

V JORNADAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO
“TURISMO Y SOSTENIBILIDAD”
Facultad de Turismo y Finanzas

“MUSEOS Y TURISMO CULTURAL EN ANDALUCÍA.
EL EJEMPLO DE LAS CIUDADES MEDIAS”

Temática: Patrimonio e Historia del Arte.

María de la Paz Pérez Gómez
Doctoranda en Historia del Arte, Universidad de Sevilla.
perezgomez4@hotmail.com, 679.897.776

Resumen

El turismo cultural se ha convertido en las últimas décadas en una nueva opción para muchas ciudades medias, motivado entre otras causas por el cambio producido en el perfil de los turistas y sus necesidades; por otro lado los museos han pasado a convertirse en centros vertebradores de las relaciones turísticas y en recursos potenciales para el desarrollo de estas ciudades. En la presente comunicación nos centraremos en el reflejo del turismo cultural en las instituciones museísticas andaluzas, fenómeno que ha motivado en los últimos años el nacimiento de nuevos museos de características muy diversas en el territorio de esta comunidad autónoma.

Palabras clave: Turismo cultural, turistas, museos, ciudades medias.

Cultural tourism has become a new option for many medium size cities in recent decades, motivated among other reasons for the change in the profile of tourists and their needs. On the other hand museums have become centers of unifying tourist relations and potential resources for the development of these cities. In this communication we will focus on the reflection that cultural tourism has brought to the museums of Andalusia, emerging new museums in the community of very different features in recent years.

Keywords: cultural tourism, tourists, museums, medium-sized cities.

MUSEOS Y TURISMO CULTURAL EN ANDALUCÍA. EL EJEMPLO DE LAS CIUDADES MEDIAS.

1.-TURISMO CULTURAL:

Turismo, cultura y museos son términos cada vez más cercanos a nosotros cuando hablamos de ocio y tiempo libre, debido al cambio producido en las necesidades de la sociedad actual, al alto nivel de vida alcanzado y como resultado de las mejoras sociales logradas. Fruto de esta demanda, la oferta turística ha evolucionado hacia productos de mayor calidad y han nacido nuevos segmentos turísticos como el representado por el turismo cultural. Los datos son el mejor reflejo de esta situación: el 13,8% de los viajes realizados por residentes en España en 2008 por ocio, recreo o vacaciones fueron iniciados principalmente por motivos culturales (12,2 millones de viajes); a ello se suman las entradas de turistas extranjeros que son realizadas principalmente por motivos culturales (7,6 millones de viajes en 2008). Estos datos se complementan con los indicadores de los viajes en los que se realiza alguna actividad cultural: en 2008 en el 44,3% de los viajes realizados en España se realiza algún tipo de actividad cultural, y en el caso de turistas extranjeros se corresponde con el 55,1% (Del Águila Obra, 2010).

Este hecho ha traído consigo determinadas situaciones, como la renovación de las instituciones afectadas positivamente por estos cambios: es el caso de los museos; y por otro la proliferación de estudios e investigaciones sobre todo aquello que atañe al comportamiento del “turista cultural”. En las últimas décadas hemos asistido al desarrollo del turismo cultural desde una doble vertiente: por un lado como fenómeno sociocultural formado por un perfil determinado de viajeros con unos intereses concretos focalizados en la cultura, con el objetivo principal de obtener conocimiento en su tiempo de ocio; por otro lado como fenómeno turístico estudiado por la comunidad investigadora y los Organismos Internacionales (en 1976 se elaboró por el ICOMOS la Carta del Turismo Cultural), visto en un principio con cierto recelo y desconfianza hasta considerarse una nueva opción turística de calidad siempre que se planteara

siguiendo políticas sostenibles para su desarrollo. En la Carta del Turismo Cultural¹ se definía como aquel que *“tiene por objeto, entre otros objetivos, el descubrimiento de los sitios y de los monumentos. Ejerce sobre éstos un efecto positivo considerable en la medida en que, persiguiendo sus propios fines, contribuye a mantenerlos con vida y a protegerlos”*. Cuando se alude al turista cultural podemos entender que se trata de *“aquella persona cuyo principal motivo para visitar una ciudad es conocer su patrimonio histórico (trama urbana, murallas, calles, plazas, palacios, iglesias, museos, etc.); observar y participar de las costumbres, idiosincrasias y modos de vida de la población residente (mezclarse en la calle, parques, restaurantes... con la población, comprar en sus tiendas, beber en sus bares,...); asistir a las manifestaciones de cultura tradicional (participar de las fiestas, gastronomía y folklore en general); presenciar representaciones culturales contemporáneas (conciertos, exposiciones de arte y otros espectáculos)”* (Romero Moragas, 2001). Podemos decir que para el turista cultural son igualmente interesantes los yacimientos, las iglesias, los museos, las fábricas, los parques naturales, etc., todo formaría parte del objetivo final de enriquecimiento personal que acompaña al ocio; pero del mismo modo dentro de este grupo existen diferentes preferencias que se sintetizan en tres grupos (Romero Moragas, 2001):

-el turista de inspiración cultural, que escoge los destinos de su viaje en función del patrimonio cultural de la ciudad, y normalmente los visita en grupos organizados y estancias cortas.

-el turista atraído por la cultura, selecciona lugares no en función de su oferta cultural pero en el que podría complementar su estancia con actividades culturales.

-el turista de motivación cultural, elige los lugares en función de la oferta cultural que ofrecen, le interesa aprender y prepara su viaje con antelación; normalmente selecciona una ciudad para su estancia desde la que hará desplazamientos cortos a lugares cercanos de interés.

El turismo cultural puede suponer un beneficio para las localidades a las que afecte en un doble sentido: por un lado por la revalorización del patrimonio local y la consiguiente mejora en su conservación, y por otro lado por las repercusiones

1 ICOMOS: Carta del Turismo Cultural, 1976.

económico-sociales para la propia población; este turismo se ha convertido además en un yacimiento de empleo para los profesionales del patrimonio: gestores de monumentos, museos y centros de interpretación, guías e informadores turísticos, personal especializado en actualizar las posibilidades de las TIC, personal docente cualificado, personal de entidades públicas o mixtas de promoción turística, consultoras, agencias de viajes y operadores especializados en el turismo cultural, etc. (Treserras, 2005).

Sin embargo la adaptación del patrimonio local a unos usos turísticos exclusivamente podría suponer caer en una mercantilización cultural. La Carta del Turismo del 76 expresaba su preocupación sobre el asunto: *“El respeto de estos (sitios y monumentos), así como la preocupación elemental de mantenerlos en estado de desempeñar su papel de atractivo turístico y de educación cultural, implica la definición y la aplicación de las normas aceptables. (...) Sea lo que fuere, en la perspectiva de futuro en que nos situamos, el respeto del patrimonio mundial, cultural y natural debe prevalecer sobre cualquier otra consideración, por justificada que pudiera ser desde un punto de vista social, político o económico.”* La protección del patrimonio debe ser nuestro primer objetivo en todo momento, pero no podemos obviar que el turismo cultural conlleva algunos riesgos. Romero Moragas nos recuerda que el turista cultural tiene unas exigencias muy concretas, que dependerán en buena parte de la accesibilidad física e intelectual del patrimonio, y la autenticidad del mismo, es decir la capacidad para mostrar al viajero culturas reales y no anquilosadas en costumbres ancestrales de cara exclusivamente al turista. Con estas dos premisas, la autenticidad y la accesibilidad, el turista persigue su objetivo de conocer otras culturas con una cierta profundidad, y no de encontrar obstáculos o falsas imágenes en su lugar. Pero no debemos olvidar los riesgos que comprende el turismo no sostenible. Hemos dicho ya que debemos ofrecer al visitante la cultura de los pueblos tal y como realmente son, para evitar crear falsos y conservar la autenticidad. Sin embargo podemos conseguir también a través de las visitas masivas que un sitio, monumento o población pierda su carácter singular; por otro lado la afluencia del turismo puede acarrear consecuencias negativas para el patrimonio, que debemos controlar. El turismo cultural debe ser entendido dentro de una

función social, que depende de la adecuada gestión que realicemos del patrimonio enfocado en la sostenibilidad patrimonial y económica.

1.1.-Datos estadísticos sobre turismo cultural:

Como hemos señalado, el turista cultural es aquel que organiza su viaje con antelación en función de los contenidos culturales que le interesan. En líneas generales², este turista realiza un gasto elevado por persona y día (190 euros aproximadamente) superando el gasto del turista de ocio y vacaciones. Su perfil seguirá normalmente las mismas características, aunque varíen los datos:

-Utiliza Internet para programar su viaje, y procede de los principales mercados que vienen a nuestro país: Reino Unido, Francia, Italia o Alemania.

-Su nivel educativo es alto y suele elegir como destino las comunidades de Cataluña, Madrid y Andalucía.

-El arco de edad del turista cultural se corresponde con varones y mujeres de entre 25 y 44 años, y varones de 45 y 65 años.

Hemos seleccionado las estadísticas del año 2009³ para detallar y acercarnos al perfil del turista cultural en Andalucía. En el citado año 1 de cada 4 turistas vino a Andalucía con el objetivo de visitar sus monumentos, de los cuales el 59,4% procedía de España mientras el resto eran extranjeros procedentes de los países ya citados. Los grupos de viajes se reducen a la pareja o la familia, y como ya citamos en más de un 80% de ocasiones la organización del viaje se realiza de forma particular con un uso muy importante de Internet. En lo que respecta al gasto medio diario se corresponde en 2009 con una media de 75,94 euros, en viajes con una media de duración de 3,9 días para el turista español y de hasta 6 días para el turista extranjero.

Las características del viajero coinciden en grandes rasgos con los citados más arriba: se corresponde con el de una mujer (52%), y un nivel elevado de formación en general. Por último en lo que se refiere a las actividades realizadas por turistas de

2 Datos tomados del estudio: Análisis y segmentación del gasto de los turistas que llegan a España, del Instituto de Estudios Turísticos, 2004, pp. 48-49.

3 Datos tomados del Balance del año turístico en Andalucía, 2009.

motivación cultural destaca lógicamente la visita a museos y monumentos (82%), seguido de la observación de la naturaleza (46,7%), las compras (11%) y el disfrute y uso de la playa (7%). Como dato a destacar es importante saber que los turistas españoles son más exigentes que los extranjeros en cuanto a la valoración de los recursos turísticos y patrimoniales, valorando con calificaciones superiores el patrimonio cultural, los paisajes y los parques naturales. Por otro lado entre 2009 y 2010 se ha producido un nuevo despunte de ciudades españolas, entre ellas algunas andaluzas como Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla, con un gran patrimonio, debido al aumento de la demanda del turismo de ciudad⁴.

2.- EL TURISMO CULTURAL DE MUSEOS:

En el panorama turístico, los museos se han convertido en uno de los productos emergentes que con más fuerza se están desarrollando. El ICOM definía el museo como aquella “*institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierto al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y exhibe para fines de estudio, de educación y de deleite, testimonios materiales del hombre y su entorno*”. Es justamente el servicio a la sociedad y su desarrollo, la función que el museo está desarrollando de la mano del turismo cultural; por ello las claves para conocer este cambio estarán en el estudio del perfil de los visitantes, esta es la única manera de acercarnos a sus intereses y a la calidad de sus experiencias para adaptar la oferta de los museos con el objetivo de cumplir su función social.

Como decíamos más arriba, en este caso el turismo de museos es consecuencia directa del aumento del tiempo dedicado al ocio para una gran parte de la población en edad adulta. Lo verdaderamente importante de estos nuevos comportamientos es que tienen una trascendencia económica, en cuanto que las decisiones sobre el disfrute del tiempo libre responden a preferencias individuales y por lo tanto, los distintos usos del ocio constituyen un bien comercializable y entran en la órbita del cálculo económico. En

4 Datos tomados del Balance del año turístico en Andalucía 2010.

definitiva el ocio se ha privatizado y en su transformación como mercancía, participa en el sistema de flujos económicos de una sociedad (Herrero Prieto, 2002). Aprovechando esta coyuntura el museo se ha desarrollado mucho más en las últimas décadas buscando transformar sus usos y concepciones. Han surgido además museos en ciudades de tamaño muy diverso, cuyo objetivo es la búsqueda de elementos de identificación en la historia, en la tradición y en los valores cercanos al individuo lo que ha supuesto la recuperación y valoración de multitud de aspectos patrimoniales, susceptibles de caer en el olvido por las generaciones venideras, y que explican el enorme crecimiento en número de establecimientos museísticos y atracciones culturales en Europa en las últimas décadas, conocido por algunos como el segundo boom museístico de Europa. En este proceso los museos han pasado a protagonizar una segmentarización y tematización de la cultura, se abandona el concepto de universalidad de los museos para recuperar segmentos de la cultura como la historia local y oficios antiguos, estudios etnográficos, etc. Por otro lado se está cambiando la relación del museo con el público con el objetivo de responder a aspectos concretos de la demanda y ser más atractivos. Del mismo modo está cambiando la imagen del museo de centro del saber a centro de ocio y difusión, pero también como núcleo de investigación. Consecuencia directa de todo ello es que los museos se hayan convertido en un conjunto de instituciones capaces de conseguir generar movimiento cultural en ciudades medias y rurales, además de en las grandes ciudades convertidas en marcas de referencia dentro del turismo (Bilbao, Barcelona, Madrid, etc.), constituyendo un nuevo atractivo para ellas desde el punto de vista cultural pero también económico y social.

3.-LOS MUSEOS DE ANDALUCÍA: UN ESTADO DE LA CUESTIÓN.

El museo como uno de los grandes receptores del turismo cultural en las últimas décadas, se ha desarrollado tanto en grandes ciudades como en ciudades medias. En el caso de las grandes urbes poseedoras de un patrimonio cultural destacado (Bilbao, Sevilla, Madrid, Barcelona, etc.), los museos se han identificado como elementos consolidados de la oferta turística existente, aumentando en todo caso las posibilidades

del turista o diversificando la oferta; en otros ejemplos se han convertido en el reclamo cultural más destacado de la ciudad. En el caso de las ciudades medias, los museos se levantan en ocasiones como ampliación de la dimensión cultural de la ciudad, pero en muchas de ellas se ven como nuevos horizontes de crecimiento y desarrollo local, abriendo nuevas posibilidades para la propia población. En este tipo de núcleos urbanos la institución museo hace visible de forma más directa su objetivo de difundir la cultura, enfocado en la propia población con el objetivo de conseguir una correspondencia con la identidad local, y por otro lado en el enriquecimiento y atracción de los turistas que hemos denominado de motivación cultural. En todos los casos los museos se han convertido en centros vertebradores de la oferta turística llegando incluso a crear, de forma directa o indirecta, redes de ciudades destacadas por su oferta cultural, ya que el hecho de que el visitante encuentre una región con un interesante planteamiento cultural será motivo de desplazamiento y por lo tanto de enriquecimiento para toda la región.

En nuestro caso, nos interesa acercarnos a la oferta museística que presenta Andalucía, y la evolución que ha experimentado en los últimos años. Si observamos la **Tabla n°1** veremos cómo en líneas generales el número de visitantes de algunos de los museos gestionados por la Consejería de Cultura de esta comunidad, ha experimentado un paulatino crecimiento desde el año 2001 hasta el pasado 2011 con pequeñas oscilaciones; podemos decir que el número de visitantes de los museos andaluces se ha visto afectado positivamente por el perfil del turista cultural. Todos los museos que aparecen en dicha tabla muestran un aumento en el número de visitas, a excepción del Museo de Bellas Artes de Córdoba, que en 2011 no supera el índice de visitas de 2001, el Museo Arqueológico de Granada, que desde 2010 permaneció cerrado y solo recibió a investigadores, y el Museo de Huelva. Por el contrario el Museo de Cádiz fue el centro que experimentó un mayor crecimiento en el período 2001-2011 con un aumento de 58.381 visitantes⁵, en segundo lugar el Museo de Bellas Artes de Sevilla con un crecimiento de 39.733 visitantes.

5 Los datos del museo de Bellas Artes de Granada reflejan un crecimiento de 215.716 visitantes, pero se trata de los visitantes de las exposiciones “Colón desde Andalucía 1492-1505”, ya que en 2003 se cerró por obras.

Nombre	2001	2011
M. Almería	5129	42149
M. Cádiz	60106	118487
M. Arqueológico Córdoba	43340	63599
M.B.B.A.A. Córdoba	64782	48032
M. Arqueológico Granada	58712	1326
M. BBAA Granada	109703	325419
M. Huelva	29893	21313
M. Jaén	32713	40022
M. Málaga	--	115221
M. Arqueológico Sevilla	49151	77803
M. Artes y Costumbres Populares Sevilla	55244	69786
M. BBAA Sevilla	107107	227110

Tabla 1: Estadísticas de visitantes de museos de Andalucía. Fuente: Datos tomados de *Estadísticas de museos de Andalucía*. Año 2011.

El perfil del público de los museos andaluces, según las estadísticas correspondientes al año 2011, podemos sintetizarlo en las siguientes características⁶:

-el 32% del público que visitó los museos andaluces era de procedencia extranjera, mientras que el 68% de los visitantes era de origen andaluz.

-el 84,2% del público realizó una visita individual, y el 15,8% la hizo en grupo.

-el 52,4% de los visitantes son mujeres, y el 47,6% son hombres.

Estos datos nos demuestran que el peso de las visitas realizadas a nuestros museos recae sobre la propia población andaluza, a pesar de la importancia que tiene en esta comunidad el turismo extranjero; este dato es muy significativo ya que hace visible de nuevo la necesidad que tiene la población local de verse identificada con su propia cultura para lo que los museos se han convertido en un instrumento indispensable.

Hemos visto que en las capitales andaluzas el turismo de museos ha experimentado en la última década un crecimiento notable. Este hecho está condicionado por el vasto patrimonio de las urbes, su desarrollo y venta como marca

⁶ Datos tomados de *Estadísticas de museos de Andalucía*. Año 2011.

turística, la considerable oferta cultural de los lugares, etc. Sin embargo, en oposición a los citados recursos, en ciudades de mediano y pequeño tamaño del territorio andaluz se ha desarrollado otro fenómeno en las últimas décadas, hablamos de la creación de pequeños museos. Se trata generalmente de museos, centros de interpretación o casas-museos que podríamos dividir en dos grandes grupos: por un lado los dedicados a profundizar y difundir la historia de la localidad o del sitio en cuestión (donde se incluirían además el patrimonio natural, literario, arqueológico, artístico, científico o industrial); y por otro lado los que profundizan en las tradiciones y formas de vida de la comunidad del lugar, aquellos cuyo primer objetivo es conservar las manifestaciones tangibles que constituyen la identidad de los pobladores de la ciudad. Este interés se pone de manifiesto en los prolegómenos de muchos de estos museos, que nacen a raíz de iniciativas de la propia población e incluso con piezas donadas o procedentes de colecciones particulares. La conservación del patrimonio histórico y etnográfico y la consiguiente exposición buscan un doble objetivo: conseguir que la población conozca y valore sus señas de identidad, y la difusión de las mismas entre los turistas o visitantes. En este tipo de museos no se persigue el “conocimiento universal” ni la exposición de magníficas obras de arte, se trata sin embargo de acercar a los usuarios a aspectos muy concretos de una sociedad, es decir se han segmentado mucho más las áreas de conocimiento de los museos para profundizar más en ellas. Podemos encontrar museos de temática y ámbito muy diverso en nuestro territorio, como los dedicados a la extracción de mineral, al proceso de producción del aceite, a las artes y costumbres de una región y a literatos, políticos o artistas destacados. Por supuesto no podemos obviar que la creación de museos de estas características podría además suponer, si siguen un modelo sostenible y una gestión adecuada, un instrumento de crecimiento y desarrollo local.

Para conocer mejor la situación de los museos andaluces en las ciudades medias, hemos realizado un análisis de su situación a través de las siguientes tablas (ver tabla nº2)⁷.

Tabla nº2: Museos en ciudades medias y pequeñas de Andalucía.

Provincia: Almería **Nº total museos ciudades medias en la provincia:** 5

Ciudad	Museo	Año creación	Tipología	Titularidad
Arboleas	Museo Pedro Gilabert	2004	Arte	Municipal
Cuevas de Almanzora	Museo Antonio Manuel Campoy		Arte	Municipal
Olula del Río	M.Casa Ibáñez	2004	Arte	Fundación pública
Terque	M.Hco. Municipal	2002	Etnografía	Municipal
Vélez-Rubio	M. Comarcal Miguel Guirao Velezano	1988	Arqueología/ Etnografía	Municipal

Provincia: Cádiz **Nº total museos en ciudades medias en la provincia:** 17

Ciudad	Museo	Año creación	Tipología	Titularidad
Algeciras	Museo Municipal	1995	Historia/arqueología	Municipal
Chiclana	Museo Municipal	2006	Historia/arqueología	Municipal
Puerto Sta. María	Museo Municipal	1982	Historia/arte/ etnografía	Municipal
Puerto Sta. María	Museo Fundación Alberti	1998	Arte	Privada
Espera	Museo Arqueológico	2007	Arqueología	Municipal
Jerez de la Fra.	Museo Arqueológico	1993* ⁸	Arqueología	Municipal
Jerez de la Fra.	Museo Ecuestre	2005	Equitación	Pública
Jerez de la Fra.	Museo del Enganche	2002	Equitación	Pública
				Municipal

7 En la tabla nº 2 se aportan datos únicamente de los museos emplazados en ciudades medias andaluzas, no se han incluido los museos existentes en las capitales de provincia. Fuente: Guía Oficial de Museos de Andalucía (2010) y Registro Andaluz de museos y colecciones museográficas.

8 * Museo cerrado temporal o definitivamente.

Medina Sidonia	Museo Arqueológico	--*	Arqueología	
Línea de la Concepción	Museo Cruz Herrera	--*	Arte	Municipal
Puerto de Sta. María	Museo Pedro MuñozSeca	1995*	Historia	Privada, fundación.
Puerto Real	M. Hco. El Dique	1990	Industria	Privada, gestión Astilleros españoles
San Fernando	M.Hco. Municipal	1980	Arqueología/Arte	Municipal
San Roque	Museo Municipal	--	Arqueología/Arte	Municipal
Tarifa	Conjunto Arqueológico Baelo Claudia	1991	Arqueología	Autonómica
Vejer de la Fra.	Fundación Montenmedio	2001	Arte/naturaleza	Privada
Villamartín	Museo Hco. Municipal	1998	Historia/arqueología	Municipal

Provincia: Córdoba Nº total museos en ciudades medias en la provincia: 38

Ciudad	Museo	Año creación	Tipología	Titularidad
Alcaracejos	Museo de la Matanza	--	Etnografía	Municipal
Almedinilla	Museo Hco. Almedinilla	1994	Historia/etnografía	Municipal
Baena	Museo Hco. Municipal	1999	Historia/arqueología	Municipal
Bélmez	Museo Hco. De Bélmez y del Territorio Minero	1999	Industria minera	Municipal
Bujalance	Museo Hco. Local El hombre y su medio	--	Historia/Naturaleza	Municipal
Cabra	Museo Aguilar y Eslava	2008	Historia/H.natural	Privada
Cabra	Museo Arqueológico	1973	Arqueología	Municipal
Cabra	Museo del Aceite de oliva	2000	Industria/Historia	Privada (Hecoliva S.A.)
Cañete de las Torres	Museo Hco. Municipal	1983	Historia	Municipal
Carcabuey	Museo Hco. Municipal	2007	Historia	Municipal
Priego de	Museo Artes y Costumbres	2002	Etnografía	Privada

Córdoba	populares de Castil de Campos				
Cerro Muriano-Obejo	Museo del Cobre	2004	Industria/minería	Municipal	
Doña Mencía	Museo Hco. Arqueológico	1955	Arqueología	Municipal	
Fuente-Tójar	Museo Hco. Municipal	1970	Historia	Municipal	
La Rambla	Museo Alfonso Ariza	2002	Arte	Municipal	
La Rambla	Museo de Cerámica	2010	Cerámica	Municipal	
Lucena	Museo Arqueológico y Etnológico	2001	Arqueología/etnografía	Municipal	
Luque	Museo Municipal Luque Tierra de Fronteras	2001	Historia	Municipal	
Montemayor	Museo de Ulía	1971	Arte	Iglesia Católica	
Montilla	Museo Garnelo	2002	Arte	Municipal	
Montilla	Museo del Vino	--*	Etnografía	--	
Montilla	Museo Hco. Local	1997	Historia	Municipal	
Montoro	Museo Municipal	1997	Arqueología/arte	Municipal	
Monturque	Museo Hco. Local	1997	Historia	Municipal	
Palma del Río	Museo Municipal	1989	Arqueología/etnogr.	Municipal	
Peñarroya-Pueblonuevo	Museo Geológico-Minero	1997	Industria/minería	Municipal	
Priego de Córdoba	Casa natal de Niceto Alcalá Zamora	1999	Historia	Municipal	
Priego de Córdoba	Museo Adolfo Lozano Sidro	--	Arte	Municipal	
Priego de Córdoba	Museo Hco. Municipal	1983	Historia/arqueología	Municipal	
Puente Genil	Museo Hco. Local	1982	Historia	Municipal	
Rute	Museo del Anís	1994	Industria	Privada, Destilerías Duende S.L. Municipal	
Santaella	Museo Hco. Municipal	1988	Historia	Municipal	
Torrecampo	Museo Prasa	1972/ 2007*	Historia	Grupo Prasa	

Villa del Río	Museo Histórico	1997	Historia	
Villanueva de Córdoba	Museo de Historia Local	1980/2007	Historia	Municipal Municipal
Villaralto	Museo del Pastor	2008	Etnografía	Municipal
Zuheros	Museo Artes y Costumbres Populares Juan Fernández Cruz	2003	Etnografía	Privada, fundación.

Provincia: Granada N° total museos en ciudades medias en la provincia: 8

Ciudad	Museo	Año creación	Tipología	Titularidad
Atarfe	Museo C. Naturales	--*	Biología	--
Baza	Museo Municipal	1998	Arqueología	Municipal
Fuente Vaqueros	Museo Federico García Lorca	1986	Arte	Diputación Provincial
Galera	Museo de Galera	2001	Historia	Municipal
Loja	Museo Hco. Municipal	2004	Historia	Municipal
Orce	Museo Prehistoria y paleontología	1982	Historia	Municipal
Santa Fé	Instituto de América-Centro Damián Bayón	1982	Arte Arqueología/	Municipal
Valderrubio	Casa Museo Federico García Lorca	1986	Biográfico	Municipal

Provincia: Huelva N° total museos en ciudades medias en la provincia: 6

Ciudad	Museo	Año creación	Tipología	Titularidad
--------	-------	--------------	-----------	-------------

Almonte	Museo de la Villa	1999	Etnografía	Municipal
El Cerro de Andévalo	Museo Etnográfico de Cerro de Andévalo	2002	Etnografía	Municipal
Minas de Riotinto	Museo Minero	1992	Industria/etnografía	Privada, F. Río tinto
Moguer	Casa M. Zenobia y Juan Ramón Jiménez	1989	Historia	Privada
Nerva	Centro Arte Moderno y Contemporáneo Daniel Vázquez Díaz	1999	Arte	Municipal
Valverde del Camino	M. Casa-Dirección Valverde del Camino	2002	Historia/etnografía	Municipal

Provincia: Jaén **Nº total museos en ciudades medias en la provincia: 12**

Ciudad	Museo	Año creación	Tipología	Titularidad
Alcalá la Real	Museo Municipal	2000	Historia/arte	Municipal
Andujar	Museo Arqueológico Profesor Sotomayor	1999	Arqueología	Municipal
Baeza	Museo Ciudad de Baeza	1998	Historia	Municipal
Castellar	Museo Arqueológico	1998	Arqueología	Municipal
Cazorla	M. Artes y Costumbres Alto Guadalquivir	1983	Etnografía	Municipal
Linares	Conjunto Arqueológico Cástulo	2011	Arqueología	Estatal/municipal
Porcuna	Museo Arqueológico	1980	Arqueología	Municipal
Quesada	Museo Rafael de Zabaleta	1962	Arte	Municipal
Santiesteban del Puerto	Museo Escultura Jacinto Higuera	--	Arte	Municipal
Úbeda	Museo Arqueológico	1972	Arqueología	Estatal/municipal

Úbeda	Museo Alfarería Paco Tito	2007	Artes	Privada
Villagordo	Museo Cerezo Moreno	1998	Arte	Municipal

Provincia: Málaga N° total museos en ciudades medias en la provincia: 19

Ciudad	Museo	Año creación	Tipología	Titularidad
Álora	Museo municipal Rafael Lería	2003	Arqueología/historia	Municipal
Antequera	M.Conventual Descalzas	Las --*	Arte	Iglesia
Antequera	C.Arqueológico Antequera	Dólmenes –	Arqueología	Autonómica
Antequera	Museo Municipal	1966	Arte	Municipal
Benalauría	Museo de Benalauría	1995	Etnografía	Privada
Colmenar	Museo Historia y Tradiciones de Colmenar y los Montes de Málaga	2008*	Historia/etnografía	Municipal
Estepona	Museo Etnográfico Municipal	1997	Etnografía	Municipal
Frigiliana	Museo Arqueológico	2007	Arqueología	Municipal
Manilva	Museo Arqueológico	--*	Arqueología	Municipal
Marbella	Museo del Grabado español contemporáneo	1992	Arte	Privada
Nerja	Museo de Nerja	2009	Historia	Privada
Pízarra	Museo Municipal	1985	Historia	Municipal
Ronda	Museo Hco. Popular del Bandolero	1995	Historia/etnografía	Privada
Ronda	Museo Joaquín Peinado	2001	Arte	Privada
Ronda	Museo Lara de Ronda	2001	Historia	Privada

Ronda	Museo Municipal	1990	Historia	Municipal
Teba	Museo Hco. Municipal	1975/ 2000	Historia	Municipal
Villanueva de Algaidas	Museo Berrocal	1987	Arte	Asociación Amigos

Provincia: Sevilla **Nº total museos en ciudades medias en la provincia: 12**

Ciudad	Museo	Año creación	Tipología	Titularidad
Alcalá de Guadaíra	Museo de la Ciudad	2005	Arte	Municipal
Carmona	Conjunto Arqueológico Carmona	1992	Arqueología	Autonómica
Carmona	Museo de la Ciudad	–	Arte/arqueología/ etnografía	Municipal
Castilblanco de los Arroyos	Museo Etnográfico y de Arte contemporáneo	2004	Arte	Municipal
Écija	Museo Hco. Municipal	1999	Historia/arqueología	Municipal
Gillena	Colección museográfica	2009	Arte	Municipal
La Puebla de Cazalla	Museo Arte Contemporáneo José María Moreno Galván	1995	Arte	Municipal
La Rinconada	Colecciones Arqueológicas y Paleontológicas en memoria de Francisco Sousa	2009	Arqueología	Municipal
Coria del Río	Museo de la Autonomía de Andalucía	2006	Historia	Autonómica
Santiponce	Conjunto Arqueológico de Itálica	1989	Arqueología	Autonómica
Santiponce	Museo Municipal Fernando Marmolejo	–	Arte	Municipal
Valencina de	Museo de Valencina	1992?	Arqueología	Municipal

Si atendemos a la distribución territorial de la oferta museística en ciudades medias podemos observar una gran oscilación: Córdoba es la provincia con más museos en su territorio, en concreto 37, mientras las demás están más igualadas: Málaga 15, Cádiz 14, Jaén 12, Sevilla 12, Granada 7, Huelva 6 y Almería 5. En la titularidad de los museos encontramos una mayor homogeneidad en los resultados, ya que como comentamos más arriba en muchas ocasiones el germen de los museos se ha encontrado en los propios pobladores, por lo tanto predominan las iniciativas de titularidad y gestión municipal, aunque también existen ejemplos de museos de titularidad pública (ya sea municipal o autonómica) y gestionados por manos privadas. En otros casos cuando las colecciones expuestas proceden de colecciones privadas suelen ser museos de titularidad y gestión privada. Los campos más heterogéneos son la temática y las fechas de creación. Como dijimos antes, los museos de las ciudades medias abarcan un abanico inmenso de posibilidades temáticas, dentro de las categorías registradas destacan los museos de historia, arqueología, arte y especialmente los dedicados a la etnografía. Con respecto a la fecha de creación de los museos analizados podemos observar un claro aumento en las tres últimas décadas. Durante los 60 y los 70 se registran niveles bajos de creación de museos, mientras que en los 80 comienza la nueva etapa en la creación de museos registrándose 19 nuevas instituciones. Pero es sin duda la década de 1990 la que consolida el mayor aumento con 36 nuevos museos en el territorio andaluz; estadística que continúa en la primera década del siglo XXI con otros 35 museos.

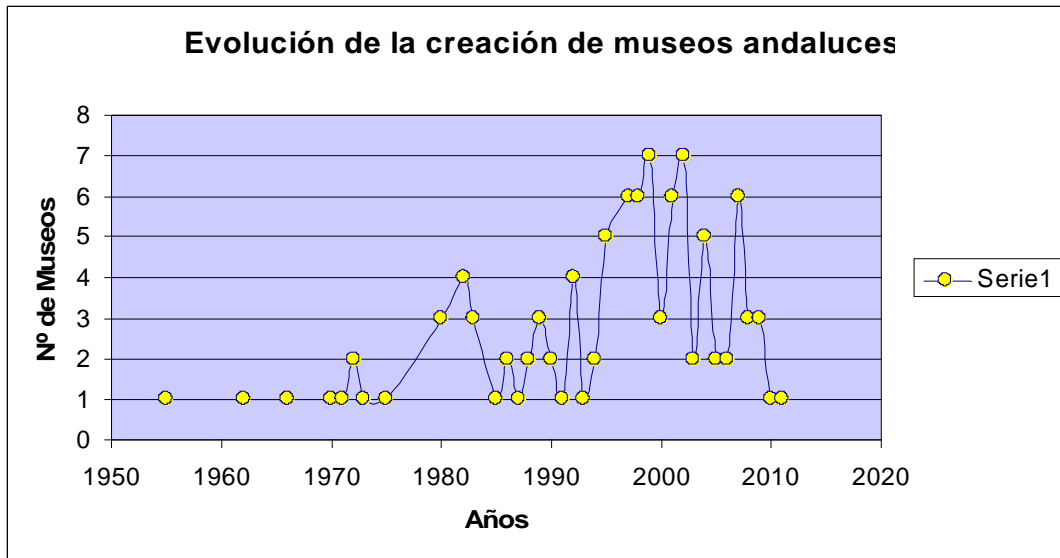


Tabla nº 3: Evolución en la creación de museos andaluces.

Estos datos demuestran la ferviente actividad que ha existido en la comunidad andaluza con respecto a los museos en las últimas tres décadas. Sin duda en Andalucía se ha creado un panorama museístico heterogéneo y completo que ofrece una gran variedad a su población y al visitante, respondiendo a las necesidades concretas de ambos.

La evolución del concepto de los museos, en especial en la dimensión de las ciudades medias, ha traído consigo aspectos muy positivos para la propia ciudad y para el visitante. Se han creado unas redes de intercambio cultural de manera que la ciudad puede gestionar de forma autónoma su patrimonio cultural para la difusión de su identidad, enfocado en primer lugar al ciudadano local pero que ha encontrado en el turista de motivación cultural un nuevo público interesado en conocer otras formas de vida. La incorporación de este sector turístico a los museos ha supuesto la posibilidad de convertirse en un elemento para el desarrollo local. Sin embargo es necesario tener en cuenta que no podemos caer en la creación indiscriminada de museos ya que corremos riesgos, como recurrir a la banalización de la cultura o a la creación de instituciones sin contenidos. Para evitar este tipo de situaciones es necesario que busquemos siempre la

sostenibilidad de nuestras instituciones, de manera que garantizaremos un servicio a la sociedad y evitemos crear recursos que con el tiempo pasarán a ser pasto del olvido. Al igual que los museos, debemos fomentar una actitud sostenible también en el propio comportamiento de los turistas, está en las manos de las instituciones modelar sus comportamientos para crear una base de concienciación sobre y por el patrimonio. A pesar de que cada vez estamos más familiarizados con el turismo (tanto que parece que hubiera siempre convivido entre nosotros) es necesario seguir formándonos como turistas para alcanzar la correcta conservación de los bienes culturales tangibles o no; así como seguir avanzando en el estudio especializado del turismo cultural, en especial en lo que se refiere a los estudios de público, convertido en una de las bases para el correcto conocimiento de nuestros visitantes.

4.- CONCLUSIONES:

Como resultado de este acercamiento al turismo cultural podemos decir que su progresivo aumento como fenómeno generalizado en nuestro país, ha supuesto un beneficio en el caso de Andalucía, motivado por la gran diversidad existente en la oferta turística, en especial para las ciudades de mediano y pequeño tamaño.

1.-El crecimiento del turismo de motivación cultural unido al creciente interés de la propia población local por profundizar en su cultura o formas de vida, ha sido un factor determinante en el plano cultural, en especial en lo referente al ámbito museístico. Podemos decir que en Andalucía el turismo cultural se ha traducido, en el arco de veinte años, en la creación de un gran número de nuevos museos con el objetivo de satisfacer la demanda existente, que se ha interesado especialmente en el campo de la etnografía.

2.-No sólo se ha aumentado la cantidad de museos, sino que además se ha producido un fenómeno de ampliación tanto del concepto del propio museo, entendido como centro de cultura y ocio, como de la temática a la que se encuentran dedicados, del mismo modo se ha producido una mayor especialización museográfica de los contenidos. El público visitante de ciudades medias solicita espacios que le permitan conocer el lugar en el que se encuentra, intentando superar el discurso tradicional, y

obtener puntos de vista diferentes e innovadores. Pero por otro lado la población local hará uso de esta nueva institución como centro de confluencia y desarrollo social y cultural, e interrelación con otros núcleos de población.

3.- Este fenómeno de creación de instituciones museísticas es consecuencia del crecimiento general del nivel cultural e intereses de la población, que supone una repercusión muy positiva para las ciudades desde el punto de vista social pero también desde el económico y patrimonial, con la consiguiente mejora en la conservación y protección del patrimonio, hasta el punto de que el turismo de museos se perfila como una nueva faceta dentro del turismo cultural, y una nueva posibilidad de crecimiento para estos núcleos urbanos.

4.- Por otro lado, el avance en la creación de estos nuevos museos ha contado con la iniciativa de dos agentes principalmente: la iniciativa municipal y la privada. La mayoría de los casos han surgido a raíz de propuestas privadas, y colecciones privadas, pero que han contado con el apoyo municipal, imprescindible en muchos de los casos.

Sin duda el aumento considerable de instituciones de estas características en nuestro territorio debemos considerarlo como un avance en el estudio del patrimonio, sin embargo debemos ser conscientes de que la premisa que debe gobernar estos proyectos es la sostenibilidad, para evitar crear proyectos vacíos o de corta durabilidad. Con el objetivo de conseguir proyectos sostenibles en el tiempo, es necesario que en el proceso de creación participen conjuntamente los distintos agentes de la ciudad, siguiendo como objetivo principal satisfacer la demanda existente.

BIBLIOGRAFÍA:

- BALLART HERNÁNDEZ, J.: “Un nuevo público para unos nuevos museos” en Boletín PH del IAPH, 2004.
- BARRAGÁN JANÉ, M.: “Sistema andaluz de museos y registro de museos de Andalucía” en Boletín PH del IAPH nº 34, pp. 159-165, 2001.
- DE LA CALLE VAQUERO, M.: “Las ciudades históricas españolas como destinos turísticos. Patrimonio cultural y sistema de acogida local” en Boletín PH del IAPH nº36, pp. 116-123, 2001.
- DEL ÁGUILA OBRA, A.R.; GARRIDO MORENO, A.; PADILLA MELÉNDEZ, A.: “Creación de valor online y redes sociales en el contexto del turismo cultural. El caso de los museos” en Estudios Turísticos, nº 185, 2010, pp. 101-119.
- DOMÍNGUEZ GONZÁLEZ, R.: “Cómo gestionar el museo: un servicio cultural” en Boletín PH del IAPH nº 38, pp. 174-185, 2002.
- HERRERO PRIETO, L.C., SANZ DÍEZ, M.I y SANZ LARA, J.A.: “Turismo cultural de museos: Análisis y valoración” en Estudios Turísticos, nº153, pp. 61-83, 2002.
- ICOMOS: Carta del Turismo Cultural, 1976.
- PÉREZ CANO, M.T.: “Turismo en las ciudades históricas: la ciudad sostenible” en Boletín PH del IAPH nº 36, pp. 110-115, 2001.
- RODRÍGUEZ ACHÚTEGUI, M.: “El turista cultural y las ciudades históricas” en Boletín PH del IAPH nº 36, pp. 138-146, 2001.
- RODRÍGUEZ EGUIZÁBAL, A.B.: “Nueva sociedad, nuevos museos” en Boletín PH del IAPH nº 34, pp. 106-109, 2001.
- ROMERO MORAGAS, C.: “Ciudad, cultura y turismo: calidad y autenticidad” en Boletín PH del IAPH nº 36, pp. 100-109, 2001.
- RUIZ BAUDRIHAYE, J.A.: “Turismo cultural. Luces y sombras” en *Estudios Turísticos*, nº 134, pp. 43-54, 1997.

- TRESERRAS, J.J y MATAMALA, J.C.: “El turismo cultural en España como fuente de empleo para los profesionales del patrimonio” en Boletín PH del IAPH, nº54, pp. 73-83, 2005.