de l'anàlisi dels museus més visitats, aporta idees innovadores de totes aquelles tendències globals que estan tenint lloc en museus d'arreu del món per fer de l'experiència museística un atractiu pels



visitants.

L'Instagram, les exposicions Pop-Up i les experiències immersives.

Aquestes experiències també culturals, però sobretot lúdiques, competeixen ara amb els museus tradicionals per ocupar el temps d'oci i sobretot obtenir recursos econòmics. Aquesta tendència dels museus *pop-up*, ofereixen entorns immersius ideals per fer sessions fotogràfiques *instagramejables* i atrauen el patrocini empresarial perquè poden generar beneficis econòmics. Un exemple recent seria l'exposició itinerant *Meet Vincent Van Gogh*, creada pel Van Gogh Museum d'Amsterdam que instal·lat puntualment a Barcelona.

És un fenomen internacional amb un dels exemples més famosos d'aquest moment com el MORI Art Museum a Tokyo, que esdevé una experiència d'art digital immersiva que ha estat guardonada amb el premi TEA 2019 i que aviat obrirà un altre espai a Brooklyn.

Aquestes noves formes d'experiència d'entreteniment s'han convertit en una nova categoria fàcil de reconèixer, però difícil de definir realment, en part perquè els seus models de negoci estan evolucionant constantment. El [museu dels gelats](#) [2] també és un bon exemple. Va començar com un pop-up, però ara ha establert un espai permanent a San Francisco i ara ven la seva pròpia marca de gelats!

Una altra tendència que recalca l'informe és la personalització d'experiències, a través de tecnologia, mitjans digitals i recopilació de dades.

Per exemple, *David Bowie Is*, que es va poder visitar al Museu del Disseny de Barcelona, és una exposició que utilitza la tecnologia per lliurar contingut individualment al visitant. També trobem per exemple, el Museum Hack, una iniciativa que ofereix visites poc ortodoxes i activitats de creació d'equips en museus de tot el país, és un altre exemple de personalització d'experiències museístiques.

Aquestes noves experiències sobretot van dirigides a visitants no habituals i ajuden el museu a diferenciar-se i mantenir-se competitiu respecte altres activitats de lleure i el turisme d'oci. Ara bé, cal tenir clar quins són els objectius i no vendre gat per llebre quan fem ús de la paraula museu.

Referència

Themed Entertainment Association (TEA) i AECOM. (2019). *Theme Index and Museum Index 2018: The Global Attractions Attendance Report*. TEA/AECOM.

[Text complet \(pdf\)](#) [3]

Categories: Informe

Categories: Informes i documents

Etiquetes: equipaments culturals

Etiquetes: públics de la cultura

Etiquetes: internacionalització cultural

Etiquetes: recerca cultural

Etiquetes: valor públic de la cultura

- [4]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/blogs/2019/museum-index>

Enllaços:

[1] <https://interaccio.diba.cat/members/interaccio>

[2] <https://www.museumoficecream.com/>



[3] <https://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/theme-index-2018-5-1.pdf>

[4] <https://interaccio.diba.cat/node/8027>