

LOS MUSEOS MADRILEÑOS COMO OFERTA TURÍSTICO-CULTURAL

Trinidad Vacas Guerrero
Universidad Rey Juan Carlos. Madrid.

RESUMEN

Recientemente se está produciendo un incremento del turismo cultural que tiene como uno de sus recursos fundamentales los museos. En la década de los 90 ha surgido una «nueva museología» que ha aportado importantes cambios y novedades en la concepción tradicional del museo, que ha pasado de ser un lugar de recepción y conservación, a ser una entidad dinámica capaz de generar cultura y ocio.

La actividad turística madrileña se basa principalmente en la motivación profesional y de negocios, sin embargo esta orientación tiende cada vez más a asociarse con actividades de ocio y cultura. La atracción cultural más importante es el «Paseo del Arte», pero esta oferta debería completarse con el amplio número de museos existentes en la ciudad, muy poco conocidos y visitados, siempre que éstos se adecuasen a las necesidades de sus visitantes y se promocionaran.

Palabras clave: turismo cultural, museos, nueva museología.

RÉSUMÉ

Il existe récemment un grand intérêt au tourisme culturel qui a comme ressource fondamentale les musées. Une «nueva museología» est née aux années 90, ce qui a provoqué des nouveautés et des changements importants sur la conception traditionnelle du musée. Au début il était conçu comme un lieu de réception et conservation et maintenant il est devenu un organisme dynamique capable d'entraîner de la culture et du loisir.

L'activité touristique à Madrid est fondée sur la motivation professionnelle et d'affaires, cependant cette orientation va dirigée, de plus en plus, vers l'association des activités de loisir et de culture. L'attraction culturelle la plus importante est le «Paseo del Arte», mais cette offre devrait se compléter avec un grand nombre de musées qui existent en ville, très peu connus et visités, si ceux-ci s'adaptaient aux nécessités des leurs visiteurs et si l'on s'occupait de leur promotion.

Mots clefs: tourisme culturel, musées, nouvelle museologie.

Fecha de recepción: 10 de mayo de 2000.

Universidad Rey Juan Carlos. Escuela Oficial de Turismo. Plaza de Manuel Becerra 14. 28028 MADRID (España).

En estos últimos años se ha producido un proceso de redefinición de los museos y actualmente nadie discute que tienen una función cultural y social importante. Además de la custodia de bienes patrimoniales, su conservación, documentación y estudio, el museo tiene un papel cada vez más significativo como centro dinamizador de la cultura y como entidad de servicio al ciudadano y por lo tanto al turista. Este rol queda plenamente recogido en la definición del ICOM¹ y en las distintas leyes que sobre museos han ido elaborando tanto el gobierno central como los distintos gobiernos de las Comunidades Autónomas. En este sentido se puede decir que los museos forman parte del engranaje cultural y social, por tanto no tienen que ser instituciones cerradas y sin vida sino que es necesario que los museos se abran a su entorno, y se adecuen al desarrollo general de la sociedad.

Recientemente se está incrementando el turismo cultural que tiene como uno de sus recursos fundamentales los museos, que constituyen uno de los factores de mayor desarrollo dentro de la gama de ofertas culturales. Son los museos un valioso regalo cultural, un eficaz medio de comunicación de la cultura para llegar al público en general, y por lo tanto a los turistas, además de valiosos centros de estudio e investigación para los especialistas.

De las tres funciones que tienen los museos, educativa, científica y social, es dentro de esta última donde debe incluirse la misión del museo al servicio del turismo cultural y concretamente del turista que visita este tipo de recurso. El museo debe estar preparado para atender esta demanda.

El público es la razón última y fundamental, es quien da sentido al museo, pues para él se conserva, investiga, explica y difunde. El museo es una institución al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierto a todo tipo de público. El museo, por lo tanto, debe realizar un esfuerzo de acercamiento al público, aprovechar todas las ocasiones para darse a conocer, así como saber el tipo de público que lo visita para conseguir su atención, para influir en su actitud, en sus conocimientos, en su valoración y aprecio por las piezas que está contemplando.

En la década de los 90 se han producido importantes cambios en el mundo de los museos apareciendo una «nueva museología» cuya base principal está en la obligación de servir al público. Así, se han revisado muchos de los museos existentes; se han creado nuevos museos; las Asociaciones de Amigos de los Museos han ido adquiriendo mayor importancia y siendo más conocidas; han proliferado los museos de arte contemporáneo; han aparecido espacios de mediación en los museos como tiendas, cafeterías, bibliotecas, librerías, restaurantes o terrazas nocturnas, y tienen mayor importancia los gabinetes de acción didáctica. En sintonía con el surgimiento de nuevas corrientes turísticas que promueven el turismo activo o el interior, se aprecia la aparición de nuevas concepciones de museos como los ecomuseos o los museos monográficos en pequeñas localidades que están proliferando en la actualidad.

1 «El museo es una 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 de su entorno» (ICOM, 1994).

Con todas estas novedades la concepción del Museo está viviendo importantes cambios, pasando de ser un lugar de recepción y conservación, a ser una entidad dinámica capaz de generar cultura y ocio. Esto plantea al museo un sistema de funcionamiento análogo al de una empresa que debe aplicar técnicas de marketing para conseguir la eficaz gestión de sus fondos, rentabilizar la institución y ser lo más competitiva posible. En busca de esa imagen de calidad en atención al público es de destacar que algunos museos, muy pocos todavía, están iniciando sistemas de evaluación del interés que el museo genera entre sus visitantes.

En la comunidad de Madrid, dentro del sector servicios —que contribuye con el 77% a la renta madrileña (Díez Clavero, 1995)—, el turismo alcanza una de las posiciones más relevantes, con una incidencia notable en la actividad económica. Al estar basada la actividad turística madrileña, principalmente, en la motivación profesional y de negocios, su desarrollo ha estado estrechamente vinculado a la evolución de dicha actividad económica. Sin embargo, esta orientación tiende cada vez más a asociarse con actividades de ocio, siguiendo las tendencias mundiales, por lo que destinos como Madrid, con un componente destacado en oferta cultural y de esparcimiento, se configura como importante foco de atracción turística.

Madrid posee una alta significación cultural, y en la ciudad se concentra la mayor parte del patrimonio histórico, artístico y cultural de la región y una buena representación del patrimonio del país. La atracción madrileña más importante, dentro del turismo cultural, es el Museo del Prado que junto al Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía y al Museo Thyssen-Bornemisza forman, el producto turístico que hoy se está promocionando como el «Paseo del Arte».

Pero si estos tres son los emblemáticos, la oferta se completa con un amplio número de museos, 92 en total, que aúnan calidad y cantidad de obras artísticas suficiente para situar a Madrid entre las ciudades de singular relieve artístico de Europa. Pero la realidad es que es necesaria la adecuación de los numerosos recursos turísticos museísticos que posee, ya que la inmensa mayoría de los mismos no presentan las condiciones adecuadas para ser visitados por el turismo.

Tras un estudio realizado en los museos de la ciudad de Madrid² pueden extraerse las siguientes conclusiones sobre la situación de estos museos en la oferta turístico-cultural:

- En ninguna de las publicaciones consultadas para la realización del estudio aparecen los 92 museos citados. Así en el censo del Ministerio de Educación y Cultura del año 1996 se citan 75 museos; en la obra de I. Corcho de 1995 se citan 79 museos; en la de Avellanosa de 1995, 41 museos; en la de Sanz-Pastor de 1990, 84 museos; y en la de Garrido de 1990, 72 museos³.
- El estudio ha abarcado todos los museos existentes en la ciudad de Madrid sin discriminación alguna por su localización, titularidad, tipología, accesibilidad, dimensiones, fondos, número de visitantes o servicios ofrecidos.

2 VACAS GUERRERO, T. (1998): *El espacio turístico cultural madrileño: Los museos*. Proyecto de Doctorado presentado en el Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense de Madrid.

3 Todas estas publicaciones aparecen reseñadas en la bibliografía final.

- Según la tipología (Ministerio de Educación y Cultura, 1996) en Madrid predominan claramente los Museos de Arte y los Especializados, ya que entre ambos alcanzan el 60% de la totalidad. Entre los primeros se encuentran los tres más visitados de la capital, en cambio los segundos apenas son conocidos ni visitados por el público.

NÚMERO DE MUSEOS EXISTENTES EN MADRID SEGÚN SU TIPOLOGÍA

1º Museos de Arte	30
2º Museos Especializados	26
3º Museos de Arqueología e Historia	11
4º Museos de Ciencia y Tecnología	9
5º Museos de Ciencias Naturales	6
6º Museos de Etnografía y Antropología	5
7º Museos Generales o Mixtos	4
8º Museos Regionales	1
Total	92

Elaboración propia.

- La mayoría de los museos madrileños son públicos: el 75%. El resto son museos privados, y de éstos el 21% pertenecen a la Iglesia.
- El 80% de los museos permanecen abiertos al público, aunque 5 de ellos sólo lo hacen esporádicamente. El acceso es libre en la mayoría de los museos (60%), aunque la visita debe solicitarse previamente en 20. De la totalidad, 12 no proporcionan esta información coincidiendo con los que permanecen cerrados al público en general.

Casi la mitad de los museos son gratuitos, un 47%, y de pago un 35%, aunque la mayoría de estos últimos tienen reducciones especiales para grupos y estudiantes, y suelen ser gratuitos para niños y jubilados. También suelen tener un día a la semana gratis para todos los visitantes.

- Servicios de interés turístico:
 Cuentan con algún tipo de visita guiada el 49% de los museos. El personal destinado a realizar estas tareas es bastante heterogéneo: en los museos del Patrimonio Nacional es obligatorio hacer la visita guiada y cuentan con sus propios guías preparados para ello; en 3 de los museos existen becarios que hacen las labores de guía cuando un grupo lo solicita; en 10 de los museos hay guías voluntarios de la tercera edad; pocos son los museos que cuentan con sus propios guías especializados, entre ellos están el Museo del Prado, el Reina Sofía, el Thyssen-Bornemisza, el de Ciencias Naturales, el Jardín Botánico y el Tecnológico de Telefónica. El resto de los museos que responden tener visitas guiadas no especifican cómo son éstas, pero la mayoría están destinadas al público escolar y no al resto de los visitantes.

Sólo tienen servicio de cafetería un 22% de los museos estudiados, y tienda hay en el 29% del total.

Solamente disponen de folletos informativos destinados a los visitantes el 36% de los museos. Por lo general se trata de trípticos en los que suele aparecer el plano con las salas del museo, el itinerario que se debe recorrer y algunos datos de información general.

En general el apartado de servicios, cuya demanda turística es cada vez mayor, resulta bastante escaso en los museos madrileños, aunque los más visitados sí que cuentan con ellos y algunos de los museos que se encuentran en segundo orden, por el número de visitas recibidas, los han introducido recientemente o están introduciéndolos en la actualidad.

- En referencia a las salas de exposición permanentes con que cuentan los museos madrileños, sólo cinco tienen más de 30 salas y se consideran, por lo tanto de gran tamaño. 8 museos son de tamaño intermedio, tienen entre 20 y 30. El resto son de pequeño tamaño. La mayoría de los museos en Madrid son pequeños y por lo tanto más fáciles de visitar por los turistas.
- Los museos que poseen otras salas para exposiciones temporales o para otras actividades son la mitad aproximadamente de los existentes. Esto también coincide con los más conocidos y visitados por el público, así como por los museos más modernos o abiertos más recientemente.
- El dato sobre los visitantes es uno de los más difíciles de obtener, algunos museos alegan que no conocen la cifra y otros no controlan el número de visitantes. Con los datos obtenidos podemos concluir que sólo dos museos reciben visitas millonarias, en segundo lugar está un grupo de 3 museos que reciben más de 400.000 visitantes, 5 museos son visitados por unas 200.000 personas y 3 museos por 100.000, el resto tienen cifras inferiores a unas decenas de miles.

VISITANTES A LOS MUSEOS MADRILEÑOS EN 1998

1º Museo del Prado	1.760.226
2º Mº N.C.A. Reina Sofía	1.013.228
3º Mº Palacio Real	828.999
4º Fº Thyssen-Bornemisza	650.000
5º Mº Real Jardín Botánico	389.000
6º Mº de Cera	215.000
7º Mº Ciencias Naturales	214.000
8º Mº Planetario	205.100
9º Mº Arqueológico Nacional	194.921
10º Mº de la Ciudad	183.473
11º Mº de América	115.900
12º Mº Municipal	109.564
13º Mº del Ferrocarril	107.792

Elaboración propia.

MUSEOS MADRILEÑOS MENOS VISITADOS

Entre 41.000-50.000 visitantes	9 museos
31.000-40.000	2
11.000-30.000	10
6.000-10.000	2
1.000-5.000	2
menos de 1.000	el resto

Elaboración propia.

Los museos madrileños en su totalidad son poco conocidos y visitados no sólo por los turistas, sino por el público en general. Son importantes las visitas que reciben el Prado, el Reina Sofía o la Thyssen que en su mayoría son turistas. El resto de los museos más visitados recibe sobre todo grupos escolares y algunos grupos de turistas. Los demás museos tienen cifras de visitantes muy poco importantes.

Destacar el Museo del Prado que con 1.760.226 de visitas el año 1998 es el museo más visitado de España, aunque hay que recordar que ocupa el octavo lugar entre los museos del mundo y que está lejos de recibir los siete o seis millones de visitantes del British Museum o del Museo del Louvre.

- En la localización de estos museos se da una alta concentración en el casco histórico, en el Madrid de los Austrias y en el de los Borbones, donde predominan los museos de Arte y los de Arqueología e Historia.

Pero sin duda el eje donde se halla el mayor número de museos es en el Paseo del Prado-Castellana, donde pueden visitarse una treintena de éstos desde la plaza de Atocha hasta la de San Juan de la Cruz entre los que se encuentran de Arte, Especializados, Arqueología e Historia y Ciencias Naturales. Dentro de este eje se encuentra la denominada «milla dorada madrileña del arte y la cultura», apenas dos kilómetros entre Atocha y Colón donde se produce la mayor concentración de centros de importancia cultural y artística de España. Y también en este eje es donde encontramos el «Paseo del Arte», comercializado como un producto turístico de gran importancia para la capital y que comprende los tres museos más visitados por el turismo, el Prado, el Reina Sofía y la Thyssen.

Unos 20 museos de la capital se hallan localizados en su zona periférica donde la accesibilidad por parte del turista es mucho menor.

Los museos madrileños como recursos turísticos culturales que son, deben utilizar el emergente turismo cultural que posee la ciudad como fuente para rentabilizar su actividad. El museo tiene que competir en el mercado del ocio y para ello deberá promocionarse usando los abundantes medios de comunicación existentes.

Si los museos deben dar un servicio al público actual y responder a las demandas futuras, será necesario que conozcan verdaderamente a sus visitantes y lo que éstos

desean, es decir conocer las necesidades reales del público e ir adecuándose paulatinamente a ellas.

Habría que apostar por un término medio entre las funciones tradicionales de los museos, que no deben ser abandonadas, y los nuevos cometidos que deben asumir para satisfacer las nuevas demandas que están surgiendo. Por todo ello habrán de tener en cuenta las últimas tendencias de la «nueva museología» que se aplican ya en los grandes museos, porque en los museos de Madrid esto sólo ocurre en una décima parte de los mismos.

Nuestros museos ya no son sólo lugares de estudio, depósitos artísticos, templos para la conservación de las obras de arte, sino que también deben ser lugares para el disfrute y la satisfacción de todo aquel que desee visitarlos.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ CUERVO, R. (1998): «El turismo en la Comunidad Autónoma de Madrid». *La Actividad Turística Española 1997*. AECIT. Madrid, pp. 377-388.
- AVELLANOSA, T., DE FRANCISCO, C. (1986): «Museos de España». Everest. León.
- CASTRO MORALES, F., BELLIDO GANT, M.L. (1998): «Patrimonio, museos y turismo cultural: claves para la gestión de un nuevo concepto de ocio». Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba.
- CORCHO GÓMEZ, I. (1996): «Los museos españoles. Estudio de situación». Turespaña. Madrid.
- CRUZ SÁNCHEZ, P.A. y MARÍN TORRES, M.T. (1999): «El turista como espectador del arte contemporáneo: aspectos culturales, estéticos y museísticos», *Cuadernos de Turismo*, nº 3, pp. 31-43.
- DÍEZ CLAVERO, J. (1995): «Madrid, centro de atracción turística», *Estudios Turísticos* nº 125. Instituto de Estudios Turísticos. Secretaría General de Turismo. Madrid, pp. 5-18.
- FIGUEROLA PALOMO, M. y otros (1998): «El turismo en la Comunidad de Madrid». Madrid: Serie *Estudios Regionales* 1998. Banco Bilbao Vizcaya. Madrid.
- GARRIDO, L., OLIVARES, J. (1990): «Museos de Madrid». Dirección General del Patrimonio Cultural de la Comunidad de Madrid.
- MATAS (1997): «El museo al servicio del turismo cultural. El caso del MNAC». Patrimonio cultural y sus relaciones con el turismo. Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Valencia.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA (1996): «Museos españoles. Datos estadísticos». *Colección Datos Culturales* nº 6. Madrid.
- SANZ PASTOR y FERNÁNDEZ DE PIEROLA, C. (1990): «Museos y colecciones de España». Ministerio de Cultura. Madrid.

