

Museum Quiz Summer Tour

Trivial en equips per a les nits d'estiu

L'estiu passat, el **Museu de Ciències Naturals de Barcelona**, el **Museu Nacional d'Art de Catalunya**, el **Museu d'Arqueologia de Catalunya** i el **Museu Marítim de Barcelona** es varen unir per posar en marxa l'activitat **Museum Quiz Summer Tour**, que es realitzava cada dimecres del mes de juliol de 22,00 a 23,30h en una seu diferent.

Què és el Museum Quiz Summer Tour?

És un concurs de preguntes i respostes articulat en tres rondes de deu preguntes al voltant de la temàtica dels museus que va tenir la col·laboració de Institut de Cultura de Barcelona i el patrocini de la Fundació DAMM. L'activitat s'inspira en el **pub quiz**, que es juga als pubs de Gran Bretanya amb tant d'èxit que s'ha estès per tot el món.

Les sessions realitzades varen fer-se en les dates següents:

- **5 de juliol** Museu de Ciències Naturals (Museu Blau):
- **12 de juliol** Museu Nacional d'Art de Catalunya
- **19 de juliol** Museu d'Arqueologia de Catalunya
- **26 de juliol** Museu Marítim de Barcelona

Objectius:

- Oferir una activitat de tipus lúdic al públic jove, que fomentés la visita als diferents museus.
- Generar una proposta cultural a nivell de Ciutat.
- Realitzar una activitat de manera conjunta i que pugui ser repetida diversos anys consecutius.
- Treballar i créixer col·laborativament
- Incrementar la presència del museu als mitjans de comunicació.
- Col·laborar socialment amb una ONG: ProActiva Open Arms.

Mecànica

El concurs s'estructurava en tres rondes de 10 preguntes cadascuna de temàtica diversa (història, geografia, art, entreteniment, esport, música...), però sempre vinculades al patrimoni i la cultura museu on es feia el joc. Es seguia la dinàmica del joc establerta en el *pub quiz* que està molt determinada en quan a quin tipus de preguntes cal fer a nivell de dificultat i de temàtica i de com puntuar-les.

Per concursar calia ser major de 18 anys i inscriure's en equips d'entre 4 i 6 persones. El nombre de participants, que venia determinat per cada institució, va anar de 75 a 101 en cada sessió. El nombre d'equips que va participar a cada una de les quatre sessions va ser molt elevat.

Els tres equips amb millor puntuació s'enduien un premi, cortesia de Fundació Damm: 6 ampolles de cervesa Inèdit de ¾ per als primers, 4 per als segons i 2 per als tercers. Al final del concurs, a més, s'organitza una rifa entre tots els assistents, amb objectes graciosos que oferia cada un dels museus.

El concurs era conduït per un quizmaster, que dinamitzava amb molt d'humor la participació: l'actor i humorista Alberte Montes.

Mentre es jugava hi havia un servei de bar que gestionava personal dels diversos museus i on principalment se servia Cervesa Damm, oferta gratuïtament per la

Fundació Damm. Tota la recaptació obtinguda per la venda de les begudes als quatre museus es destinà a l'ONG Proactiva Open Arms.

Valoració

La valoració global de l'activitat va ser enormement positiva.

- Va tenir un èxit de públic considerable en totes les sessions.
- El nivell de satisfacció dels assistents, expressat mitjançant una enquesta de satisfacció, va ser molt alt.
- Tots els equips que van assistir a la darrera sessió, que es feia a l'MMB, van confirmar que repetiran en futures edicions.
- Vàrem tenir una presència considerable als mitjans de comunicació: aparició als diaris (El Periódico, Ara, Time Out), entrevistes a la ràdio, difusió per xarxes socials... pel fet de ser una activitat organitzada conjuntament per diversos museus.
- El treball de col·laboració entre les quatre institucions culturals implicades va ser intens i profitós. Totes les persones involucrades van recalcar el magnífic ambient de treball, la disponibilitat de tothom i el factor tremendament engrescador que tenia col·laborar en un projecte comú.
- Es va aconseguir un gran traspàs de públics d'un museu a l'altre i molta fidelització a l'activitat
- Sense que fos un requisit, molts dels participants varen decidir fer visites prèvies a cada museu per preparar-se.
- La combinació de cultura i lleure amb la possibilitat de seure a prendre alguna cosa va demostrar tenir un gran atractiu per al públic. A més, el fet d'obtenir gratuïtament la beguda ens va permetre destinar els ingressos a l'ONG ProActivia Open Arms.