

## **TRABAJO FIN DE MÁSTER**

# **LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE MURCIA** **COMO RECURSO TURÍSTICO:** **BALANCE Y PROPUESTAS DE MEJORA.**

**María del Carmen Cermeño Rodríguez**

**Tutores: Sebastián Ramallo Asensio**

**Elena Ruiz Valderas**

## **Resumen.**

En la Región de Murcia predomina el turismo de sol y playa, mientras el turismo cultural sigue siendo minoritario. Con este trabajo queremos destacar el papel de los museos de la ciudad de Murcia como posible recurso turístico, proponiendo actuaciones de mejora para ofrecer al visitante nuevas experiencias que complementen su estancia. Para ello se ha llevado a cabo una evaluación de los siguientes museos de la ciudad de Murcia mediante la observación y un método no experimental descriptivo tipo encuesta: Museo Ramón Gaya, Museo de la Ciudad, Museo de Santa Clara, Museo de Arqueología, Museo de Bellas Artes, Conjunto Monumental San Juan de Dios y Museo Salzillo.

Las encuestas se han realizado a responsables de los museos, guías, oficinas de turismo, hoteles de la ciudad y la observación directa se ha basado en unos ítems establecidos: señalización, instalaciones, accesibilidad, información, servicios, actividades y relaciones.

El análisis de estos museos da como resultado un balance positivo en cuanto a las instalaciones se refiere, mientras se aprecia una escasa proyección en los medios de comunicación y la necesidad de ampliar el número de visitas guiadas que sirvan de puente entre el patrimonio y el visitante. Aumentando la difusión de los museos en los medios de comunicación y generando una interpretación de las colecciones con diferentes actividades, conseguiríamos dos objetivos: Poner en valor el patrimonio y contribuir a la dinamización turística.

**Palabras clave:** Museo, patrimonio, turismo de sol y playa, turismo cultural.

## **Abstract**

In the Region of Murcia tourism of sun and beach predominates, while cultural tourism remains minority. With this work we intend to emphasize the role of museums in the city of Murcia as a potential touristic resource, proposing improvement actions to offer visitors new experiences to complement their stay. To this end, an evaluation of the following museums in the city of Murcia by observation and a non-experimental descriptive method survey was carried out: Ramón Gaya Museum, Museum of the City of Murcia, Santa Clara Museum, Archaeological Museum, Museum of Fine Arts, San Juan de Dios Monumental Compound and Salzillo Museum.

The survey was given to the museum managers, guides, tourist offices, some hotels in the city and direct observation was based on some established items: signalling, infrastructures, accessibility, information, facilities, activities and relations.

The analysis of the museums shows a positive result as far as the infrastructures are concerned, while there is a limited projection in the media and the need to expand the number of guided tours to act as a bridge between heritage and visitors. Broadening the dissemination of the museums in the media and generating an interpretations of the collections through different activities, two objectives would be reached: Enhance the value of heritage and contribute to tourism promotion.

Key words: Museum, heritage, tourism of sun and beach, cultural tourism.

## INDICE GENERAL

• Resumen- Abstract	1
• Índice general	3
• 1.- Justificación	4
• 2.- Marco teórico.	7
• 3.- Objetivo general y objetivos específicos.	12
• 4.- Método.	13
○ 4.1.- Muestra.	11
○ 4.2.- Procedimiento.	12
○ 4.3.- Técnicas e instrumentos.	13
○ 4.4.- Análisis de datos.	13
• 5.- Primera Fase: Recogida de Datos	15
• 6.- Segunda Fase: Análisis de Datos	28
• 7.- Tercera Fase: Propuestas de Mejora	35
• 8.- Conclusiones: Posibles resultados y su aplicación.	36
• Referencias	38
• ANEXOS	42

## ÍNDICE DE FIGURAS:

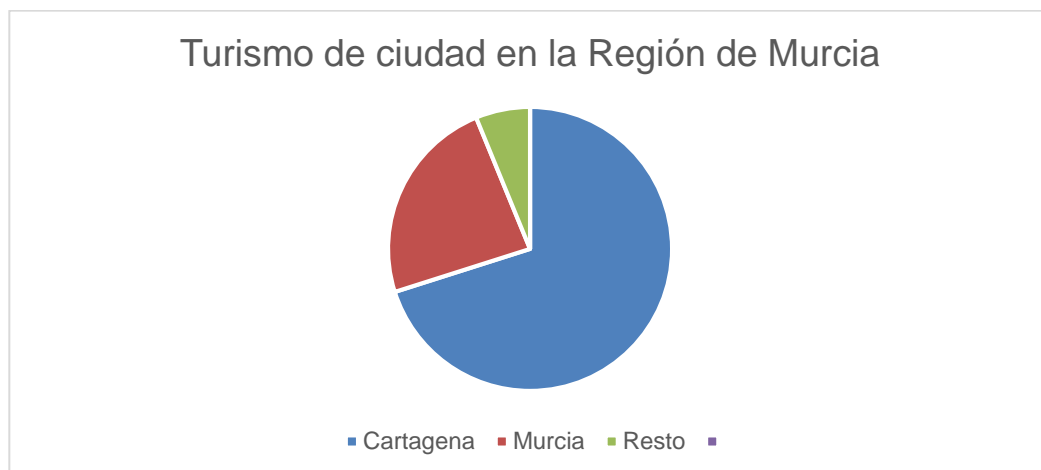
○ Figura 1: Turismo de ciudad en la Región de Murcia.	5
○ Figura 2: Localización de los museos objeto de estudio.	14
○ Figura 3: Afluencia de público	17
○ Figura 4: Ruta del bus turístico.	21
○ Figura 5: Parkings en el área de los museos estudiados.	22
○ Figura 6: Distancia entre los museos más alejados.	29

## 1.- JUSTIFICACIÓN.

Con este trabajo de investigación se ha pretendido evaluar los museos para acercarlos al turismo, ya que en la Región de Murcia es una actividad importante, fundamentalmente el turismo de sol y playa, pero también el turismo de congresos, el turismo de negocios y el turismo de interior.

En la actualidad el turismo como actividad económica tiene un importante peso en la economía de nuestro país, que se traduce en el 7% del PIB regional según la Unidad de Estudios y Estadística del Instituto de Turismo de la Región de Murcia (2015), aspecto nada desdeñable considerando el impacto de la crisis en los demás sectores económicos. El turismo de sol y playa, mayoritario en la Región de Murcia, se concentra en la Costa Cálida, realizando visitas a otros puntos de la geografía regional.

Del total de viajeros (con un total de 1.413.171 pernoctaciones entre junio de 2015 y junio de 2016) un 12,6% ha realizado visitas a ciudades. Cartagena y su comarca es el área más visitada 70,1%, seguido de Murcia y Vega Baja con 23,7% (Instituto de Turismo de la Región de Murcia, 2015). En el siguiente gráfico, que representa el turismo de ciudad en la Región de Murcia, se puede apreciar el mayor peso sobre Cartagena, convertida en los últimos años en el principal foco de atracción a nivel regional, gracias a una apuesta decidida por la recuperación de una parte importante de su patrimonio arqueológico.



**Figura 1:** Turismo de ciudad en la Región de Murcia. (Fuente: Elaboración propia)

En la Ciudad de Murcia el número total de viajeros en el mismo periodo, ha sido de 420.235, de los cuales el 52% realizaron turismo de negocios, reuniones y congresos y el 48% turismo de ocio, en el que se incluye el turismo cultural. (Instituto de Turismo de la Región de Murcia, 2016).

En este sentido, y aunque se ha intentado llevar a cabo un desarrollo del turismo cultural mediante consorcios turísticos en la Región de Murcia, los resultados no han llegado a cubrir las expectativas iniciales, ya que no han impulsado una afluencia masiva a los museos, exceptuando el caso del Museo del Teatro Romano de Cartagena, sin precedentes en la Región de Murcia, con 180.000 visitas en 2014. Este museo está incluido en el Consorcio Cartagena Puerto de Culturas; por el contrario, otros consorcios vinculados a la promoción del turismo cultural en poblaciones como Lorca y Caravaca de la Cruz, pese a su intento de especialización temática, han obtenido unas cifras y resultados mucho más modestos.

En el caso de la Ciudad de Murcia, el turismo cultural sigue siendo minoritario dentro del turismo de ocio y del turismo en general. Se trata en definitiva, de convertir el turismo cultural, en el que se incluyen los museos, en complemento de los turismos mayoritarios, mediante una campaña adecuada de información y comunicación, junto con actividades que resulten atractivas y llamen la atención de los futuros visitantes. La diversificación de estrategias para que los museos formen parte importante de esta actividad es una gran oportunidad, siendo beneficioso en el caso la Región de Murcia, como señala Mengual (2015, p. 44): “La vinculación de los museos con el turismo y con el ocio es en la actualidad una materia de gran trascendencia por constituir motores de fuerza económica”.

Los museos de la ciudad de Murcia se encuentran en este sentido infrautilizados en la actualidad. Reciben un número de visitantes del sector turístico muy inferior frente a otros sectores de mayor impacto turístico, como la costa.

Dedicados esencialmente a actividades escolares y de ámbito local, pueden suponer un recurso para ampliar el turismo cultural en la Región y la ciudad de Murcia, lo que aportaría una mayor difusión del patrimonio y aumento de empleo. Buscar nuevas formas de

promocionarlos y adaptarlos a las necesidades de los turistas son las claves de nuestras propuestas de mejora.

De los dieciséis museos de la ciudad, se han seleccionado siete para este estudio teniendo en cuenta como criterios: las diferentes administraciones que los gestionan y la representación patrimonial que contienen de la Ciudad y la Región.

Gestionados por la Concejalía de Cultura del Ayuntamiento de Murcia:

- ✓ **Museo Ramón Gaya**
- ✓ **Museo de la Ciudad**

Gestionados por la Comunidad Autónoma de Murcia:

- ✓ **Museo de Santa Clara**
- ✓ **Museo de Arqueología**
- ✓ **Museo de Bellas Artes**
- ✓ **Conjunto Monumental San Juan de Dios**

De gestión mixta:

- ✓ **Museo Salzillo**

Se plantea el siguiente problema:

Los museos de la ciudad de Murcia no tienen una afluencia importante de visitantes del sector turístico. ¿Cuáles pueden ser las posibles causas? ¿Podemos incluir los museos de la ciudad de Murcia como recurso turístico?

El trabajo se estructura de la siguiente forma:

Un marco teórico que justifica la necesidad de la investigación para aumentar la diversidad de los visitantes en los museos, en este caso, procedentes del turismo.

Planteamiento del objetivo general: analizar la capacidad de los museos de la ciudad de Murcia como recurso turístico mediante unos objetivos específicos.

Descripción de la metodología basada en la observación directa y un método no experimental descriptivo tipo encuesta.

Fases del trabajo:

Primera Fase de recogida de datos, Segunda Fase de análisis y Tercera Fase para propuestas de mejora.

Finalmente se extraen unas conclusiones que ponen en evidencia la viabilidad de utilizar los museos de la ciudad de Murcia como recurso turístico como medio de dinamización turística y difusión del patrimonio.

## **2.- MARCO TEÓRICO.**

Los cambios tan profundos que se han producido en la sociedad actual deben ser tenidos en cuenta a la hora de actuar desde las instituciones. La crisis económica que afecta a la mayoría de los sectores productivos, no se deja sentir en el sector turístico en España, al contrario, se incrementa cada año el número de turistas, debido entre otros a los efectos de la llamada “primavera árabe”, que repercute positivamente en el sector turístico español (Mascaró, 2013) y a los problemas de inseguridad e incertidumbre que se viene produciendo en otros destinos turísticos tradicionales, caso por ejemplo de Turquía e incluso en el ámbito de la propia Comunidad Europea, golpeada en los últimos tiempos por acciones terroristas indiscriminadas. En este sentido, por ejemplo, hay que mencionar el fuerte descenso en número de turistas que ha sufrido París, desde los atentados yihadistas de noviembre de 2015.

Este turismo de sol y playa, fundamentalmente, se diversifica en la actualidad buscando otras formas de ocio. En este espacio, se desarrolla el llamado turismo cultural, que la Organización Mundial del Turismo define como “Todos los movimientos de las personas para satisfacer la necesidad humana de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros” (OMT, 1995).

En este contexto, tienen cabida los museos como recurso turístico, cumpliendo así su labor de difusión, tal y como declara el Consejo Internacional de Museos: “Un museo es una



institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo” (ICOM, 2016).

Un museo “abierto al público” toma en la actualidad una dimensión mucho más amplia y compleja. A través de la animación es posible integrar a todo tipo de colectivos facilitando un mayor acercamiento y conocimiento. De este modo, se articula un espacio abierto a enfoques alternativos, que convierte al museo en punto clave de aprendizaje y crítica social (ICOM, 2007). Para que se produzca ese acercamiento, los museos han de adaptarse y convertirse en una forma más de consumo y ocio.

Como señala Porras (2013), las debilidades de los museos en España pasan por la falta de adecuación de estos como recurso turístico, en aspectos de gestión, planificación y promoción. Así como la escasa colaboración entre la industria turística, de carácter privado, y las entidades públicas, los museos son reacios a abrirse al mercado como actividad turística, no se identifican como atractivo turístico.

En este sentido los museos de la ciudad de Murcia no son una excepción, ya que en la actualidad su función de difusión se limita a visitas escolares y actividades de ámbito local fundamentalmente. Este estudio trata de averiguar las capacidades y necesidades de los museos de la ciudad de Murcia para que el turismo predominante de sol y playa y otros tipos de turismo sean también turismo cultural.

Se trata en definitiva de ampliar el abanico de posibilidades para convertir al turista en visitante, es decir, el turismo cultural como complemento del turismo de sol y playa, turismo de negocios, turismo de interior y demás tipos de turismo.

Para que esto sea posible tenemos que averiguar la capacidad de los museos de la ciudad de Murcia como recurso turístico, analizando aquellos valores que se consideran adecuados para la gestión turística que se concretan en siete puntos: señalización, instalaciones, accesibilidad, información, servicios, actividades y relaciones (Camprubí,

2015). Analizando estos aspectos se pueden identificar las debilidades y fortalezas para potenciar los museos como recurso turístico.

La ciudad de Murcia y sus museos pueden dar a conocer parte del rico patrimonio de La Región. Para ello, hemos de establecer pautas que nos permitan conectar con el público mediante una adecuada comunicación y relación con los visitantes como pilares básicos.

Una apropiada comunicación pasa por crear un efecto llamada por medio de la información y la difusión. Tal y como señala Mengual (2015, p. 59), “Es una máxima integrada en nuestra realidad que aquello que no está en los medios, no existe en el sentido de la necesidad de difundir una idea, un proyecto, una exposición para que, merced a esta difusión, llegue al público”. Cabe destacar, la escasa atención mediática que tienen los museos en los medios de comunicación como la televisión, radio y prensa, que se ve reflejada en la escasez de noticias que aparecen sobre ellos en los periódicos, salvo para anunciar exposiciones temporales y datos de visitantes principalmente. Este aspecto es destacado por Mengual (2015) como sintomático de los museos en general.

El otro pilar se basa en la relación con los visitantes, ya que, como señala García (2015, p. 41) los visitantes “esperan conectar intelectualmente y emocionalmente con los contenidos y actividades que se ofrecen participando activamente”, para ello, debemos poner los medios y poder llegar a conocer a nuestro público visitante, con una adecuada investigación (Varela y Garde, 2010).

Las relaciones con el público pasan por conocer la satisfacción de los visitantes, como afirma Arrieta (2014, p. 13), si “el museo se preocupa también por la vinculación, el aprendizaje, la reflexión, los sentimientos, las emociones o la participación del público, se necesitan investigaciones que vayan más allá del recuento”. A su vez este autor distingue dos grandes tipos de público: el de museos locales y los turistas que visitan los grandes museos.

*Los museos de la ciudad de Murcia.* La ciudad de Murcia cuenta con un total de dieciséis instalaciones museísticas, de los cuales, hemos seleccionado siete para su análisis

detallado en este trabajo. El edificio que alberga el Museo Arqueológico en la actualidad, funcionó inicialmente como Palacio Provincial de Archivos, Bibliotecas y Museos, inaugurándose en 1956. Tras sucesivas remodelaciones en los años 60 y 80, se reinauguró en 2008 con la configuración que tiene en la actualidad. Toda la colección proviene de distintos yacimientos arqueológicos de la Región de Murcia: la planta baja alberga las salas de Prehistoria, desde el Paleolítico hasta la Edad del Bronce. En la planta primera la colección arranca desde la Edad del Hierro hasta época visigoda. Se encuentra, además, la sala de exposiciones temporales, el taller didáctico y el área de descanso. Con la actualización del museo se incluyeron nuevos servicios como la cafetería y la tienda, esta última se encuentra cerrada.

El Museo de Bellas Artes, el más antiguo y el que cuenta con una mayor tradición, tiene su origen en el Museo Provincial de Pintura y Escultura, creado en 1864, añadiéndose más tarde la Sección de Arqueología. El edificio actual data de 1910, alberga la colección permanente repartida en tres plantas, taller didáctico, almacén y tienda, esta última cerrada. Fue reformado y ampliado con otro pabellón en 2010, para disponer de sala de exposiciones temporales, biblioteca, salón de actos y documentación. La colección se distribuye siguiendo criterios cronológicos desde el Renacimiento y Barroco en la planta baja, pintura del Siglo de Oro español y siglo XVIII en la primera planta, en la galería se exhibe escultura de Antonio Campillo, la última planta se dedica a la pintura del siglo XIX.

El Conjunto Monumental San Juan de Dios, es en la actualidad sede del Museo de Bellas Artes. Se encuentra situado en la iglesia del mismo nombre, con tres espacios diferenciados: la iglesia fue realizada a lo largo del siglo XVIII, con la peculiaridad de ser de planta central y coronada por una cúpula ovalada, alberga importantes tallas de imaginería. El segundo espacio, el coro, está destinado a la obra del escultor González Moreno. En el subsuelo se encuentra el tercer espacio, el yacimiento arqueológico, que corresponde con el antiguo alcázar musulmán, mostrando parte de un oratorio y panteón real.

El museo de Santa Clara forma parte del convento de Santa Clara la Real, existente desde el siglo XIV, ocupó el antiguo Alcázar Seguir, palacio islámico del siglo XIII. En 1980

se acomete la restauración del convento, dejando al descubierto sus orígenes islámicos y la necesidad de musealizar los yacimientos hallados. Inaugurado en 2005, el museo se ha concebido en dos áreas diferenciadas: en la planta baja, los restos de los palacios musulmanes y cristianos, además de la colección de arte islámico, nos sitúan en el pasado medieval de Murcia. La primera planta acoge arte sacro, atesorado a lo largo de la existencia del convento de clausura.

El Museo Ramón Gaya, se distingue tanto por contenido: acoge la obra del pintor del mismo nombre, como por continente: ocupa la denominada Casa Palarea, casa solariega del siglo XIX, que ha conservado las dependencias y elementos arquitectónicos originales. Es un museo monográfico, dotado con la donación a la ciudad por el propio pintor, que dialoga, no obstante, desde su inauguración en 1990, con artistas, visitantes y paseantes por medio de multitud de actividades, que realiza no sólo en el interior del museo, también en la plaza de Santa Catalina donde está ubicado.

El Museo de la Ciudad, ocupa una antigua casa del siglo XIX, de la que forma parte también un huerto en la parte posterior, el rumor del agua de la acequia Caravija delata su origen hispanomusulmán. Fue inaugurado en 1999 con el fin de dar a conocer la historia de Murcia. Sus costumbres, fiestas, artesanía y personajes ilustres conviven en un recorrido cronológico desde la planta baja hasta la segunda en una espiral abierta y fluida. La planta baja nos sitúa el marco geográfico, fundación de la ciudad y pasado andalusí hasta el siglo XIII. La primera planta arranca con la conquista cristiana hasta el siglo XVIII, teniendo como protagonistas a Alfonso X el Sabio y la Catedral. La tercera planta abarca los siglos XIX y XX, con el desarrollo urbano, la artesanía, la industria y las fiestas populares como elementos principales.

El Museo Salzillo, es el más conocido tanto dentro como fuera de la ciudad de Murcia, debido al ilustre escultor imaginero del siglo XVIII y la tradición procesional de Semana Santa. Desde el siglo XIX, se visita la Iglesia de Jesús para contemplar los pasos que Francisco Salzillo realizara para la cofradía. Aunque hay proyectos a principios del siglo XX, no es hasta 1960 la fecha de inauguración del museo. Tras sucesivas restauraciones y

ampliaciones fue totalmente reformado y reinaugurado en 2002. El recorrido de tres plantas de arriba hacia abajo bañado de luz natural, desemboca en la iglesia de Jesús, conviviendo espacios contemporáneos con otros del siglo XVII. Arranca con la historia de la creación del museo y la cofradía, el belén napolitano, la recreación del taller del maestro, la sala de bocetos que pertenecieron al mismo Salzillo, la sala del Belén de Salzillo, finalmente el recorrido lleva hasta la iglesia de planta central con capillas donde se encuentran los pasos procesionales. Las modernas instalaciones permiten diferentes usos: salas de exposiciones temporales, audiovisuales o conciertos de música clásica en la iglesia entre ellos. La tienda de recuerdos se encuentra a la salida del museo.

### **3.- OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

El objetivo general de este estudio consiste en analizar la capacidad de los museos de la ciudad de Murcia como recurso turístico con el fin de fomentar el turismo cultural a través del turismo de sol y playa, el turismo de negocios y turismo interior.

Objetivos específicos:

1. Analizar la gestión turística de los museos.

Estudiar los elementos que el público necesita para la visita al museo:

Accesibilidad, señalización, servicios de que dispone el museo, actividades, información, comunicación.

2. Señalar fortalezas y debilidades de los museos. Tras el análisis podemos detectar posibles carencias que pueden ser resueltas y destacar aquellos aspectos positivos que nos llevan a conseguir nuestro objetivo principal.

3. Realizar propuestas de mejora para acercar el turismo a los museos de la ciudad de Murcia. Estas propuestas no constituyen un fin en sí mismas, se trata de hacer una reflexión profunda para acercar un mayor número de público a los museos.

#### **4.- MÉTODO.**

Atendiendo a los objetivos planteados anteriormente, se ha llevado a cabo una evaluación de siete museos de la ciudad de Murcia mediante la observación y un método no experimental descriptivo tipo encuesta.

La recogida de datos se ha hecho mediante la observación directa en cada uno de los museos, utilizando unos ítems recogidos en el ANEXO III. Se ha realizado un cuestionario al responsable del museo (ANEXO I) y a un guía (ANEXO II).

Se ha solicitado información de los museos de la ciudad en tres oficinas de turismo: en Murcia capital, San Pedro del Pinatar y Águilas.

Por teléfono se ha preguntado en diez hoteles de la ciudad qué información turística dan a sus clientes y si alguno de ellos pregunta por algún museo.

No se ha tenido en cuenta el público visitante, ya que se trata de acercar a los museos al público no visitante.

##### **4.1.- Muestra.**

La muestra incluye los museos, director o persona responsable de cada museo, guía de cada museo, oficinas de turismo, hoteles de la ciudad.

Se han elegido museos de gestión municipal, de gestión autonómica y de gestión mixta, con el fin de observar si hay diferentes líneas de actuación entre diferentes administraciones, además de ser estos museos una muestra representativa del patrimonio murciano:

- ✓ Museo de Santa Clara
- ✓ Museo de Arqueología
- ✓ Museo de Bellas Artes
- ✓ Museo Conjunto Monumental de San Juan de Dios

- ✓ Museo Ramón Gaya
- ✓ Museo de la Ciudad
- ✓ Museo Salzillo

#### **4.2.- Procedimiento.**

Se ha realizado en tres fases:

1. En la primera fase se ha hecho una recopilación de datos mediante:
  - Encuestas y observación directa.  
(ANEXO I, ANEXO II)
  - Recogida de información del museo siguiendo unos ítems.  
(ANEXO III)
  - Revisión bibliográfica

El objetivo de esta fase ha sido recoger datos relacionados con la gestión turística de los museos.

2. En la segunda fase se ha realizado un análisis e interpretación de datos.  
El objetivo de esta fase ha sido analizar la gestión turística de los museos.
3. Redacción del informe de la investigación.  
Por último, procedemos a extraer conclusiones, posibles resultados y su aplicación.

#### **4.3.- Técnicas e instrumentos.**

Se ha utilizado encuestas y evaluación del museo mediante unos ítems. Estos se detallan en los anexos al final del documento. Entrevistas y solicitud de información a diversos organismos.

#### **4.4.- Análisis de datos.**

Se ha seguido la valoración propuesta por Camprubí (2015), para analizar la gestión turística de los museos: señalización, instalaciones, accesibilidad, información, servicios, actividades y relaciones. A continuación, se detallan los elementos analizados:

1. Localización de los museos en la ciudad.
2. Balance anual de visitantes.
3. Señalización externa e interna.
4. Instalaciones: Biblioteca, salón de actos, tienda, cafetería.
5. Accesibilidad: física y sensorial, horarios, transporte, parking, visitas guiadas adaptadas.
6. Información externa: folletos en oficinas de turismo, información en hoteles de la ciudad, visibilidad en la red, web, redes sociales. Otros medios de comunicación. Información interna: paneles informativos, guía del museo, itinerario, idiomas.
7. Servicios: lavabos, áreas de descanso, audioguías, publicaciones, introducción de nuevas tecnologías (códigos QR).
8. Actividades: Exposiciones temporales, actividades didácticas, visitas guiadas, conciertos, conferencias, seminarios.
9. Relaciones: Con otras instituciones y con el público (encuestas, redes sociales).

### **5.- PRIMERA FASE: RECOGIDA DE DATOS**

#### **5.1.- Localización de los museos en la ciudad.**

En el siguiente plano se sitúan numéricamente los museos objeto de estudio, haciendo la valoración correspondiente en el análisis posterior:





**Figura 2:** Localización de los museos objeto de estudio. (Fuente: Elaboración propia sobre cartografía de Google Maps)

1.-Museo Arqueológico, 2.-Museo de Santa Clara, 3.-Museo de Bellas Artes, 4.-Museo Conjunto Monumental San Juan de Dios, 5.-Museo Ramón Gaya, 6.-Museo de la Ciudad, 7.- Museo Salzillo.

## 5.2.- Balance anual de visitantes de los museos en 2015.

Ante la falta de los datos de visitantes solicitados a la Consejería de Educación y Cultura, se utilizan los datos proporcionados por los propios museos y otras fuentes.

- Museo Arqueológico: 34.239 visitas
- Museo de Santa Clara: 21.000 visitas (primer semestre de 2016)
- Museo de Bellas Artes: 33.000 visitas (La Verdad, 2015)
- Museo C. M. San Juan de Dios: 55.0000 visitas
- Museo Ramón Gaya: 26.000 visitas (aprox.)
- Museo de la Ciudad: 25.000 visitas (aprox.)
- Museo Salzillo: 25.000 visitas (aprox.)

(Fuente: Datos proporcionados por los museos.)

En las encuestas realizadas se pregunta por fechas de mayor y menor afluencia de público, así como eventos que coincidan con estas fechas. En líneas generales todos los museos destacan los siguientes aspectos:

- De septiembre a junio coincidiendo con el calendario escolar son las fechas de máxima afluencia.
- También se produce un incremento de visitantes cuando se inauguran las exposiciones temporales.
- Navidad y Semana Santa son periodos de gran afluencia. Tiene especial relevancia en el Museo Salzillo la Semana Santa para ver los pasos procesionales, ya que se decoran especialmente en esas fechas, así como la Navidad para ver los belenes, tanto en dicho museo como en San Juan de Dios.
- La semana que se celebra el Día Internacional de los Museos en mayo se produce un aporte especialmente importante.
- Durante los meses de julio y agosto disminuyen considerablemente las visitas.

En el siguiente gráfico se recoge la afluencia de público según estos criterios:



**Figura 3:** Afluencia de público. (Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por los museos.)

### 5.3.- Señalización exterior e interior.

En cuanto a la señalización exterior e interior se ha detectado lo siguiente:

- **Señalización exterior:** uno de los aspectos más destacables es la falta de señalización de los museos por la ciudad, salvo algún cartel indicativo en las proximidades de los mismos. Los museos dependientes del Ayuntamiento de Murcia tienen un mayor número de indicaciones, tal y como se ha constatado en las entrevistas, mientras los museos de gestión autonómica tienen menor número de señales como indican desde los propios museos. El Museo Salzillo no tiene señalización desde el centro histórico hacia el museo, este es uno de los aspectos negativos que indican en la encuesta.
- **Señalización interior:** Desde la recepción del museo se indica el sentido del recorrido a los visitantes. Existen paneles de distribución de salas en cada planta, además está indicada cada sala, en el Museo Arqueológico hay carteles en braille en la entrada de cada sala.

#### 5.4.- Instalaciones: Biblioteca, salón de actos, tienda, cafetería.

- **Biblioteca:** Todos los museos tienen biblioteca, excepto San Juan de Dios y Santa Clara. El Museo de la Ciudad dispone de biblioteca pero no se puede consultar.
- **Salón de Actos:** Todos, excepto San Juan de Dios.
- **Tienda:** El Museo Salzillo y el Museo Ramón Gaya son los únicos que disponen de tienda. El Museo de Santa Clara vende postales únicamente. El Museo Arqueológico dispone también de tienda, situada en el vestíbulo de acceso, pero se encuentra cerrada desde hace bastante tiempo.
- **Cafetería:** Solamente el Museo Arqueológico dispone de cafetería, abierta al exterior y con un horario que excede incluso al de la propia institución museística.

#### 5.5.- Accesibilidad: física y sensorial, horarios, transporte, parking, visitas guiadas adaptadas.

- **Accesibilidad física:** Los museos se encuentran muy bien acondicionados para personas con movilidad reducida, salvo San Juan de Dios, que sólo dispone de rampas para acceder al yacimiento, mientras el Museo Ramón Gaya, tiene limitado el acceso a dos salas por la escalera de caracol de la casa solariega sede del museo.
- **Accesibilidad sensorial:**  
Tienen accesibilidad sensorial el Museo Arqueológico con carteles en braille al entrar en cada sala y el Museo de la Ciudad que proporciona una guía del museo en braille.  
El resto de museos carece de este servicio.
- **Horarios:**  
Todos los museos, excepto el Museo Salzillo, cierran a medio día y los domingos por la tarde.  
Cierran los sábados y domingos de julio y agosto, excepto el Museo de Santa Clara.  
Los museos de gestión municipal abren los lunes, mientras los de gestión autonómica no lo hacen.  
Museo Arqueológico: De martes a viernes de 10 a 14h y de 17 a 20h  
Sábados de 11 a 14h y de 17 a 20h

Domingos y festivos de 11 a 14h

Julio y agosto: De 10 a 14h

24 y 31 de diciembre de 11 a 14h

Museo de Santa Clara: De martes a sábado de 10:00 a 13:00 h y de 16:00 a 18:30h

Domingos y festivos de 10:00 h a 13:00 h

Julio y agosto: de martes a domingo de 10:00 a 13:00 h

Museo de Bellas Artes: De martes a viernes de 10 a 14h y de 17 a 20h.

Sábados de 11 a 14h y de 17 a 20h.

Domingos y festivos de 11h a 14h.

Julio y agosto de martes a viernes de 10:00 a 14:00 h.

Sábados, domingos y festivos de 11:00 a 14:00h

Museo Conjunto Monumental San Juan de Dios: De martes a sábado de 10 a 13:30h y de 17 a 20h.

Domingos y festivos de 10 a 13:30h

Julio y agosto: De 10 a 13:30h

Museo Ramón Gaya: De lunes a sábado de 10:00 a 14:00 y 17:00 a 20:00 horas.

Domingos y festivos de 11:00 a 14:00 horas.

Horario de verano:

De lunes a viernes de 10:00 a 14:00 y 17:00 a 20:00 horas.

Sábados y domingos, cerrado.

Museo de la Ciudad: Horario del 11 de junio al 15 de septiembre De lunes a viernes: 10:00h - 14:00h y 18:00h - 21:00h

Sábado y domingo: cerrado

Museo Salzillo:

Invierno: De lunes a sábado de 10h a 17h

Domingos y festivos de 11h a 14h

Verano (del 15 de junio al 15 de septiembre)

De Lunes a viernes de 10h a 14h

Sábados y domingos cerrados

- **Transporte:** Los museos se encuentran entre el casco histórico y el centro comercial, por lo que se dispone de transporte público, además del bus turístico que recorre la ciudad y tiene parada cerca de los museos, exceptuando el Museo de Bellas Artes.



**Figura 4:** Ruta del bus turístico. (Fuente: <http://murcia.city-tour.com/es/rutas-bus-turistico-murcia>)

- **Parking:** Existen parkings públicos muy cerca de cada museo como se aprecia en el plano siguiente, cuya escala gráfica representa 200 metros de la realidad.



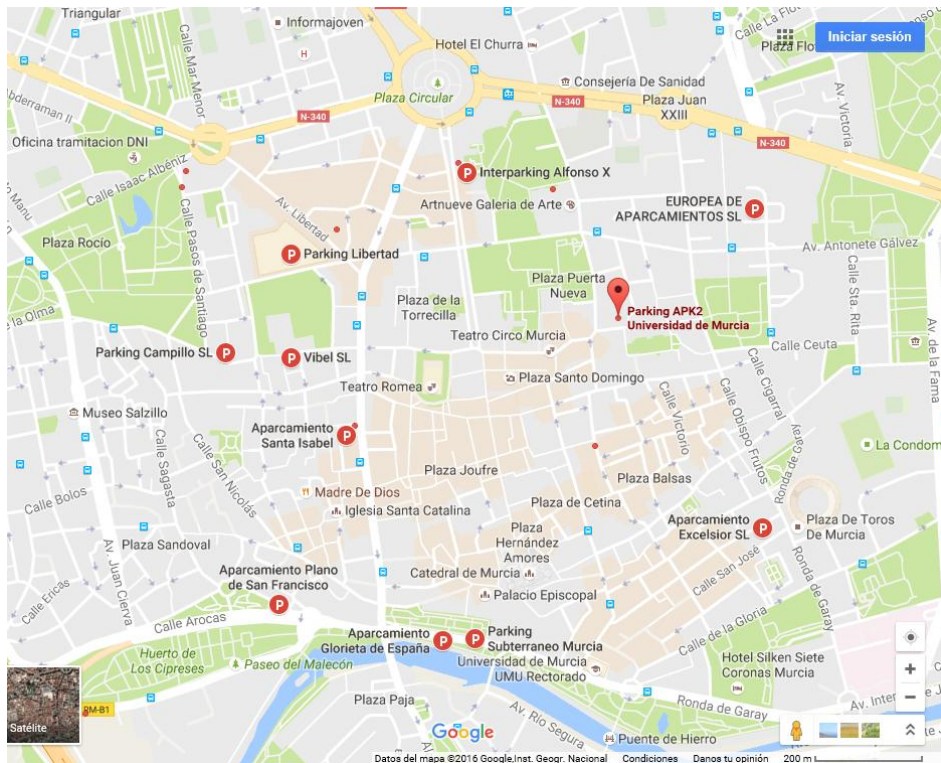


Figura 5: Parkings en el área de los museos estudiados. (Fuente: Google Maps)

- **Visitas guiadas adaptadas:**

- Museo Arqueológico: visitas adaptadas a personas con discapacidad visual y psíquica.
- Museo de Santa Clara: visitas adaptadas a cualquier perfil de visitante.
- Museo Conjunto Monumental San Juan de Dios: realiza visitas guiadas para mayores y para enfermos de Alzheimer.
- Museo Ramón Gaya: visitas guiadas a personas en riesgo de exclusión social.
- Museo Salzillo: visitas guiadas en inglés, visitas adaptadas a personas con discapacidad visual y psíquica.

**5.6.- Información Externa: folletos en oficinas de turismo, información en hoteles de la ciudad, visibilidad en la red, web, redes sociales. Otros medios de comunicación. Información Interna: paneles informativos, guía del museo, itinerario, idiomas.**

- **Folletos en oficinas de turismo:** Se ha preguntado por los museos de la ciudad de Murcia en tres oficinas de turismo con los siguientes resultados:

- Oficina de turismo de Murcia (Plaza Belluga): Solamente hay catálogo del Museo Ramón Gaya. Del resto de museos la información viene en plano turístico de la ciudad y listado de horarios.
- Oficina de turismo de Águilas: Plano turístico de Murcia.
- Oficina de Turismo de San Pedro del Pinatar: Ofrecen catálogo del Museo Arqueológico y listado de horarios del resto de los museos.

- **Información en hoteles de la ciudad:** Se ha preguntado qué información turística proporcionan a los clientes y si preguntan por algún museo en concreto a diez hoteles con el siguiente resultado: Todos facilitan el plano turístico de la ciudad y solamente en dos hoteles los clientes han preguntado por el Museo Salzillo.

- **Visibilidad en la red, web, redes sociales:** Se distinguen los museos de gestión autonómica por no poseer web propia, al encontrarse dentro del Sistema Regional de Museos están integrados en la web:

<http://www.museosdemurcia.com/museos/museos.inicio>

Los museos de gestión municipal y el Museo Salzillo disponen de web propia, así como presencia en las redes sociales a las que se accede desde su página:

Museo Ramón Gaya: [www.museoramongaya.es/](http://www.museoramongaya.es/)

Museo de la Ciudad: [museodelaciudad.murcia.es/](http://museodelaciudad.murcia.es/)

Museo Salzillo: [www.museosalzillo.es/](http://www.museosalzillo.es/)

Se encuentran reseñas de los museos objeto de estudio en otras páginas web:



En la web oficial del Instituto de Turismo de la Región de Murcia se hace una breve mención e información de todos los museos de la Región. Entre los dieciséis museos de la ciudad de Murcia que hay en la página web oficial, el Museo Conjunto Monumental San Juan de Dios no aparece: <http://www.murciaturistica.es>

La web “Murcia Digital” hace de guía de los museos con una información más completa: <http://www.regmurcia.com>

La guía de ocio de “El país” recomienda como museo de la ciudad el Museo Salzillo, de los demás hace una breve reseña:

[http://www.guiadelocio.com/murcia/arte/\(tipo\)/museo/\(accion\)/filtro](http://www.guiadelocio.com/murcia/arte/(tipo)/museo/(accion)/filtro),

La página web oficial de turismo de España señala el Museo Salzillo como “visita imprescindible” en la ciudad de Murcia en primer lugar:

<http://www.spain.info/es/que-quieres/ciudades-pueblos/otros-destinos/murcia.html>

Además, podemos encontrar algunos blogs y páginas web dedicadas a los museos de particulares como:

<https://museoarqueologicodemurciaumutic.wordpress.com/>

Y otros dedicados a la Región con especial relevancia de la cultura:

[http://murcia.swred.com/lmdm\\_cultura\\_museos.htm](http://murcia.swred.com/lmdm_cultura_museos.htm)

Destacaríamos también las páginas dedicadas a la asociación de amigos de los museos Arqueológico y Santa Clara de Murcia:

<http://asamac.org/index.html>

La Asociación de Amigos y Protectores del Museo de Bellas Artes y de su Museo anexo del Conjunto Monumental de San Juan de Dios de Murcia:

<http://www.apromubam.com/index.ASP>

Y la asociación de amigos del Museo Salzillo:

<http://amigos.museosalzillo.es/>

- **Otros medios de comunicación:**

Los medios de comunicación locales como periódicos, radio y televisión son habitualmente los encargados de divulgar la programación, las exposiciones temporales y las actividades principales que llevan a cabo los museos de la ciudad.

- **Información Interna: paneles informativos, guía del museo, itinerario, idiomas.**

En cuanto a la información que da el propio museo al visitante podemos destacar algunos aspectos:

En la entrada de los museos aparece el horario, no aparece información de actividades ni destaca alguna singularidad propia del museo, salvo las exposiciones temporales que se anuncian mediante carteles y banderines.

En este sentido podemos destacar la disposición de carteles perpendiculares a la fachada del Museo Arqueológico, el Museo de Bellas Artes y San Juan de Dios, acentuando tanto la visibilidad del museo como las exposiciones temporales.

#### Paneles informativos e itinerario:

Como se ha señalado anteriormente en el apartado de accesibilidad se dispone de paneles informativos mientras el itinerario se señala en la recepción de cada museo.

#### Guías y cartelería de los museos:

En cuanto a las guías de los museos se encuentran disponibles en la recepción, dependiendo del museo podemos encontrarlas en los siguientes idiomas:

- Museo Arqueológico: guía sólo en español. Cartelería en español.
- Museo de Santa Clara: guía del museo en inglés y portugués. Cartelería en español.
- Museo de Bellas Artes: la guía se encuentra en inglés, alemán y francés. Cartelería en castellano.
- Museo Conjunto Monumental San Juan de Dios: Guía en castellano. Cartelería en castellano e inglés.
- Museo Ramón Gaya: publica un boletín informativo de sus actividades además de la guía en castellano. Cartelería en castellano.
- Museo de la Ciudad: guía en castellano, inglés, francés y braille. Cartelería en español.
- Museo Salzillo: guía en castellano y otros cuatro idiomas (inglés, francés, alemán e italiano), cartelería en castellano e inglés.

### **5.7.- Servicios: lavabos, áreas de descanso, audioguías, publicaciones, introducción de nuevas tecnologías (códigos QR).**

Los servicios disponibles para el público visitante en los museos objeto de estudio son los siguientes:

- Los lavabos están preparados para personas con movilidad reducida.
- Las áreas de descanso se encuentran disponibles fuera de las salas, salvo en el Museo de Bellas Artes que tiene en dos de sus salas y el Museo de Santa Clara que dispone de asientos en el claustro.

Parte de los Museos de San Juan de Dios y el Museo Salzillo son iglesias, por lo que tienen bancos en estas zonas.

- Ningún museo tiene audioguías.
- Las publicaciones se encuentran enfocadas en el ámbito de cada museo, en la actualidad se pueden descargar desde la página web las revistas, mientras otras publicaciones pueden ser adquiridas.
  - Museo Arqueológico: publica la revista Verdolay dedicada a la arqueología, además de catálogos de exposiciones temporales.
  - Museo de Santa Clara: publica la revista Tudmir dedicada a la historia y arqueología islámica.
  - Museo de Bellas Artes: publicaciones para las exposiciones temporales y materiales didácticos.
  - Museo Conjunto Monumental San Juan de Dios: no tiene publicaciones.
  - Museo Ramón Gaya: diversas publicaciones de pintura y literatura.
  - Museo de la Ciudad: publicaciones relacionadas con exposiciones temporales y la historia de la ciudad de Murcia.
  - Museo Salzillo: publicaciones relacionadas con la obra de Salzillo.
- Introducción de nuevas tecnologías (códigos QR).

En la actualidad el Museo Arqueológico está introduciendo los códigos QR en las salas.

### **5.8.- Actividades: Exposiciones temporales, actividades didácticas, visitas guiadas, conciertos, conferencias, seminarios**

- Entre las actividades de los museos de la ciudad de Murcia podemos contar con exposiciones temporales cada tres o cuatro meses.

- Las actividades didácticas van enfocadas principalmente al público en edad escolar, con un amplio programa a lo largo de todo el curso.

Durante los fines de semana y los meses de julio y agosto también se realizan talleres para público infantil.

- En cuanto a las visitas guiadas cabe destacar las visitas guiadas adaptadas para discapacitados sensoriales, psíquicos y enfermos (mencionadas en el apartado de accesibilidad), además de visitas guiadas en otros idiomas enfocadas a alumnos de programas bilingües, que realiza el Museo de la Ciudad, visitas guiadas en inglés en el Museo Salzillo y Museo de Santa Clara. Las visitas guiadas establecidas en horario fijo permiten a los visitantes ocasionales incorporarse sin previo aviso. Este tipo de visitas se encuentran en el Museo de Santa Clara, Museo de Bellas Artes y el Museo Conjunto Monumental San Juan de Dios.

- Visitas nocturnas: durante el mes de julio las realiza el Museo de Santa Clara.

- La celebración del Día Internacional de los Museos en el mes de mayo, donde se programan actividades de diversa índole, como la Noche de los Museos, es una de las más consolidadas y de mayor impacto de público en la ciudad de Murcia. Como ejemplo se puede citar el caso del Museo Arqueológico que tiene un balance durante el mes de mayo de siete mil visitas, cuando recibe unas tres mil normalmente. (Fuente: el propio museo)

- Coincidiendo con efemérides como el Día Internacional del Libro, Día Europeo de la Música, Día Internacional de la Mujer, sirven de marco para realizar exposiciones, conferencias y otras actividades en los museos.

- Los conciertos de música tienen presencia en los museos, destacando la semana que se celebra el Día Internacional de los Museos y el Ciclo Música en los Museos.

- Las conferencias que se celebran están relacionadas con la exposición o la temática del museo, teniendo cabida con cada exposición temporal.

- Los seminarios se celebran en menor número, tienen en la actualidad escasa actividad.

### **5.9.- Relaciones: Con otras instituciones y con el público (encuestas, redes sociales).**

Las relaciones que mantienen los museos con otras instituciones son principalmente para préstamo de obras, intercambio de exposiciones y colaboraciones financieras para algunos eventos.

Las relaciones con el público se ciñen a estudios de público relativos al recuento diario con dos variables: edad y procedencia.

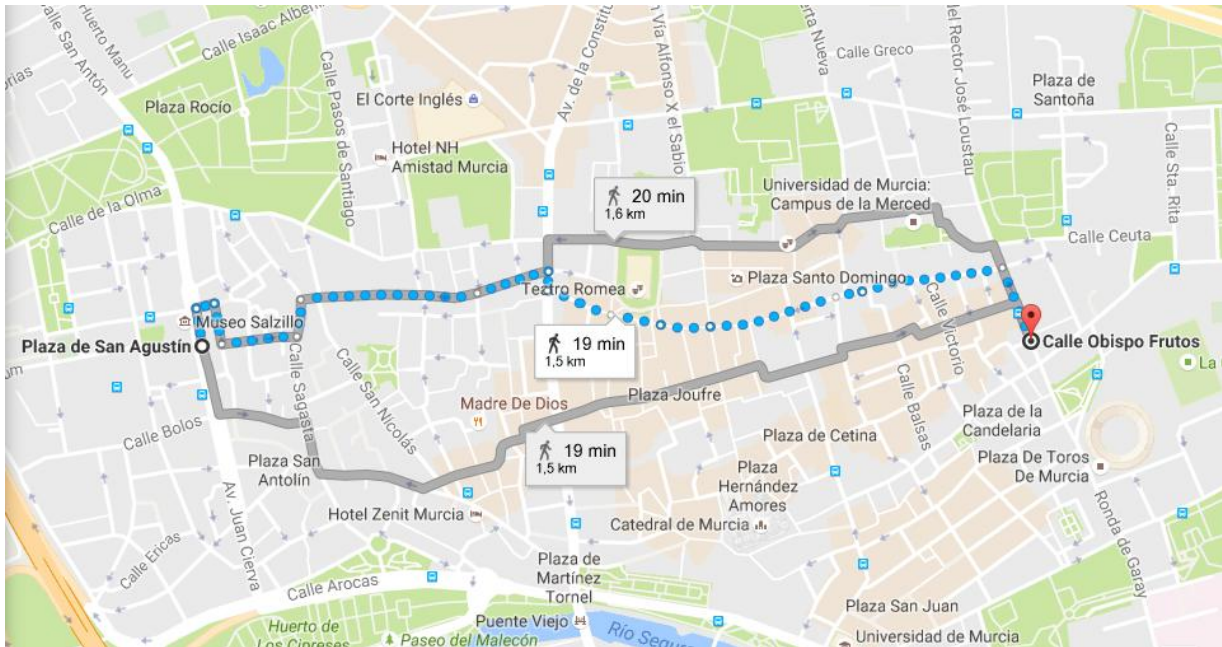
En cuanto a las redes sociales, como ya se ha señalado, los museos de gestión autonómica no tienen. Mientras el Museo Ramón Gaya, el Museo de la Ciudad y el Museo Salzillo mantienen cuentas abiertas en Facebook, Twitter, Foursquare y Youtube.

## **6.- SEGUNDA FASE: ANÁLISIS DE DATOS**

### **6.1.- Localización de los museos en la ciudad.**

Se sitúan entre el casco histórico y la zona comercial, aspecto que permite visitar la ciudad andando por las zonas más populares y turísticas. Una de las ventajas que podemos apreciar es la cercanía de los museos entre sí, apenas tres minutos andando, (230 metros) separan el Museo Arqueológico del Museo de Santa Clara, o diez minutos hasta San Juan de Dios.

Los que se encuentran más alejados entre sí son el Museo Salzillo y el Museo de Bellas Artes, por una distancia de un kilómetro y medio que supone andando unos veinte minutos. Además quedan marginados del casco histórico y la zona comercial. En la siguiente imagen puede apreciarse la distancia entre estos dos museos:



**Figura 6.** Distancia entre los museos más alejados. (Fuente: Google Maps-elaboración propia)

## 6.2.- Balance anual de visitantes de los museos en 2015.

En cuanto al número anual de visitantes para 2015 oscila entre 25.000 y 50.000, cifras más modestas que en años anteriores a la crisis, tal y como nos comunican desde los propios museos, que acusan a la falta de recursos y de difusión en los medios de comunicación.

No hay estacionalidad de la demanda, salvo en los meses de julio y agosto que representan la temporada baja. La mayor parte de las visitas se concentran entre septiembre y junio, coincidiendo con el curso escolar y las inauguraciones de exposiciones temporales. Durante el periodo de Navidad, Semana Santa y la semana que se celebra el Día Internacional de los Museos en mayo, se produce un aumento de visitantes, tal y como se señala en la figura número 3, (página 17).

Como ejemplo del tipo de visitantes ponemos el Museo Arqueológico: las visitas escolares representan el 30% del total, mientras los extranjeros cerca del 9%.

### **6.3.- Señalización exterior e interior**

La señalización exterior es uno de los aspectos que más demanda tiene desde los propios museos, ya que como se ha apuntado en la recogida de datos, hay poca información estática por la ciudad, sobre todo de los museos de gestión autonómica, mientras los de gestión municipal tienen un mayor número de indicaciones, que a la postre resultan insuficientes, por la disposición irregular del trazado urbano, que dificulta el recorrido con un callejero turístico.

Sirva como ejemplo el Museo de la Ciudad: se crea una “barrera” desde la Calle Acisclo Díaz que no sobrepasan los turistas, tal y como se señala desde el propio museo. Una indicación hacia el museo solventaría dicho problema. Aun así, cuenta con tres puntos en diferentes calles mostrando la dirección del museo.

Otro ejemplo sobre la falta de señalización es el museo Salzillo. Si se accede callejeando por la ciudad desde la plaza de Santa Catalina, una de las más populares de la ciudad, donde además se encuentra el Museo Ramón Gaya, carece de indicaciones.

En cuanto a la señalización interior no se destaca ninguna pieza clave en cada sala para llamar la atención del visitante.

### **6.4.- Instalaciones: Biblioteca, salón de actos, tienda, cafetería.**

De las instalaciones, la tienda y la cafetería son los servicios más enfocados hacia el turismo.

En el primer caso, la reducción de personal ha llevado al cierre de las tiendas de los museos de gestión autonómica, perdiendo no sólo el valor para el museo, también la promoción de la artesanía murciana y los ingresos que conlleva. Además, contradice la labor de difusión de la artesanía murciana, que se lleva a cabo desde el Centro de Artesanía de Murcia, que se encuentra incluido en los circuitos turísticos. Por otra parte, los recuerdos inspirados en la colección de los museos, cumplen una labor publicitaria que colabora en la difusión de los mismos.

En cuanto al servicio de restauración, destacaremos la cafetería del Museo Arqueológico, que se ha convertido en un referente haciendo de puente entre la ciudadanía y el museo. El resto de museos, no dispone de este servicio, pero cabe señalar como ventaja, la cercanía de abundantes bares y terrazas disponibles por toda la ciudad. A falta de servicio de cafetería convendría, no obstante, colocar en las áreas de descanso alguna máquina expendedora de refrescos y café.

#### **6.5.- Accesibilidad: física y sensorial, horarios, transporte, parking, visitas guiadas adaptadas.**

La accesibilidad física se contempla en todos los museos, salvo dos excepciones, debido al carácter histórico de los edificios.

La accesibilidad sensorial es uno de los aspectos más negativos en los museos, ya que no se dispone (exceptuando el Museo Arqueológico, con carteles en braille al entrar en cada sala y el Museo de la Ciudad, que proporciona una guía del museo en braille) de dispositivos ni recursos museográficos para cumplir con una adecuada atención a la diversidad.

Los horarios de los museos sólo difieren prácticamente en la apertura de los lunes por parte de los museos de gestión municipal. El hecho más destacable es el cierre a mediodía, franja horaria que el turista pierde, especialmente los extranjeros habituados a comer más temprano, tal y como señalan los encuestados. Todos los museos tienen entrada libre excepto el Museo Salzillo que cuesta cinco euros la tarifa normal.

El transporte por la ciudad no representa problemas por la cercanía de los museos, salvo en el caso de utilizar vehículo propio, ya que el aparcamiento es difícil y hay que recurrir a parkings públicos, que, por otra parte, se encuentran muy cerca de cada museo.

Las visitas guiadas adaptadas son la forma de atender a la diversidad por parte de los museos, aunque no ofertan ni crean la necesidad entre los posibles visitantes, al contrario, son



las diferentes organizaciones y proyectos puestos en marcha los que normalmente solicitan la colaboración de los museos.

**6.6.- Información Externa: folletos en oficinas de turismo, información en hoteles de la ciudad, visibilidad en la red, web, redes sociales. Otros medios de comunicación. Información Interna: paneles informativos, guía del museo, itinerario, idiomas.**

○ En cuanto a la información externa podemos destacar que los museos vienen señalizados en los planos turísticos, pero se mencionan brevemente en las guías turísticas. En las oficinas de turismo la información es muy reducida, sobre todo fuera de la ciudad. Los hoteles sólo aportan la información facilitada por el plano turístico. De todo ello se deduce la falta de un criterio homogéneo para publicitar los museos.

○ Visibilidad en la red: Según el estudio “La visibilidad de los museos en la Web 2.0”, aumenta cada día el número de españoles que se informan antes de visitar un museo en la web. (Dosdoce.com y Abanlex, 2009). Este dato pone en evidencia la necesidad de estar presente en la red, hacerse visible. La página web de un museo se convierte así en su carta de presentación.

Este es uno de los puntos más débiles de los museos de gestión autonómica, ya que se encuentran integrados en una sola página muy compartimentada y homogénea, tal y como se aprecia en la imagen del ANEXO IV. Esta rigidez, impide transmitir la personalidad de cada museo, sus actividades pasadas o imágenes menos institucionalizadas. Las asociaciones de amigos de los museos suplen la falta de divulgación que debería hacer el propio museo.

En cuanto a los museos de gestión municipal, tienen web propia y están presentes en las redes sociales, lo que les permite una mayor difusión y contacto con el público, por lo que resultan más dinámicas e interactivas. Es importante señalar que ninguna página web viene en otros idiomas.

Tras la visita a diversas páginas webs de información turística, podemos señalar que suelen encontrarse errores o falta de información de los museos, fundamentalmente de horarios y actividades.

- En otros medios de comunicación como la televisión, radio y prensa la presencia de los museos se limita a anunciar las exposiciones temporales, programaciones cada tres meses y valoraciones de datos visitantes. Con especial relevancia se anuncia el Día y la Noche de los Museos.
- La información interna es la que aporta el propio museo desde que comenzamos la visita.

En primer lugar, destacar la escasa información de los museos en la entrada, salvo el horario.

Las exposiciones temporales que se anuncian mediante carteles y banderolas son en cualquier caso un medio para llamar la atención. En este sentido podemos destacar la disposición de carteles perpendiculares a la fachada del Museo Arqueológico, el Museo de Bellas Artes y el Conjunto Museo de San Juan de Dios acentuando tanto la visibilidad del museo como de las exposiciones temporales. El museo que tiene menos proyección visual en la fachada es el Museo de Santa Clara, inducido en cierto modo, por la vida monástica con la que comparte espacio.

En algún caso, en el que se aporta más información como el Museo de la Ciudad, que coloca un panel informativo de las actividades que se están realizando y en San Juan de Dios, un pequeño anuncio del yacimiento arqueológico, quedan ocultos una vez cerradas las puertas de entrada.

Uno de los aspectos más negativos es que no se disponga de guías del museo en otros idiomas, siendo el Museo Salzillo el que tiene mayor oferta. Respecto a la cartelería, solamente aparece en español e inglés en dos museos, en el resto sólo en castellano.

#### **6.7.- Servicios: lavabos, áreas de descanso, audioguías, publicaciones, introducción de nuevas tecnologías (códigos QR).**

La remodelación reciente de los museos ha hecho posible que los lavabos se encuentren adaptados a personas con movilidad reducida. Respecto a las áreas de descanso, aunque en las salas no suelen haber bancos para los visitantes, las salas de proyección audiovisual suplen este servicio en algunos casos.

En ningún museo se dispone de audioguías, lo que facilitaría la interpretación de la exposición. No obstante, se está produciendo la introducción de nuevas tecnologías con la introducción de códigos QR (sólo en Museo Arqueológico) que completan la información de la visita.

Entre los servicios que pueden demandar los visitantes que no hemos mencionado y no se encuentran en ningún museo, son los cambiadores infantiles y las salas de lactancia. En algún caso se ha ofrecido el salón de actos para atender esta última necesidad.

#### **6.8.- Actividades: Exposiciones temporales, actividades didácticas, visitas guiadas, conciertos, conferencias, seminarios.**

Entre las actividades que ofertan los museos ninguna está orientada hacia el turismo propiamente dicho, si exceptuamos las visitas guiadas, tanto en castellano como en otros idiomas y las visitas establecidas en horario fijo, que permiten incorporarse sin previo aviso. Este tipo de visitas se encuentran en el Museo de Santa Clara, Museo de Bellas Artes y el Museo Conjunto Monumental San Juan de Dios. Dichas visitas se realizan desde una sola persona hasta veinticinco, quince para acceder al yacimiento de San Juan de Dios. En el resto de museos hay que concretar la visita previamente y con un número mínimo de personas.

Toda esta información no aparece en la página web, por lo que el turista que visita la ciudad bien de forma improvisada, bien con cierta preparación, no podrá acceder con visita guiada salvo en los casos señalados anteriormente.

Las visitas guiadas en otros idiomas hay que solicitarlas con antelación, no se encuentran disponibles durante los meses de julio y agosto si la persona encargada está de vacaciones.

#### **6.9.- Relaciones: Con otras instituciones y con el público (encuestas, redes sociales).**

Las relaciones con otras instituciones pueden hacer visibles los museos y darles mayor protagonismo tanto a nivel social como en circuitos turísticos. A su vez, la relación entre los propios museos puede fomentar su imagen como institución y promover el patrimonio

integral. Cabe destacar, que durante la visita no se hace ninguna referencia a otros museos de la ciudad, por lo que no parece haber conexión entre las colecciones ni las instituciones.

Los estudios de público deben tener en cuenta también la opinión de los visitantes, ya que la valoración de la visita permitiría mejorar aquellos aspectos, necesidades y detalles que no se hayan tenido en cuenta. Las redes sociales son otro instrumento para relacionarse con el público y conocer sus opiniones, fomentando un museo interactivo.

## **7.- TERCERA FASE: PROPUESTAS DE MEJORA.**

Una vez analizada la información recogida a través de las fuentes establecidas en este proyecto de investigación, se realizan una serie de propuestas que no pretenden menoscabar la labor realizada desde los museos, al contrario, contribuir a la difusión de nuestro patrimonio y reflexionar acerca de la necesidad de realizar acciones conjuntas, por parte de las diferentes administraciones e instituciones, para que los museos de la Ciudad de Murcia sean un recurso turístico a tener en cuenta.

1. Difusión y publicidad conjunta de los museos de la ciudad de Murcia, en la red en diferentes idiomas. Convertir aquellos aspectos singulares de los museos en reclamo a falta de “tótem” arquitectónico, creando expectativas de ocio en los potenciales visitantes.
2. Crear campañas publicitarias específicas en las zonas turísticas en temporada alta.
3. Crear una red de itinerarios patrimoniales por la ciudad, donde los museos tengan su propia simbología y se encuentren conectados entre sí.
4. Ofertar mayor número de visitas guiadas en horario fijo, ya que la interpretación significativa de la exposición y la creación de relaciones con el público convertirán la visita en una experiencia gratificante.
5. Programar visitas guiadas nocturnas, dado el éxito de la Noche de los Museos y las visitas nocturnas al Museo de Santa Clara, con la colaboración de diferentes entidades, asociaciones, restauradores de ciudad, por ejemplo, con la Asociación de Sumilleres se puede realizar una degustación de vinos de la tierra, tanto en la cafetería del museo como en los locales adyacentes.

6. Abrir a mediodía durante aquellos periodos de mayor afluencia de turistas.
7. Permitir a los visitantes la interacción con el museo por medio de las redes sociales, habilitando conexión WiFi en las salas, web adaptada a cualquier dispositivo, posibilidad de ampliar la información sobre exposiciones o la colección mediante códigos QR, sugerir enlaces a otras webs, enviar información a contactos, generar debates en torno a las obras y el museo.
8. Disponer de nuevo de las tiendas de los museos. Esta reinauguración podría coincidir con alguna feria de artesanía, mercadillo navideño o evento de gran difusión. Aquellos artículos que tuviesen más éxito se podrían reeditar. Se puede contar con los talleres que se realizan en el museo, ceramistas, joyeros, productos de pastelería, tejidos bordados o pintados, encuadernaciones, productos artesanos en general disponibles tanto en el Centro de Artesanía como de particulares.
9. Disponer de máquina expendedora de bebidas en áreas de descanso, concertar con los bares y cafeterías adyacentes algún menú (almuerzo, tapa o comida) para los visitantes.
10. Aumentar el número de guías para atender al público, tanto en las visitas guiadas como en el recorrido por el museo.
11. Obtener información de las necesidades de los visitantes por varios medios, desde los propios guías hasta pequeñas encuestas.
12. Crear un buzón de sugerencias interactivo para que el público visitante manifieste su grado de satisfacción con el museo.

## **8.- CONCLUSIONES: POSIBLES RESULTADOS Y SU APLICACIÓN.**

Los museos como instituciones conservadoras y transmisoras del patrimonio deben estar incluidos dentro de los planes de dinamización turística. Hacerse visibles, pasa por mejorar la comunicación con los posibles visitantes y crear experiencias enriquecedoras.

Los museos de la ciudad de Murcia cumplen con su función educativa, pero falta una mayor difusión en los medios como reclamos turísticos. Se encuentran a medio camino entre

el museo tradicional y el “museo abierto”, tal y como define el ICOM el museo en la actualidad, para dar cabida a una mayor diversidad de público.

Entre los aspectos positivos podemos destacar la distribución de los museos por una ciudad que resulta accesible andando, los museos han sido rehabilitados y renovados, por lo que cuentan con una adecuada accesibilidad física y recursos museográficos recientes. La programación es variada y adaptada a diversos públicos.

Los aspectos negativos de los museos son: la falta de señalización e información por la ciudad y en la entrada de los museos, necesidad de accesibilidad sensorial, falta de instalaciones como tienda y cafetería, cierre a mediodía, falta de coherencia en la información y publicidad de los museos en páginas web. Escasa o nula información en las oficinas de turismo. Falta información en otros idiomas. Falta de cohesión dentro de la oferta cultural, en lo referente a los museos de la ciudad que se ofrece desde las administraciones.

Cuentan, con los elementos fundamentales necesarios, las modificaciones pasan en este caso por realizar adaptaciones de accesibilidad y difusión. Para que el visitante tenga una experiencia interactiva y enriquecedora contamos con unos recursos humanos inestimables: los guías.

Los museos de la Ciudad de Murcia pueden adaptarse como recurso turístico invirtiendo en publicidad y capital humano. Los beneficios tanto económicos como culturales pueden transformar nuestros museos de islas aisladas en oasis de cultura. Contribuyen a la dinamización turística y difusión patrimonial.

**REFERENCIAS:**

-Alonso, L. (1999). *Museología y Museografía*. Barcelona: Ediciones del Serbal.

-Arrieta Urtizberea, I. (2014). *LA SOCIEDAD ANTE LOS MUSEOS Públicos, usuarios y comunidades locales*. Recuperado de:

<https://web-argitalpena.adm.ehu.es/listaproductos.asp?IdProducts=UHWEB140469>

-Boj i Cullerell, I. (2009). *Atapuerca, un estímulo didáctico y social*. Cuadernos de Pedagogía. Nº: 394, octubre, 73-75.

-Bolaños, M<sup>a</sup>. (2008). *Historia de los Museos en España*. Gijón: Trea, 2<sup>a</sup> ed. Revisada y ampliada.

-Calaf M., R., Fontal M. O. y Valle F., R. (2007). *Museos de arte y educación. Construir patrimonio desde la diversidad*. Gijón: Trea.

-Camprubí Subirana, R. (2015). *Análisis de la gestión turística de los museos. El caso de Girona*. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas* nº 11 Enero-Junio 2015 p. 121-146

-Consejería de Turismo, Comercio y Consumo. *Plan Director de Turismo de la Región de Murcia 2006/2012*. Recuperado de:

[http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=11332&IDTIPO=100&RASTRO=c1095\\$m11291](http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=11332&IDTIPO=100&RASTRO=c1095$m11291)

-Consejo Internacional de Museos (ICOM). (2016). *Estatutos del ICOM adoptados por la 22<sup>a</sup> Asamblea general en Viena (Austria) el 24 de agosto de 2007*. Recuperado de: <http://icom.museum/la-vision/definicion-del-museo/L/1/>

- Dosdoce.com y Abanlex Abogados. (2009). Estudio “La visibilidad de los museos en la Web 2.0”. Recuperado de: <http://www.dosdoce.com/upload/ficheros/noticias/201005/0000000048.pdf>
- García Fernández, I.M. (2015). El papel de los museos en la sociedad actual: discurso institucional o museo participativo. Complutum (Vol. 26) pp. 39-47. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/CMPL/article/view/50415>
- Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITRM). (2015). La demanda turística en la Costa Cálida. Análisis por productos. Verano 2014. Unidad de Estudios y Estadística. Consejería de Industria, Turismo, Empresa e Innovación. Recuperado de: [http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=11330&IDTIPO=100&RASTRO=c1095\\$m11170](http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=11330&IDTIPO=100&RASTRO=c1095$m11170)
- Instituto de Turismo de la Región de Murcia, (2016). Estadísticas de turismo. Recuperado de: [http://www.murciaturistica.es/es/estadisticas\\_de\\_turismo](http://www.murciaturistica.es/es/estadisticas_de_turismo)
- Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITRM). (2016). Viajeros y pernoctaciones según destino en la Región de Murcia. Recuperado de: [http://www.murciaturistica.es/es/estadisticas\\_de\\_turismo?pagina=viajeros-y-pernoctaciones](http://www.murciaturistica.es/es/estadisticas_de_turismo?pagina=viajeros-y-pernoctaciones)
- La Verdad, (2015). Más de 33.000 visitantes en el 150 aniversario del Mubam. Recuperado de: <http://www.laverdad.es/murcia/culturas/201501/10/visitantes-aniversario-mubam-20150110010909-v.html>
- Mascaró, E. (2013). Turismo, primavera árabe y un Mediterráneo convulso. Hosteltur. Recuperado de: [http://www.hosteltur.com/137860\\_turismo-primavera-arabe-mediterraneo-convulso.html](http://www.hosteltur.com/137860_turismo-primavera-arabe-mediterraneo-convulso.html)
- Mengual Bernal, I. (2015). Gestión Mediática de la Cultura: del Museo a la Prensa y, Camino de Vuelta, cuando la Información Lleva al Museo. Universidad de Murcia. Recuperado de: <http://www.tesisenred.net/handle/10803/369845>



- Millán Escriche, M. (2004). Turismo en la Región de Murcia: Evolución de la Oferta Turística de Interior y su Distribución Espacial. Cuadernos de Turismo 13 (pp. 51-72). Escuela de Turismo de Murcia. Recuperado de: [revistas.um.es/turismo/article/viewFile/18861/18191](http://revistas.um.es/turismo/article/viewFile/18861/18191)
- Millán Escriche, M. (2015). Análisis del Turismo Accesible en la Ciudad de Murcia. Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas nº 11 Enero-Junio 2015 (pp. 63-86). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5156007.pdf>
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECD) (2015). Anuario de Estadísticas Culturales 2015. Museos y Colecciones Museográficas. Recuperado de: [www.mcu.es/.../Estadistica\\_de\\_Museos\\_y\\_Colecciones\\_Museograficas](http://www.mcu.es/.../Estadistica_de_Museos_y_Colecciones_Museograficas)
- Morère Molinero, N.; Perelló Oliver, S. y otros. (2013). Turismo cultural. Patrimonio, museos y empleabilidad. Madrid. Escuela de Organización Industrial.
- Museos de la Región de Murcia. (2016). Recuperado de: [www.museosdemurcia.com](http://www.museosdemurcia.com)
- Padró, C. (2003). La museología crítica como una forma de reflexionar. En J.P. Lorente y D. Almazán (Coord.). Museología crítica y arte contemporáneo (pp. 51-73). Zaragoza: PUF.
- Porras, C. (2013). La difícil integración entre turismo y cultura. Recuperado de: [http://www.hosteltur.com/115490\\_dificil-integracion-turismo-cultura.html](http://www.hosteltur.com/115490_dificil-integracion-turismo-cultura.html)
- Tobalina Oraá, E. (2015). La Primavera Árabe y el turismo. Unirrevista. Fundación UNIR. Universidad internacional de La Rioja. Recuperado de: <http://www.unir.net/turismo/revista/noticias/la-primavera-arabe-y-el-turismo/549201453348/>
- Varela Agüí, E. y Garde López, V. (2009-2010). “¿Al servicio de la sociedad y su desarrollo? El Laboratorio Permanente de Público de Museos: una herramienta de gestión”. Revista Museos.es: nº 5-6, pp. 208-221. Recuperado de: [https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=11332&IDTIPO=100&RASTRO=c818\\$m22727,22762,11291](https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=11332&IDTIPO=100&RASTRO=c818$m22727,22762,11291)

**ANEXO I**

**CUESTIONARIO PARA EL RESPONSABLE DEL MUSEO.....**

Nombre:	Fecha:
---------	--------

Este cuestionario lo realiza la alumna María Carmen Cermeño Rodríguez para el TRABAJO FIN DE MÁSTER en Educación y Museos, Tutores: Sebastián Ramallo Asensio, Elena Ruiz Valderas con el título:

**LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE MURCIA COMO RECURSO TURÍSTICO: BALANCE Y PROPUESTAS DE MEJORA.**

Agradeciéndole la atención prestada.

**1. ¿Realizan estudios de público?**

- Sí
- No

**2. En caso afirmativo: ¿Qué tipo de datos recogen?**

- Número de visitantes (expresé el último balance)

.....  
 .....

- Aspectos sociodemográficos: edad, sexo, procedencia, nivel de estudios

.....  
 .....

- Otros

.....  
.....

- Aspectos interactivos: comportamiento del visitante dentro del museo

.....  
.....  
.....  
.....

**3. Señale las fechas de mayor afluencia de público y si coincide con algún evento**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**4. ¿Qué elementos cree que resultan más atractivos para los visitantes?**

- Cercanía a otros monumentos
- La exposición
- La localización del museo en la ciudad
- Las actividades

- Otros
- .....
- .....

**5. ¿Qué impacta más al visitante de la exposición? Descríbalos**

- El espacio expositivo
  - Recursos museográficos (vídeos, maquetas, recreaciones)
  - La visita guiada
  - Objetos y obras de arte
  - Otros
- .....
- .....

**6. ¿Qué actividades lleva a cabo el museo?**

- Talleres
  - Exposiciones temporales
  - Conferencias
  - Ciclos de música
  - Otros
- .....
- .....

**7. ¿A quién van dirigidas esas actividades?**

- Escolares
- Jubilados

- Enfermos
  - Amas de casa
  - Otros
- .....
- .....

**8. ¿Destinan alguna actividad para los vecinos del barrio?**

.....

.....

**9. Considera que podría mejorar algún aspecto del museo**

- Horario más amplio
  - Acceso gratuito
  - Más información sobre las actividades
  - Aparcamiento gratuito
  - Accesibilidad física
  - Accesibilidad sensorial
  - Otros
- .....
- .....

**10. ¿Se asesoran externamente o sólo cuentan con sus propios medios?**

- Para la exposición permanente
- Para la exposición temporal
- Para las actividades
- Para aumentar el número de visitantes
- Otros

.....

**11. ¿Qué tipo de publicidad se hace del museo?**

- Medios de comunicación, internet, carteles

.....

- Asiduidad de esos medios

.....

- Disponen de carteles, dípticos, trípticos

.....

- Aspectos mejorables

.....

**12. ¿Qué tipo de intercambios hacen con otros museos?**

- Obras de arte

.....

- Información relativa a (conservación, público, recursos)

.....

.....

- Otros

.....

**13. Señale algún aspecto destacable que no hemos considerado**

- Positivo

.....

- Negativo

.....

**ANEXO II**

**CUESTIONARIO PARA GUÍA DEL MUSEO.....**  
 .....

Guía con amplia experiencia en el museo	Fecha:
---	--------

Este cuestionario lo realiza la alumna María Carmen Cermeño Rodríguez para el TRABAJO FIN DE MÁSTER en Educación y Museos, Tutores: Sebastián Ramallo Asensio, Elena Ruiz Valderas con el título:

**LOS MUSEOS DE LA CIUDAD DE MURCIA COMO RECURSO TURÍSTICO:**  
**BALANCE Y PROPUESTAS DE MEJORA.**

Agradeciéndole la atención prestada.

**1. ¿Qué tipo de visitantes atiende?**

- Escolares, jubilados, extranjeros, familias, enfermos, otros

.....  
 .....

**2. Número de visitantes por grupo**

.....

**3. ¿Qué recurso museográfico resulta más interesante y atractivo al visitante? (videos, fotos, dibujos, recreaciones, maquetas)**

- Especifique por rango de edad



.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**4. ¿Qué aspecto llama más la atención de la exposición al visitante? (distribución, obras expuestas, edificio, otros)**

- Especifique por rango de edad

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**5. ¿Qué pregunta con más frecuencia el visitante?**

- Especifique por rango de edad

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**6. ¿Qué información da al visitante sobre el museo?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**7. ¿Qué servicio incluiría para cubrir las necesidades del visitante? (Idiomas, carteles, tienda, cafetería, otros)**

.....  
.....  
.....  
.....

.....  
.....  
.....  
.....

**8. ¿Qué distingue a este museo de otros?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

## **ANEXO III**

### **EVALUACIÓN**

### **DEL**

### **MUSEO.....**

#### **1. Dónde puedo encontrar información del museo**

Oficina de información y turismo

Hoteles de la ciudad

Páginas web

Guías turísticas

Otros

#### **2. Dónde se publicita el museo**

Internet

Periódicos

Carteles

Otros

#### **3. Tiene web propia**

#### **4. Accesibilidad al museo**

Transporte público

Indicaciones del museo

Situación del museo en la ciudad (cerca de...)

Parking

Otros

## **5. Accesibilidad dentro del museo**

Rampas

Ascensores

## **6. Recepción y punto de información**

Disponen de plano del museo, folletos, guías con idiomas, audioguías

## **7. Indicaciones para la visita**

Carteles para realizar el recorrido, indicaciones de aseos y otros servicios

## **8. Recursos museográficos adaptados a la diversidad**

Carteles braille, a diferente altura, idiomas

## **9. Servicios**

Dispone de cafetería, tienda, recuerdos, publicaciones, biblioteca, talleres, sala de conferencias, sala de lactancia, cambiadores infantiles.

## **10. Actividades**

Talleres

Conferencias

Conciertos

## **11. Horarios**

De invierno

De verano

Otros

## **12. Otras consideraciones**

**ANEXO IV**

**Web de los museos de gestión autonómica.**



Fuente: <http://www.museosdemurcia.com/museos/museos.inicio>