

EL TURISMO CULTURAL EN MÁLAGA. UNA APUESTA POR LOS MUSEOS

Josefa García Mestanza *Universidad de Málaga*

jgm@uma.es

Raquel García Revilla *Universidad a Distancia de Madrid*

mercedesraquel.garcia@udima.es

EL TURISMO CULTURAL EN MÁLAGA. UNA APUESTA POR LOS MUSEOS

JOSEFA GARCÍA MESTANZA

RAQUEL GARCÍA REVILLA

Resumen:

El impacto del Turismo en el desarrollo económico y social de un país, puede ser enorme en la apertura de negocios, el comercio y la inversión de capital, la creación de empleo y la protección del patrimonio y los valores culturales. El presente trabajo expone a la ciudad de Málaga, como una de las ciudades de España con mayor densidad de museos en su casco antiguo, haciendo notoria la apuesta de Málaga por el Turismo Cultural. La ciudad cuenta con 36 museos, los cuales serán descritos en este trabajo. Seguidamente, se mostrará la evolución del número de visitas a los principales monumentos y museos de Málaga durante el periodo 2004-2014 y se realizará un análisis con esos datos. Con el análisis de dichos datos, se concluye que existe una relación directa entre el número de visitantes y el aumento de la afluencia turística producido en estos últimos años, aunque lógicamente también influyen otras variables como el atractivo de la oferta cultural. En este sentido, la ciudad de Málaga, al contar con una oferta cultural atractiva, le resulta beneficiosa y positiva, desde un punto de vista económico como desde un punto de vista social.

Palabras Clave: cultura, turismo, turismo cultural, Málaga, museos.

CULTURAL TOURISM IN MÁLAGA. MUSEUMS CHALLENGE

Abstract:

The impact of tourism on economic and social development of a country, can be huge in the opening of business, trade and capital investment, job creation and protection of heritage and cultural values. This paper exposes the city of Málaga, as one of the cities in Spain with the highest density of museums in the old town, making notorious the bet by the Cultural Tourism Málaga. The city has 36 museums, which will be describe in this paper. Then the evolution of the number of visits to the main monuments and museums of Málaga will be displayed during the period 2004-2014 and the data analysis will be performed. With the analysis of these data, it is concluded that there is a direct relationship between the numbers of visitors and increasing the tourist influx occurred in recent years, but obviously other variables also influence the attractiveness of the cultural offer. In this sense, the city of Málaga to have an attractive cultural offer, it is beneficial and positive, from an economic point of view and from a social point of view.

Key words: culture, tourism, cultural tourism, Málaga, museums.

INTRODUCCIÓN

La World Travel and Tourism Council (WTTC) considera que el impacto del Turismo en el desarrollo económico y social de un país puede ser enorme en la apertura de negocios, el comercio y la inversión de capital, la creación de empleo y la protección del patrimonio y los valores culturales.

Para comprender plenamente su impacto en la economía mundial sólo hemos de citar algunas cifras. En 2014 los viajes y el turismo generaron 6,7 billones de euros, es decir, un 10% del PIB mundial, y 277 millones de puestos de trabajo, lo que representa uno de cada once puestos.

Las llegadas de turistas internacionales también aumentaron, alcanzando en 2014 casi 1,14 billones, aunque el porcentaje de variación de los gastos de los visitantes fue más igualado que el crecimiento. Los visitantes de las economías emergentes ahora representan una cuota del 46% de las llegadas internacionales, lo que demuestra el crecimiento y el aumento de las oportunidades para viajar en estos nuevos mercados (Scowsill, 2015).

En los últimos años el crecimiento económico se ha producido a un ritmo más rápido y se espera que continúe esta tónica. A nivel mundial las previsiones no dejan lugar a dudas. Si se toman como referencia los datos de 2014 y las previsiones a 2025 las cifras son de vértigo (WTTC, 2015a):

- La contribución directa de viajes y turismo al PIB fue de 2.150.514,77 millones de euros, y se prevé que se incremente en un 3,9% anual hasta 2025, lo que supondría un 3,3% del PIB.
- La contribución total de viajes y turismo al PIB fue de 6.891.977,54 millones de euros, lo que supuso un 9,8% del PIB, y se prevé que se incremente en un 3,8% anual hasta el 2025, lo que representará un 10,5% del PIB.
- Los puestos de trabajo directos ascendieron a 105.480.000, lo supuso un 3,6% del empleo total. Esta cifra se espera que aumente un 2,0% anual hasta el 2025 lo que implicará un 3,9% del empleo total.
- Las exportaciones de los visitantes generaron 1.257.568,13 millones de euros, representando el 5,7% de las totales. Se prevé que crezca un 4,2% anual hasta el 2025 lo que supondría un 5,6% del total.
- Y respecto a la inversión fue de 740.128,46 millones de euros, es decir, un 4,3% del total. Estimándose que aumente un 4,6% anual hasta 2025 lo que supondrá un 4,9% del total.

Datos que son aún más relevantes si se toman las cifras de 2014 en nuestro país y sus previsiones para 2025 (WTTC, 2015b):

- La contribución directa de viajes y turismo al PIB fue de 58.800 millones de euros, representando un 5,6% del total del PIB, y se prevé que aumente en un 2,3% anual hasta 2025, lo que supondría unos 6.200 millones de euros, alcanzando el 5,7% del PIB.
- La contribución indirecta al PIB fue de 161.000 millones de euros, un 15,2% del PIB, y se prevé que se incremente en un 2,1% anual hasta en 2025, llegando a 206.000 millones de euros, lo que supondría el 15,4% del PIB.

- Los puestos de trabajo directos ascendieron a 870.000, un 5,0% del total. Esta cifra se espera que aumente un 1,3% anual. En 2025 la cifra será de 1.023.000 puestos de trabajo, es decir, un 5,4% del empleo total.
- Los puestos de trabajo indirectos ascendieron a 2.652.500, un 15,3% del empleo total. Este se espera que aumente un 0,9% anual. En 2025 la cifra sería de 2.995.000 puestos de trabajo, en porcentaje, un 15,7% del empleo total.
- Las exportaciones de los visitantes generaron 52.200 millones de euros, un 15,3% del total de las exportaciones. Esto se prevé que crezca un 2,7% anual. En 2025 supondría 70.700 millones de euros, un 13,8% del total.
- Y respecto a la inversión fue de 13.500 millones de euros, un 6,9% de la inversión total. Se prevé que se eleve un 3,5% anual en los próximos diez, ascendiendo en 2025 a 19.600 millones de euros.

Como queda patente a través de estas cifras el turismo ofrece inmensas posibilidades de desarrollo socioeconómico en los destinos de todo el mundo. En este universo turístico mundial el turismo cultural se ha ido posicionando poco a poco como uno de los segmentos más desarrollados (Rypkema y Mason, 2011; Caro, Luque y Zayas, 2014) y ha demostrado su capacidad de incrementar la competitividad, crear oportunidades de empleo, frenar el éxodo rural, generar ingresos para invertir en conservación y cultivar un sentimiento de orgullo y autoestima entre las comunidades receptoras e incluso rejuvenecer las áreas urbanas y las zonas históricas. En este sentido, el turismo puede resucitar y revivir una cultura.

Sin embargo, para promover y salvaguardar de manera efectiva el propio patrimonio del que depende el turismo cultural, es crucial formular un enfoque sostenible y a múltiples bandas, ya que puede convertirse en un arma de doble filo. Si bien tiene el potencial para preservar y promover culturas autóctonas, en muchos casos, ha tenido el efecto contrario. Esto hace patente la necesidad de colaboración entre la industria del turismo y la industria cultural para asegurar resultados positivos a ambas partes. En referencia a dicha necesidad de colaboración podríamos destacar diversas formas en las que el turismo y la cultura pueden trabajar juntos para construir un futuro mejor:

- Para el crecimiento económico. El uso responsable de los bienes culturales por el turismo crea nuevas oportunidades de empleo y genera ingresos para las comunidades locales. Del mismo modo, el turismo cultural puede proporcionar una herramienta vital para el alivio de la pobreza.
- Para la estabilidad del desarrollo social. Vivimos en la era de los viajes. Nunca antes en nuestra historia nos hemos visto expuestos a esta gran fusión de etnias, religiones y estilos de vida. El turismo rompe muros y construye puentes entre visitantes y anfitriones, promueve el respeto y el entendimiento mutuo que tanto se necesita en este mundo a menudo dividido.
- Para la protección y conservación del patrimonio. El patrimonio cultural requiere encontrar al mismo tiempo un equilibrio entre el aumento de la demanda turística y los valores inherentes al mismo, pues se corre el riesgo de la pérdida de identidad local en las regiones globalizadas, sobre todo cuando es esa “identidad” la que atrae al turista y la que fomenta la economía del lugar.

La percepción de estos beneficios del turismo cultural genera su impulso a fin de salir de la gran repercusión socioeconómico en la que nos hayamos inmersos. No obstante, éste será positiva si se formula bajo un enfoque sostenible y a múltiples bandas, con la

colaboración de los sectores público y privado así como todos de las partes interesadas, lo que nos motivó a centrar nuestra investigación en Málaga. Concretamente, estudiaremos el Turismo Cultural basado en museos desarrollado en la capital malacitana al objeto de realizar una fotografía de la situación actual del mismo en la ciudad malagueña, y analizar, desde el punto de vista turístico, la importancia y repercusión que tiene para Málaga.

Este objetivo general se articula en torno a los siguientes objetivos específicos:

- Conceptualizar el Turismo Cultural.
- Definir e inventariar los museos de la oferta malagueña.
- Recoger los principales resultados del Turismo Cultural de Museos.

Para la consecución de estos objetivos se ha desarrollado una estrategia metodológica articulada en torno a técnicas de investigación cualitativa/descriptiva y cuantitativa en base al análisis de fuentes documentales y estadísticas existentes a fin de presentar el potencial del sector.

TURISMO CULTURAL

Desde la Antigüedad, las visitas culturales han sido una de las motivaciones para muchos viajeros y esta conexión se ha ido haciendo más nítida a partir del Renacimiento y, sobre todo, con los denominados viajes del Grand Tour (Morère y Pereyó, 2013; Pulido, de la Calle y Velasco, 2013).

Este Turismo Cultural nace e integra dos áreas, Turismo y Cultura, que han recorrido distintas fases de evolución, encuentros y desencuentros conceptuales y teóricos pero también administrativos y políticos. De hecho, éste no posee una única definición genérica aceptada a nivel mundial, ya que a lo largo de la historia ha sido conceptualizado o matizado por los diferentes autores en función de la perspectiva del estudio realizado.

Desde un punto de vista conceptual, el Turismo Cultural tiene en su origen la Cultura que integra todas las parcelas de nuestra vida cotidiana bajo múltiples formas (patrimonio, lengua, hábitos, creaciones artísticas, tradiciones, gastronomía). Pero a ello hay que añadir el viaje que, en sí mismo, adquiere como nunca una dimensión cultural a través de las distintas experiencias que los viajeros viven a lo largo de la estancia (Morère y Pereyó, 2013).

Esta visión amplia incorpora una dimensión de mercado y consumo (Herrero, 2011) y otra de oferta como herramienta de conservación del patrimonio (Richards, 2007). Además, desde esta perspectiva, se da protagonismo al visitante en la creación de modelos de visita experienciales y creativos (Camarero y Garrido, 2004).

Así, en el ámbito turístico cabe mencionar autores como Silberg (1995) que definen este término como “las visitas realizadas por personas de fuera de la comunidad receptora, que están motivadas total o parcialmente, por el interés histórico, artístico, científico, además de las costumbres y modos de vida que puede brindar una comunidad, región, grupo o institución”. No obstante, por su difusión a nivel internacional destacan las aportaciones de dos organismos:

- La Organización Mundial del Turismo (OMT, 1995) considera que el Turismo Cultural está constituido por “todos los movimientos de personas para satisfacer

la humana necesidad de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros”.

- Y, la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 1976), que define por primera vez el Turismo Cultural en 1976 (Carta del ICOMOS adoptada en Bruselas ese mismo año): “El Turismo Cultural es aquella forma de Turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye –para satisfacer sus propios fines– a su mantenimiento y protección. Esta forma de Turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada”.

Diez años más tarde (UNESCO, 1986) lo matiza como las “excursiones personalizadas a otras culturas y lugares con el fin de aprender sobre su gente, estilos de vida, patrimonio y arte de manera informada, que represente en forma genuina sus contextos y valores históricos incluyendo experimentar aquello que es diferente”.

Más específica sería la definición recogida en la Carta Internacional sobre Turismo Cultural del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS, 1999) que considera al Turismo Cultural como “un movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales y otros eventos culturales”.

De todas estas acepciones se extrae un trasfondo común al contemplar el Turismo Cultural como un movimiento y/o desplazamiento de las personas que lo realizan hacia manifestaciones culturales fuera de su área de residencia habitual con la intención de recopilar información y obtener experiencias que satisfagan sus necesidades culturales (Richards, 1996).

Este tipo de turismo precisa de recursos para su desarrollo, como pueden ser los históricos o artísticos. Por ello, incluye el turismo en las zonas urbanas, en particular las ciudades históricas o grandes y sus instalaciones culturales como museos y teatros, y el turismo en las zonas rurales que muestran las tradiciones de las comunidades culturales oriundas (es decir, festivales, rituales), y sus valores y estilo de vida, así como nichos como el turismo industrial y el turismo creativo.

TURISMO CULTURAL EN MÁLAGA: UNA APUESTA POR LOS MUSEOS

La apuesta de Málaga por el Turismo Cultural es notoria. Entre éstos, destacan, por importancia y número de visitantes, el Museo Picasso y la Casa Natal de Pablo Ruiz Picasso, el museo Carmen Thyssen o el CAC. A esta oferta se une, además, los nuevos museos inaugurados recientemente, el Centre Pompidou Málaga (sede del Centro Nacional de Arte y Cultura Georges Pompidou de Francia) y la Colección del Museo Ruso de San Petersburgo.

A modo de reseña recogeremos la relación de museos que posee, llegando a alcanzar un total de treinta y seis, la mayoría de ellos concentrados en el Centro Histórico, convirtiéndola en una de las ciudades con mayor densidad de museos en su casco antiguo.

Fig. 1: Museos en Málaga



Fuente: <https://www.google.es/maps/search/museos+malaga/@36.7016503,-4.5165613,12z/data=!3m1!4b1> (Consultado 02/03/2016).

A continuación presentaremos de forma resumida algunas de sus características más relevantes (<http://www.malagaturismo.com/es>):

1) MUSEO PICASSO DE MÁLAGA

El Palacio de Buenavista alberga una Colección Permanente que muestra ocho décadas de trabajo de Pablo Picasso, nacido en Málaga en 1881. La Colección transmite el rigor y la capacidad creativa de un artista imprescindible para comprender la historia del arte occidental. Además, las exposiciones temporales ahondan en el conocimiento del contexto artístico, mientras que el programa de actividades propone múltiples maneras de disfrutar de las artes.

2) MUSEO JORGE RANDO

Este museo es centro de referencia de la obra del maestro malagueño, es la primera institución en España dedicada al estudio, investigación y difusión de la poética expresionista, en el amplio sentido del término, desde los decenios finales del siglo XIX hasta el presente. El recorrido es un paseo pictórico con una exposición permanente en continuo movimiento, se turnan para acompañar a las exposiciones temporales de los artistas nacionales e internacionales vinculados a esta corriente artística.

3) CENTRE POMPIDOU MÁLAGA

Es el primer museo que el centro de arte parisino ubica fuera de Francia. El centro propone, a todo tipo de público, vivir la experiencia del *Centre Pompidou* a través de la riqueza de su colección, la excelencia de su programación, el cruce de disciplinas artísticas y sus innovadores programas de mediación. Así, junto a esta presencia permanente, se presentarán dos a tres exposiciones temporales temáticas o monográficas al año, que exploran los diferentes segmentos de la colección (fotografía, diseño,

arquitectura y vídeo). La experiencia se vivirá a través de programas pluridisciplinares dedicados a la danza, la representación, la palabra y el cine, con la ayuda de dispositivos de mediación, destinados sobre todo a un público joven.

4) MUSEO NACIONAL DE AEROPUERTOS Y TRANSPORTE AÉREO

Cuenta con 3000 m² de exposición interior y más de 4000 m² en exteriores. Su colección procede de aeropuertos de toda España, entre las que destacan 9 aeronaves históricas. La visita muestra el funcionamiento interno de un aeropuerto con la evolución de la tecnología aeronáutica y aeroportuaria y el desempeño de las distintas profesiones aeroportuarias, así como los principios de la Física aplicados a la aviación.

5) CENTRO DE ARTE CONTEMPORÁNEO DE MÁLAGA

El CAC está destinado a la divulgación y reflexión del arte contemporáneo. Exposiciones, publicaciones, conferencias, programas pedagógicos, talleres y seminarios son algunas de las múltiples actividades que hacen del Museo un centro vivo, un lugar dinámico, innovador y abierto a todo tipo de propuestas artísticas y culturales de la vanguardia internacional.

6) FUNDACIÓN PICASSO. MUSEO CASA NATAL

En el número 15 de la Plaza de la Merced, donde residían Don José Ruiz Blasco y Doña María Picasso, nace en 1881 Pablo Ruiz Picasso, el pintor más importante del siglo XX. Declarado Monumento Histórico-Artístico de Interés Nacional en 1983 el Museo Casa Natal comenzó ocupando la primera planta hasta albergar hoy la totalidad del edificio. Además, desde el año 2005 cuenta con otra sala de exposiciones en el número 13 de la Plaza de la Merced.

7) CENTRO DE INTERPRETACIÓN DEL CASTILLO DE GIBRALFARO

En el recinto del antiguo polvorín del siglo XVIII se presenta una exposición que refleja la vida del Castillo como guarnición militar y vigía costero desde 1487. En grandes vitrinas, cada una dedicada a un siglo (XVI, XVII, XVIII, XIX y XX), por medio de planos con la evolución urbana, armas, uniformes y objetos de la vida cotidiana se vislumbra la evolución de la guarnición.

8) MUSEO DE LA ARCHICOFRADÍA DE LA ESPERANZA

Muestra de arte religioso que comprende pintura, talla, orfebrería y bordados. Se extiende en dos plantas con una superficie de 400 m². Destacan por su monumentalidad el fresco “Retablo de la pasión”, obra neo cubista de Rodríguez Acosta; el monumental mural que cubre el techo y relata la historia de la Archicofradía, de Eugenio Chicago; y los tronos del Nazareno del Paso y de M^a Sta. De la Esperanza.

9) MUSEO DEL PATRIMONIO MUNICIPAL (MUPAM)

En él se exhiben de forma permanente una selección de los fondos del Patrimonio Municipal de carácter histórico-artístico. Pinturas, esculturas y obras gráficas entre las que encontramos autores como Picasso o Carlos Haes.

10) MUSEO CATEDRALICIO

Ubicado en la antigua sala capitular, posee un artesonado mudéjar del siglo XVI. Alberga una selección de su patrimonio pictórico y escultórico, con relevantes obras de Pedro de Mena y José Ribera entre otros. La colección se completa con objetos litúrgicos de platería, talla y bordado, destacando custodias, relicarios, juegos de altar y crucificados de marfil. La visita se realiza conjuntamente con la de la Catedral.

11) COLECCIÓN DEL MUSEO RUSO, SAN PETERSBURGO MÁLAGA

El centro cuenta con 2.300 metros cuadrados y 777 metros lineales, para la exhibición de obras de arte en un edificio adaptado para este nuevo uso dentro del recinto de la antigua fábrica de tabacos de la ciudad, conocido como Tabacalera, erigido en la década de 1920 siguiendo el modelo de la arquitectura regionalista entonces en boga. A través de un centenar de piezas datadas entre los siglos XV y XX especialmente seleccionadas para Málaga, además de las obras, irán integrando cada año dos exposiciones temporales, el acuerdo suscrito por el Ayuntamiento de Málaga y el Museo matriz en San Petersburgo, permite que la creación artística de Rusia entable un diálogo permanente con los visitantes.

12) MUSEO DEL VINO

Espacio en el que conviven la historia, la cultura, el arte y la formación en torno a los vinos de la provincia de Málaga. Cuenta con la exposición de más de 400 litografías (etiquetas y carteles de los siglos XIX y XX), Centro de Interpretación, Sala de Cata, Aula de Formación y Tienda. Divulga la cultura de los vinos con denominación de Origen “Málaga” y “Sierras de Málaga”.

13) MUSEO DEL VIDRIO Y CRISTAL DE MÁLAGA

Las extraordinarias pinturas de su fachada, un edificio del Siglo XVIII, y su estructura interior nos hablan de la singularidad del museo. Se pueden admirar unas 3.000 piezas de cristal, acompañadas por una importante representación de obra pictórica, mobiliario y objetos de decoración que corresponden a diferentes periodos históricos, creando una atmósfera mágica en el contexto doméstico en el que vivieron sus primeros propietarios.

14) MUSEO DE ARTE FLAMENCO. PEÑA JUAN BREVA

El Museo de Arte Flamenco de la Peña Juan Brea es el resultado de una actividad incesante de esta Peña durante más de cincuenta años, exclusivamente dedicados al flamenco. El museo cuenta con dos plantas con obras de arte diversas, valiosas guitarras y, muy especialmente, miles de discos de pizarra, otros tantos de vinilo, cilindros de cera e innumerables grabaciones. Todo monotemático sobre flamenco.

15) MUSEO & TOUR MÁLAGA CLUB DE FÚTBOL

Bienvenido a más de 100 años de pasión por el Fútbol en Málaga. Vive una experiencia única y visita las zonas más exclusivas del Estadio La Rosaleda. Siente en primera persona el ambiente que rodea a los jugadores antes de un partido, y descubre la interesante e histórica colección de documentos, objetos, trofeos y símbolos más queridos por la afición malaguista.

16) ARS MÁLAGA. PALACIO EPISCOPAL

Espacio de Arte en el que se puede visitar la zona noble del Palacio Episcopal: Patio porticado, escaleras imperiales, capilla y jardín privado. La visita al Palacio también incluye colecciones permanentes de los fondos de la Diócesis de Málaga y exposiciones temporales.

17) MUSEO CARMEN THYSSEN MÁLAGA

El Museo Carmen Thyssen Málaga es la muestra de pintura andaluza del siglo XIX más completa que existe en la actualidad en España. Se ubica en el Palacio de Villalón, una edificación palaciega del siglo XVI ubicada en pleno centro de la ciudad de Málaga. La colección permanente está compuesta por 230 obras, que recorren de manera brillante el arte del siglo XIX español.

18) MUSEO FELIX REVELLO DE TORO

Exposición permanentemente de las obras del afamado retratista y pintor figurativo malagueño Félix Revello de Toro con más de cien óleos, bocetos y dibujos. También está dedicado a la figura del imaginero Pedro de Mena, cuya casa taller del siglo XVII se ha recuperado. Cuenta con un centro de interpretación con una mesa interactiva y un documental con un final sorprendente.

19) CASA GERALD BRENAN

La casa donde viviera el escritor británico Gerald Brenan es un centro de encuentro cultural que tiene por objetivo incentivar las conexiones entre los artistas anglosajones y los españoles, es decir, conseguir que esta Casa sea un lugar de encuentro de las culturas anglosajonas e hispanas y un lugar de reflexión de nuevas ideas. Además, contiene una sala que se ha dedicado a recrear el ambiente del lugar y su vida en Málaga, en el que destacan libros y fotos del escritor británico.

20) MUSEO TAURINO DE MÁLAGA

Recorre el mundo de los toros a través de impresionantes trajes de luces, bellos capotes, fotografías que han inmortalizado fugaces momentos de la plaza, esculturas relacionadas con el arte taurino o carteles de corridas donde históricos diestros lidiaron bravos toros.

21) MUSEO Y BASÍLICA DE SANTA MARÍA LA VICTORIA

La Virgen de la Victoria es la patrona de la Ciudad traída por el Rey Fernando el Católico en 1487 y su iglesia de 1700 es de estilo barroco, con retablo de mediados del siglo XVII dedicado a San Francisco de Paula. La cripta está construida bajo el patronazgo del Conde de Buenavista; destaca el mausoleo y la blanca yesería sobre paredes negras. Por último, el Camarín de la Virgen es de estilo barroco y rococó.

22) PRINCIPIA. CENTRO DE CIENCIA

Este museo interactivo de ciencia consta de tres espacios principales: un observatorio astronómico en la terraza, la “Sala Faraday” donde se realizan sesiones de experimentos, un planetario con proyector digital de estrellas para ver el cielo de cualquier lugar del universo, y la “Sala Tomás Hormigo” con más de 80 módulos interactivos.

23) MUSEO DE ARTES Y COSTUMBRES POPULARES

Esta antigua posada del siglo XVII se ha acondicionado para realizar un recorrido por la historia de Málaga y su provincia, sus costumbres y actividades en el siglo XIX. Podrá pasear entre carruajes para el transporte con animales, contemplar los oficios de la forja, la panadería, la pesca o la imprenta. Descubrir la elaboración del vino y del aceite y conocer el mundo rural, el folklore o la religión popular.

24) MUSEO AUTOMOVILÍSTICO DE MÁLAGA

Sorprendente colección de más de noventa exclusivos modelos como Jaguar, Aston Martin, Bugatti, Rolls Royce o Porsche, entre otros, ubicada en el histórico edificio de Tabacalera. Ilustran la evolución estética del automóvil a través de diez salas temáticas. Alberga también una inédita muestra de motores convertidos en arte y más de 300 sombreros originales de los años 20-50 de grandes diseñadores como Dior, Chanel y Balenciaga, entre otros.

25) MIMA. MUSEO INTERACTIVO DE LA MÚSICA DE MÁLAGA

MIMMA se ubica en el Palacio del Conde las Navas, edificio del S. XVIII. Tiene una importante colección de instrumentos musicales de todo el mundo y de todas las épocas,

muchos de los cuales se pueden tocar. Este museo interactivo en el que se invita a experimentar en su espacio está destinado a todo tipo de público, tanto infantil como adulto.

26) YACIMIENTOS ARQUEOLÓGICOS DE LA ARAÑA

La situación, los recursos naturales y el buen clima han hecho de Málaga un lugar habitado desde la prehistoria. Así se puede constatar en los Yacimientos Arqueológicos de la Araña (Parque Prehistórico de Málaga) en donde conocer más sobre las épocas neardental, neolítica y del cobre. Consta de un Centro de Interpretación con reproducciones y piezas originales y las cuevas visitables.

27) CENTRO DE INTERPRETACIÓN TEATRO ROMANO

Es una de las entradas al *Teatro Romano* en cuya fachada exterior se pueden leer fragmentos de la *Lex Flavia Malacitana*. Diferentes piezas y una museografía de contenidos didácticos nos introducen en el mundo romano. La visita continua por el interior del teatro, que fue construido durante los primeros años del principado de *Augusto*, en el siglo I, manteniendo su uso hasta finales del siglo III. En la actualidad queda al descubierto la cavea, la orquesta y el escenario.

28) ECOMUSEO LAGAR DE TORRIJOS

El Ecomuseo es una casa lagar de los montes de Málaga que data de 1843. Este edificio, que se conserva sustancialmente tal y como se construyó, contiene todos los instrumentos antiguos que se utilizaban para la obtención del vino dulce de Málaga, así como la obtención de aceite virgen extra y elaboración de pan.

29) MUSEO – TESORO DE LA COFRADÍA DE LA EXPIRACIÓN

Este museo de construcción moderna consta de un gran espacio dedicado a los tronos procesionales. Podrá ver en las capillas propias, anexas a la iglesia de San Pedro, las sagradas imágenes. También se exponen en él los enseres de la Cofradía, objetos de culto y ajuar variado, destacando el manto de la Virgen, estandartes y cruz guía.

30) MUSEO DE LA COFRADÍA DE ESTUDIANTES

En el Salón de Tronos se encuentran enseres, bordados, joyas y pinturas, entre otros elementos, lo más destacado del patrimonio de la Cofradía. Imágenes propias y sonidos reales, además de pantallas interactivas, permitirán al visitante sumergirse en el Lunes Santo de los Estudiantes. El Museo también cuenta con Aula Didáctica que complementará una visita a la Semana Santa Malagueña.

31) MUSEO DE LA COFRADÍA DEL SANTO SEPULCRO

Dos tronos, perfectamente montados y expuestos para su contemplación y deleite, ocupan el espacio principal del museo. En esta misma planta se pueden admirar vitrinas con enseres de finales del siglo XIX y principios del XX. En la primera planta existe una pinacoteca con pintura malagueña de principios del siglo XIX hasta la actualidad.

32) MUSEO DE LA SEMANA SANTA. MUSEO DE LAS COFRADÍAS

Se encuentra instalado en el Antiguo Hospital de San Julián, edificio de finales del siglo XVII, cuya iglesia conserva una importante colección pictórica. Está concebido como un espacio temático, histórico y patrimonial, distribuido en siete salas que ofrecen a los visitantes un interesante recorrido por la historia y evolución de la Semana Santa malagueña, resaltando la importancia que tiene para la propia ciudad y para su proyección internacional.

33) MUSEO DEL CAUTIVO Y DE LA TRINIDAD

El museo está situado en el barrio de la Trinidad, en la plaza de Bailén. Cuenta con seis salas repartidas en 327 metros cuadrados, en las que se exponen las principales piezas del patrimonio histórico y artístico de la hermandad, incluida la primitiva imagen de la Virgen de la Trinidad. La cofradía ha llegado a un acuerdo con los voluntarios de la Asociación Cultural Zegrí para organizar las visitas.

34) MUSEO ALBORANIA – AULA DEL MAR

Experiencia interactiva para descubrir la extraordinaria fauna y flora marina de Alborán. Conocer la historia de Málaga con el mar a través de la pesca, la navegación, la cultura y tradiciones marineras. Valorar el patrimonio natural y cultural del litoral andaluz para participar en la conservación de los espacios costeros y las especies marinas.

35) SALA DE EXPOSICIONES ARQUEOLÓGICAS DE LA ALCAZABA

Exposición permanente sobre “Técnicas y uso de la cerámica en la Málaga Musulmana, siglos XI- XIV”. Es un recorrido didáctico de la importancia de la cerámica, de la labor de los arqueólogos al recogerla y de los restauradores al completarla para un uso museístico. En las Salas del Palacio Nazarí se muestran temas como el significado de los objetos de cerámica, sus partes, la variedad de formas y funciones.

36) CENTRO DE ARTE DE LA TAUROMAQUIA – COLECCIÓN JUAN BARCO

El Centro de Arte de la Tauromaquia acoge la colección de Juan Barco sobre el mundo taurino, que ha sido catalogada por expertos como “*la mejor y más completa del mundo*”.

Como se puede apreciar Málaga entiende la cultura como uno de los motores de desarrollo fundamental en términos sociales, económicos y lúdicos. En esta apuesta se aspira a que sea una ciudad turística renovada por su condición cultural, turismo para y por la cultura. De hecho, la intención era hacer la ciudad más metropolitana, asumiendo su capitalidad de la Costa del Sol, y proyectándola más internacionalmente al hacerla más atractiva para sus ciudadanos y para sus visitantes. Tanto es así que se publicita como “ciudad de museos”. Dentro de esta línea se definieron tres proyectos que concretaban el modelo de ciudad de la cultura: Ágora Mediterráneo, la ciudad como espacio de cultura; Málaga Tur, una ciudad para el turismo; y Málaga, ciudad que se enriquece con la diversidad cultural.

RESULTADOS DEL TURISMO DE MUSEOS

El Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga cifra entre los 200.000 y 500.000 los visitantes anuales del Museo Picasso y la Casa Natal de Pablo Ruiz Picasso, el museo Carmen Thyssen o el CAC (OMAU, 2015). Es evidente que contar con una oferta cultural atractiva es algo beneficioso y positivo para la ciudad, tanto desde un punto de vista económico como desde un punto de vista social.

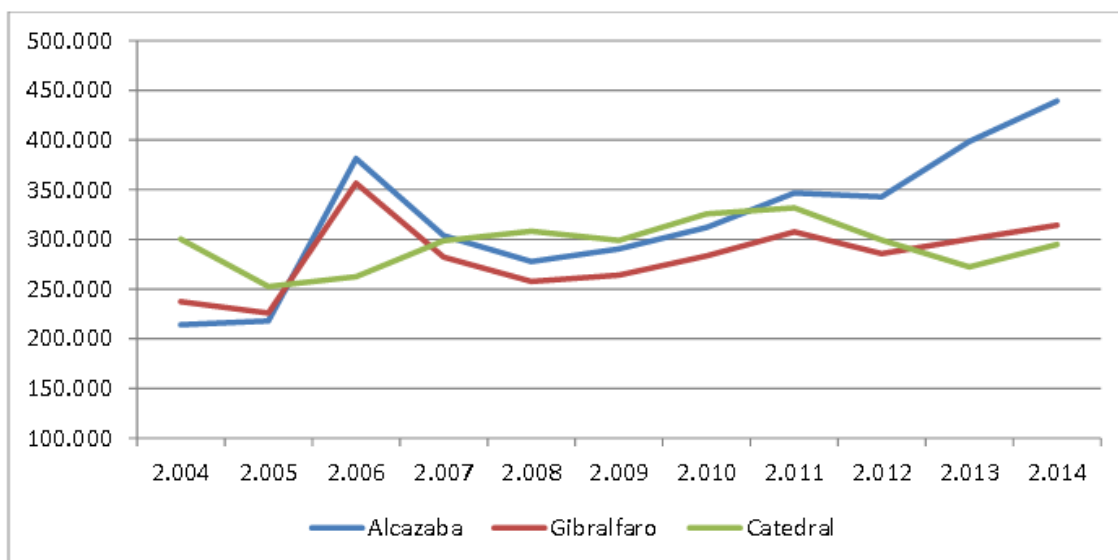
Fig. 2: Evolución del número de visitas a los principales monumentos y museos de Málaga durante el periodo 2004-2014

	Alcazaba	Gibralfaro	Catedral	Museo Picasso	Casa natal Picasso	CAC	Museo C.Thyssen
2.004	214.194	237.219	300.259	383.819		131.671	
2.005	218.005	225.884	252.460	304.658		173.502	
2.006	381.141	356.408	262.379	342.824		238.996	
2.007	303.885	282.167	298.656	340.688	114.009	280.689	
2.008	277.541	257.653	308.178	336.522	122.965	657.271	
2.009	290.423	264.006	298.818	324.861	117.131	392.638	
2.010	312.129	283.330	325.753	345.742	130.095	390.919	
2.011	346.722	307.579	331.641	391.319	118.522	368.960	184.233
2.012	342.979	285.523	299.251	381.055	130.431	408.100	120.309
2.013	398.455	300.083	272.411	406.465	110.766	463.763	154.523
2.014	438.992	314.086	294.984	410.568	114.305	495.417	150.747

Fuente: OMAU, 2015.

En relación al número de visitas a los principales monumentos y museos y su evolución en los últimos años, se observa que en general la línea es creciente para todos ellos. Sin embargo, existen bastantes diferencias de comportamiento entre puntos de interés turístico como por ejemplo la Alcazaba o el CAC, cuyo número de visitantes crece por encima del 250% en el período entre 2004 y 2014, y otros monumentos y museos de interés como por ejemplo el Museo Picasso o el Castillo de Gibralfaro, cuya evolución en el número de visitantes aumenta, pero de forma más contenida.

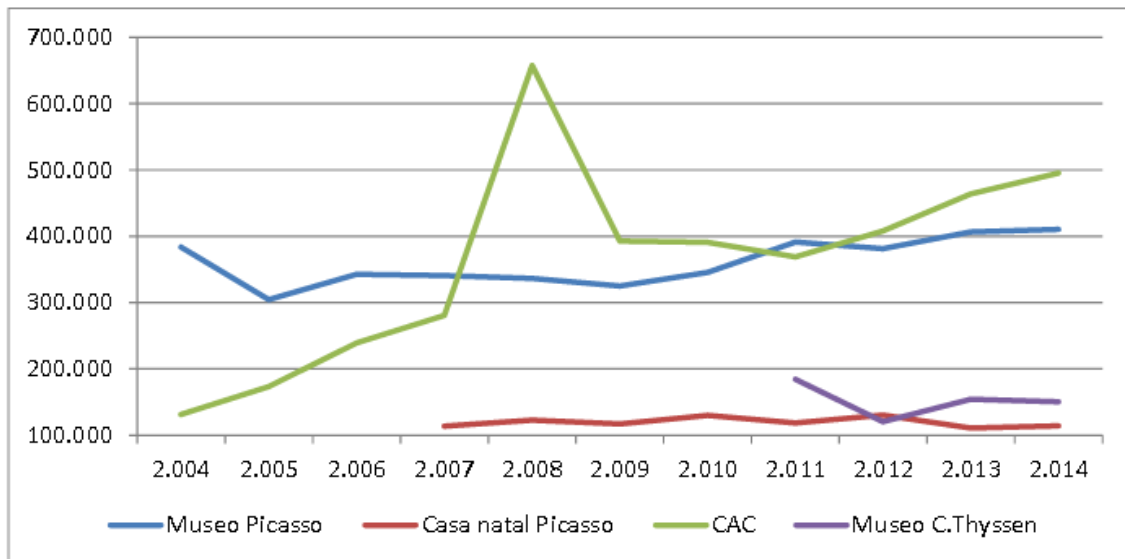
Fig. 3: Evolución del número de visitas a los principales monumentos de Málaga durante el periodo 2004-2014 (Alcazaba, Gibralfaro y Catedral)



Fuente: OMAU, 2015.

En todo caso, es obvio que existe una relación directa entre el número de visitantes y el aumento de la afluencia turística producido en estos últimos años, aunque lógicamente también influyen otras variables como el atractivo de la oferta cultural, como puede ocurrir en el caso del CAC u otros museos y salas de exposición, el comportamiento de la población residente, etc.

Fig. 4: Evolución del número de visitas a los principales monumentos de Málaga durante el periodo 2004-2014 (Museo Picasso, Casa natal de Picasso, CAC, Museo Carmen Thyssen)



Fuente: OMAU, 2015.

CONCLUSIONES

Málaga se ha convertido, desde hace no demasiados años, en un punto de referencia del turismo cultural dentro de las ciudades de nuestro entorno. A los elementos patrimoniales clásicos, entre los que cabe destacar los monumentos históricos como la Alcazaba, el Castillo de Gibralfaro, el Teatro Romano o la Catedral de Málaga, entre otros, se une la amplia oferta de museos de muy diversa índole que se ha ido consolidando poco a poco a lo largo de estos últimos años.

Pero, como se apunta en los informes de Observatorio de Medio Ambiente Urbano (OMAU, 2015) una de las propuestas de actuación que podrían plantearse con el objetivo de preservar el patrimonio histórico en la Ciudad Antigua y mantener un mayor equilibrio entre la población residente y los visitantes, es el de diversificar determinados usos vinculados a la actividad turística, como los relativos a la hostelería o restauración.

Dentro de esta misma línea estratégica, también cabría incluir el fomento de una mayor diversificación geográfica en la oferta cultural o de ocio de la ciudad, ya que supone un elemento de atracción para la proliferación de otros usos comerciales orientados principalmente al turismo, de forma que dicha oferta no se localice casi en exclusiva en el Centro Histórico.

En este sentido, proyectos como MAUS (Málaga Arte Urbano SOHO) para la creación de un Barrio de las Artes en el Ensanche Heredia, o la puesta en marcha del Plan Director para la dinamización económica del entorno de Tabacalera, zona en la que como se puede comprobar en el plano siguiente, se localizan el Museo Automovilístico y el reciente Museo Ruso de San Petersburgo, pueden ayudar a diversificar esta oferta y fomentar de esta forma un mayor nivel de policentrismo.

BIBLIOGRAFÍA

- Camarero, G. y Garrido, M.J., (2004). Marketing de Turismo Cultural. Pirámide, Madrid.
- Caro, J.L.; Luque, A. y Zayas, B. (2014). Aplicaciones tecnológicas para la promoción de los recursos turísticos culturales XVI Congreso Nacional de Tecnologías de la Información Geográfica, Alicante. Recuperado el 23 de Febrero de 2016, de http://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/7889/49_Caro%20et%20al_Aplicaci

ones%20tecnol%C3%B3gicas%20para%20la%20promoci%C3%B3n%20de%20los%20recursos%20tur%C3%ADsticos%20culturales.pdf?sequence=1

Herrero, L.C. (2011). El Turismo Cultural en España: Un sector estratégico, Papeles de Economía, 128, pp. 123-137.

ICOMOS (1999). Carta Internacional sobre Turismo Cultural. Recuperado el 23 de Febrero de 2016, de http://www.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf

Morère, N. y Pereyó, S. (2013). Turismo Cultural. Patrimonio, museos y empleabilidad. Recuperado el 24 de Febrero de 2016, de https://www.dropbox.com/home/C%3%93RDOBA/LAURA%20MASTER?preview=El_turismo_Cultural_Patrimonio_museos_y_empleabilidad.pdf

OMAU (2015). Análisis del turismo en Málaga. Observatorio de Medio Ambiente Urbano.

OMT (1995). "The state's role in protecting and promoting culture as a factor of tourism development and the proper use and exploration of the national cultural heritage of sites and monuments for tourism". Madrid.

Pulido, J.I. (Coord.); de la Calle, M. y Velasco, M. (2013). Turismo cultural. Editorial Síntesis, Madrid.

Richards, G. (1996) Cultural Tourism in Europe. CABI, Wallingford. Recuperado el 22 de Febrero de 2016, de <http://www.tram-research.com/cultural%20tourism%20in%20europe.PDF>

Richards, G. (2007). Cultural Tourism. Global and Local perspectives, The Haworth Hospitality press, New York.

Rypkema, D.R, y Mason, R.F. (2011). Measuring Economic Impacts of Historic Preservation. Recuperado el 23 de Febrero de 2016, de <http://www.achp.gov/docs/Economic%20Impacts%20v5-FINAL.pdf>

Scowsill, D. (2015). The Authority on World Travel & Tourism. Travel & Tourism Economic Impact 2015 Spain. World Travel and Tourism Council (WTTC). Recuperado el 22 de Febrero de 2016, de <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/spain2015.pdf>

Silberberg, T. (1995). Cultural Tourism and business opportunities for museums and heritage sites, Tourism Management, Vol.16, nº. 5, pp. 361-365.

UNESCO (1986). The UNESCO Framework for Cultural Statistics. Comisión estadística y económica para Europa, UNESCO, Conferencia de estadísticos europeos. Tercera reunión conjunta sobre estadísticas culturales, 17 al 20 de marzo de 1986. CES/AC/44/11. 13 de febrero de 1986.

WTTC (2015a). Viaje y Turismo Impacto Económico 2015 Mundo. Recuperado el 22 de Febrero de 2016, de <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/world%20economic%20impact%20report%202015es.pdf>

WTTC (2015b). Travel & Tourism Economic Impact 2015 Spain. Recuperado el 22 de Febrero de 2016, de <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/spain2015.pdf>