

MUSEOS DE GUAYAQUIL: UNA MIRADA CRÍTICA AL TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD.

César Augusto Santana Moncayo, Mgs.

*Magister en docencia y gerencia en Educación Superior (Ecuador).
Docente a tiempo completo de la Facultad de Turismo y Hotelería
de la Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador.*

ARTÍCULO DE REFLEXIÓN

Recibido: 15 de diciembre de 2017.

Aceptado: 16 de abril de 2018.

RESUMEN

El presente artículo realiza una exposición general sobre el museo y su relación con la ciudad y sus habitantes, así como sus circunstancias como parte de un destino turístico cultural. Además, se realiza una breve revisión de su importancia como gestor cultural, educativo, creativo y lúdico, uniendo las definiciones y conceptualizaciones en el caso de la ciudad de Guayaquil, Ecuador; presentando las características de algunos de los museos de la ciudad, su presencia en la actividad turística de la misma y por qué aparecen de forma muy limitada en la oferta de turismo cultural de la urbe.

Palabras clave: turismo, cultura, museo, Guayaquil.

ABSTRACT

This article presents a general exposition of the museum, and its relationship with the city and its inhabitants, and its paper as a cultural, educational, creative and playful place, their presence in cultural tourism activity, and a constructive criticism of what happens with the museums of the city of Guayaquil, Ecuador, which participate, but in a very limited way, in the cultural tourism that city offers.

Keywords: tourism, culture, museum, Guayaquil.

INTRODUCCIÓN

El International Council of Museums -Consejo Internacional de Museos- ICOM, indica, en su página web, que el concepto de museo ha ido cambiando con el transcurso de los años, definiéndose en la actualidad como “...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 y su ambiente con fines de estudio, educación y recreo.” (Consejo Internacional de Museos, 2017).

Bajo este concepto, se pueden realizar varias apreciaciones:

En primer lugar, el museo sirve a la sociedad, por lo que su primera misión es el servicio. Desde este punto de vista, su vinculación con el turismo es palpable, ya que ambos son actividades ligadas a la prestación de servicios, aunque la finalidad original del museo no era, exactamente, para el uso turístico.

En segundo lugar, es un sitio que “adquiere, conserva, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su ambiente”, por lo que se convierte en un espacio de resguardo, uso y difusión de información, especialmente (pero no únicamente) histórica, que trata de dar algunas explicaciones sobre uno o varios temas relacionadas con el espacio que lo acoge (sea una ciudad o una comunidad). El tema patrimonial es de suma importancia, puesto que es la idea central que debe difundirse en el museo.

En tercer lugar, la finalidad u objetivo del museo: estudio, educación y recreo, aunque parezcan desligados y hasta contrapuestos, son vinculantes entre sí: el estudio y la educación son elementos inherentes e imprescindibles en las personas, es decir, se aprende y educa diariamente y con cada actividad que se realiza (unas más conscientes y aprovechables que otras), pero el fin recreativo las vuelve más cercanas y amigables: el museo no puede ser visto como un espacio para una “élite educativa y científica”, sino más bien como un espacio donde cualquier persona, con una mínima curiosidad por aprender algo nuevo, accede a la información de forma casi imperceptible. Lo ideal es que las personas, una vez que han salido de un museo, perciban que su historia –y su herencia patrimonial, al fin y al cabo- están vivas y puede ser presentadas a cualquier público.

El museo es, por tanto, un espacio donde pueden encontrarse personas de diferente edad, nivel socioeconómico o cultural, aprendiendo de su entorno, historia, vivencias, tradiciones y costumbres, creado de acuerdo a unas necesidades que han aparecido –y tratan de solucionarse- en la propia comunidad. A pesar de su carácter de apertura que necesariamente debe ser parte intrínseca de su propia naturaleza, surge una pregunta urgente: ¿debe el museo convertirse en un mercado de productos culturales que sean consumidos por el gran público? Un ejemplo es el de las exposiciones temporales, que suelen ser muy bien recibidas y con gran acogida por las personas (Hernández, 1992), que, de cierta forma, permiten que quienes no ingresen al museo por falta de interés, lo puedan hacer para observar aquellas exposiciones.

El museo, como se ha mencionado en párrafos anteriores, está llamado a ser un vehículo que comunique, de forma lúdica, la historia o el arte que forman parte del patrimonio cultural –tangible, en su mayoría- de la ciudad, región o comunidad donde se encuentre ubicado. Por tanto, debe buscar elementos (o eventos) de interés para que las personas que no están del todo familiarizadas con los temas culturales, puedan ingresar y sentirse “libres de aprender”, dejando de lado la idea que la cultura es solo para un grupo selecto de personas. Por tal razón, el presente artículo realiza una exposición general sobre el museo y su relación con la ciudad y sus habitantes, así como sus circunstancias como parte de un destino turístico cultural.

REVISIÓN TEÓRICA

Museos y la ciudad.

En este artículo se tratará de forma exclusiva el tema del museo frente a la ciudad, es decir, el museo urbano, específicamente, los museos de la ciudad de Guayaquil, Ecuador, dejando de lado el análisis de otros espacios con características museísticas, como archivos históricos, bibliotecas, jardines botánicos, parques o similares. Por eso, es necesario revisar la situación actual del museo en los ambientes ciudadanos y su relación con la cultura y los ciudadanos que conforman estas urbes. Es algo obvio –y se ha señalado

¹ Muchas personas pueden sentirse cohibidas por el hecho de tener un bajo grado de conocimientos culturales, de manera que perciban al museo como un sitio agresivo. El museo debe convertirse, entonces, en un sitio de aprendizaje multisectorial y amigable con cualquiera de sus usuarios.

en varias ocasiones en el presente escrito- que “todos los públicos tienen cabida en el museo” (Sardá & Roncero, 2015), sobre todo porque el museo vive del público que lo visita.

Se conoce por observación obvia que, hace algunos años, repetir una visita al museo no era algo común, sobre todo porque, una vez visitado, ya se conocía lo que ahí se exponía, y por tanto no era necesario volver a observarlo. Con el pasar del tiempo, y ya entrado el siglo XX y parte del XXI, los museos perciben que es necesario reinventarse cada cierto tiempo, para no perder esa capacidad de asombrar a los visitantes, tanto antiguos como nuevos. Más adelante, al hablar del tema específico de los museos de la ciudad de Guayaquil –parte medular de este artículo- se expondrán los cambios que se han suscitado en algunos de los mismos, y una reflexión sobre el impacto surgido a partir de esos cambios. Probablemente, el público puede preguntarse: ¿Por qué es importante visitar los museos que se encuentran en la ciudad? Las respuestas a esta interrogante, por supuesto, serán muy variadas y dependerán del grado de profundidad que se requiera escuchar. En primera instancia, el museo permite expandir el conocimiento sobre un tema en particular: por ejemplo, un museo dedicado a la música podrá presentar una información tanto académica como lúdica, que permita a las personas expuestas a esa, emitan sus propias conclusiones con respecto a lo que están observando, sin necesidad de ser expertos en la materia. Por el contrario, pueden surgir nuevas interrogantes que necesiten ser contestadas, y ahí un segundo punto de importancia para visitar un museo. En las mentes más curiosas e inquisidoras (muchas veces, las más jóvenes), el museo puede (y debe) ser el punto de partida hacia nuevas investigaciones y conocimientos más profundos. Se conoce que muchas personas dedicadas a descubrir nuevos elementos de estudio, iniciaron su periplo investigativo visitando un espacio dedicado a la exposición de materiales culturales e históricos.

También existe un tema muy particular al ingresar a un museo: en muchos de ellos, se está en contacto directo con obras del patrimonio mundial de la humanidad. Por ejemplo: visitar el museo de Louvre para observar a la Geoconda, de da Vinci, o a la Venus de Milo o a la Victoria de Samotracia, ambas del arte Helenístico. Por supuesto, esto se realiza en museos de fama mundial donde se conoce que existe este tipo de piezas, y obviamente, no en todos los museos existen tales oportunidades. Esto último no debe ser motivo de desmerecimiento para catalogar a un museo: más bien, es la oportunidad de crecer en el conocimiento específico de una ciudad, o parte de ella. También, es lógico que el público pueda encontrarse con diferentes

tipos de museos: aquellos que son celosos guardianes de un tipo (o varios) de patrimonio cultural, que están más asociados a templos del saber casi etéreos y con cierto aire de misticismo; como a aquellos donde la parte de entretenimiento está vinculada al saber, donde existen espacios para la lectura o instalaciones multimedia o de audio y vídeo que permiten un acercamiento más palpable y amigable de las personas hacia la información que se quiere transmitir y viceversa. Y esta es la parte fundamental del museo de la ciudad: debe ser ese espacio donde la ciudadanía pueda vivir experiencias de aprendizaje y entretenimiento, que sea flexible y dinámico, y se aparte de ciertos convencionalismos que solo causan alejamiento de las personas hacia el espacio museístico. Para ello, muchos museos, además de exponer piezas arqueológicas, históricas o de arte contemporáneo, también abren sus puertas a presentaciones artísticas, obras musicales, exhibiciones fotográficas, y un amplio margen de exposiciones.

Las ciudades, por si solas, son entes dinámicos –porque sus mismos habitantes le otorgan esa condición- por lo que prácticamente todos los espacios de la misma deben presentar características similares. De ahí que es importante que los museos ciudadanos aprendan de como las urbes y sus habitantes van cambiando, a través de las generaciones que se van sucediendo. Y esto tiene mucha lógica, puesto que no se puede ofertar el mismo tipo de exposición a personas de edad adulta y a jóvenes, con otro tipo de ideas, sobre temas universales. Cabe también preguntarse, ¿cuándo visitamos los museos? ¿Visitarlos es una práctica arraigada en los habitantes de la ciudad? En muchas urbes, las visitas a los museos son parte importante del desarrollo de las clases desde la edad más temprana, logrando que los estudiantes, desde muy pequeños, se sientan atraídos por el mundo cultural de las exposiciones, mientras que los maestros logran crear clases muy distintas a las que podrían realizar en un salón (Sardá & Roncero, 2015). Por supuesto, esta situación ideal no siempre se cumple; ya que, en muchas ocasiones, las visitas a los museos por parte de los estudiantes es solo parte de una tarea, y no se toma como una vivencia o una oportunidad de profundizar en determinados conocimientos.

Barreras para no acceder a los museos.

Anteriormente se indicó que una barrera para que las personas –en este caso, habitantes de la ciudad- no accedan los museos, es la idea que el arte y la cultura provienen exclusivamente de una clase económicamente dominante, y que las personas de bajos recursos económicos no son bienvenidos y no pertenecen al mundo cultural –barrera de tipo psicológico- (McLean,

1997). Pero el propio museo puede romper esa barrera, al transformarse en un espacio de apoyo directo a los artistas locales, brindando la oportunidad de mostrar diversos tipos de obras y exposiciones, tratando de abrir aún más el abanico de visitantes. Sin embargo, la barrera psicológica es solo una de las que pueden encontrarse entre las razones que esgrimen las personas para no ingresar a los museos. Otros motivos pueden ser: falta de tiempo, falta de conocimiento de la existencia de ciertos museos o muestras (sean temporales o de larga duración), falta de interés, y razones estructurales (McLean, 1997).

Entonces, ¿qué se puede hacer para que el público ingrese y regrese al museo? Lo ideal es la realización de “campañas” que hagan más tangible el tipo de arte o historia que se muestra en las diversas exhibiciones que una ciudad tiene para ofertar, de tal forma que se puedan realizar llamadas de atención mediáticas que permitan la inclusión de un gran número de personas. Por ejemplo, en el año 2005, en Guayaquil, se exhibió una muestra fotográfica sobre la llamada “Sábana Santa”. La réplica de ésta fue colocada en el Museo Nahím Isaías, a un costo de entrada de 1,50 dólares por persona (Diario El Universo, 2005). La muestra fue todo un éxito; sin embargo, una exposición similar no volvió a darse hasta el año 2009, cuando el Centro de Convenciones “Simón Bolívar” de la misma ciudad fue sede de la exposición “Da Vinci, el genio”, donde se presentaron 189 piezas de arte e invenciones de aquel inventor italiano. Según noticias de un diario de la ciudad, a esta muestra ingresaron aproximadamente veinte mil personas, con un costo de entradas de entre ocho (8) y dos (2) dólares, para diferentes categorías de visitantes. (Diario El Universo, 2009).

Con estos dos ejemplos se puede demostrar que un público, como el de Guayaquil, si está interesado en muestras museísticas de calidad y valor universal, pero que, probablemente, no aprecia del todo las muestras de sus museos locales. Hay que tener en claro, por supuesto, que cada visitante, en un museo “aprende de diferentes maneras, interpreta la información desde sus propios conocimientos previos, experiencias y creencias” (McLean, 1997), por lo que es válida la idea de pensar en realizar encuestas, tanto de satisfacción de los clientes como de sus expectativas frente a las exposiciones que se realicen a futuro en los museos, de tal forma que puedan integrarse a los intereses, demandas y necesidades de los habitantes de las ciudades.

Por otro lado, es necesario aclarar que los museos de las ciudades, sean cuales sean estas, y sea cual sea su tipo, no pueden dejarse llevar por una “globalización cultural”, que podría concluir en una exagerada

“estandarización” de los museos, quitando la identidad propia de estos espacios, y cayendo en la trampa de olvidar las raíces patrimoniales que, se supone, debe custodiar. Aun así, los museos en la actualidad deben enfrentarse al reto de modernizar sus espacios y exposiciones, sin dejar de lado la transparencia histórico - cultural que debe regir en sus muestras y presentaciones, ya que el museo es “...en verdad, un evento, un acontecimiento que no se agota en el formato institucionalizado de las organizaciones ortodoxas y cuya existencia trascenderá siempre los conjuntos de formas inanimadas en espacios cristalizados” (Scheiner, 2008).

Museos en la oferta de turismo cultural: Turismo y turista cultural.

Es bien conocido el hecho que el turismo puede producir beneficios o daños irreparables en los lugares donde se desarrolla esa actividad. Tanto los impactos positivos como negativos que se susciten alrededor de la actividad turística, van a depender de la forma en como éste se haya planificado. Uno de los beneficios más palpables que puede percibirse directamente del turismo hacia el sector cultural, es la oportunidad de conservar sitios históricos y arqueológicos, con la finalidad de ser mostrados a grupos de visitantes y turistas, que bien pueden ser del mismo país o del extranjero. Por supuesto, esta oportunidad proviene de los fondos que pueden ser obtenidos en agencias de cooperación internacional dedicadas a la conservación de lugares de interés cultural (Organización Mundial de Turismo, 1999).

Pero no solamente esta conservación y presentación de elementos culturales puede ser restringida a sitios con valor o interés histórico o arqueológico: en este punto es que ingresan los museos como parte importante de la oferta de turismo cultural. Por supuesto, existen voces que indican que el turismo cultural, como una forma de actividad respetuosa del pasado, que no conlleva una pérdida de la identidad local y no reduce al patrimonio a un mero monumentalismo que no es aprovechado ni es de interés para la población local, no existe. En otras palabras, en muchas ocasiones, la cultura, las tradiciones, el pasado ancestral está mezclado con exotismo, primitivismo, experiencia, autenticidad, sostenibilidad, y otras más, que engloban los nuevos tipos de experiencia turística en una especie de “turismo alternativo”, donde existe respeto por lo tradicional, pero que no define propiamente la verdadera cultura del lugar que se está visitando (Santana, 2003).

Entonces, el turismo cultural puede definirse como “...aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico” (Secretaría de Turismo de México, 2017). Esta definición permite, de cierta forma, aterrizar conceptos antropológicos y sociales que enmarcan la cultura de un lugar, independientemente de si se refiere a bienes culturales tangibles (como las muestras de museos), o a elementos propios del folklore del lugar o destino que se observa. En esta parte del presente artículo es necesario indagar las tipologías de turismo cultural que existen. Estas van a depender, en gran medida, de los investigadores y sus intereses o profundidad en sus estudios. Una breve muestra de estas tipologías se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1: Tipologías de turismo cultural, revisión conceptual.

	Trabajo	Moda	Arquitectura	Artesanía	Historia	Idioma	Religión	Educación	Tradición	Ocio	Arte y Música	Gastronomía	Patrimonio	Museos	Escultura	Festivales	Baile	Teatro	Eventos
Zins & Ritchie (1978)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x							
Irish Board Tourism (1998)			x	x	x						x		x						
ECTARC (1989)			x	x		x	x				x	x	x	x	x	x	x	x	
Munster (1994)					x					x	x		x	x					x
de Cluzeau (2000)				x	x	x	x	x	x	x		x		x		x			x
Richards (2001)				x	x							x	x	x					
Grefe (2002)			x	x							x	x	x	x		x		x	x
WTO (2005)						x	x	x					x	x		x	x	x	x

Fuente: Mallor, González, & Fayos (2013).

Como puede observarse, depende del tipo de autor, el turismo cultural podrá ser revisado en diferentes manifestaciones: así, algunos toman en consideración el ocio como parte integrante de la oferta de este tipo de turismo, mientras otros no lo toman en cuenta. Esto por supuesto, le da una gran carga de subjetividad al concepto, dejando de lado algunas ideas interesantes que podrían añadirse al esquema “cultural”. Por ejemplo, se puede disfrutar de un momento de ocio visitando una exposición de arte, no necesariamente porque “no había nada más que hacer”, sino porque el turista conscientemente decide “escapar” de un grupo de actividades ya planificadas –en un paquete turístico- hacia una más relajante y, de cierta forma, íntima. A nivel de Latinoamérica también se han realizado

aproximaciones a los tipos de turismo cultural. Miguel Ángel Acerenza (Portal de América, PDA Media & Consulting, 2017) propone las siguientes modalidades, basadas en las motivaciones de los turistas:

Turismo monumental: Es el tipo de turismo orientado a conocer los grandes íconos monumentales que existen en el mundo, especialmente en Europa (similar al antiguo Grand Tour), sin descartar los sitios declarados como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, incluyendo en estos los de América Latina.

Turismo urbano: Aquel tipo de turismo donde no solo se recorren las ciudades con gran pasado histórico y presencia arquitectónica importante, sino aquellas destacadas por su modernidad, por el contrario, las ciudades pequeñas con cierto “encanto y ambiente”. De acuerdo al autor Acerenza, este tipo de turismo cultural comenzó a surgir con fuerza hacia la década de los ochenta, manteniéndose en auge hasta la actualidad, sobre todo por su combinación con el turismo de ferias y convenciones.

Turismo etnográfico: Denominación que identifica a los viajes realizados para conocer costumbres y tradiciones de culturas escasas y extrañas al común de las personas. En esta categoría pueden ingresar las visitas a pueblos y comunidades indígenas, grupos étnicos específicos, comunidades campesinas o grupos aislados.

Turismo arqueológico o arqueturismo: Es aquel que se relaciona con el descubrimiento y conocimiento de los vestigios de culturas antiguas, en cualquier parte del mundo.

Rutas de turismo cultural: Son los caminos y espacios que llevan de un punto a otro, pero que destacan por su riqueza histórico – cultural.

Otro concepto que es necesario señalar es el del turista cultural, quien puede ser una persona realmente interesada en lo que ocurre cultural y antropológicamente en los espacios que recorre, lo que convierte a este tipo de turismo en algo más “exclusivo” -o especializado-, o por el contrario, es el viajero que busca “demostrar” que estuvo en tal o cual lugar, no dudando en comprar cualquier artilugio o miniatura del sitio que observa –sin importar que diga “hecho en Taiwan”- con tal de poder enseñar a los suyos, en su país de origen, que pudo visitar ese lugar particular y cultural del mundo (Santana, 2003).

Bajo esta premisa, se pueden encontrar básicamente dos tipos de turistas culturales según (Santana, 2003): aquellos clientes directos, que conscientemente buscan lugares donde puedan encontrar la cultura más pura y viva, que les permita percibir una experiencia gratificante y que están preocupados por la naturaleza y las personas que habitan en los sitios que visitan, tratando de aprender y no destruir los lugares a los que acceden en busca de una cultura diferente a la propia; y están los clientes indirectos: aquellos que se aprovechan de las ventajas que ofrece el turismo moderno para acceder a sitios diferentes e interesantes (probablemente atraídos por el “exotismo”) y que el tema patrimonial no estaba, originalmente, en sus planes de viaje, pero que lo aprovechan porque lo encuentran en su camino. Otros autores e investigadores del fenómeno del turismo cultural son un poco más “amables” con las definiciones: indican que se le puede ofrecer al turista un amplio abanico de posibilidades, lo que lo llevaría a consumir algún tipo de producto cultural, evitando colocarlo en un tipo de producto turístico estandarizado, basado solamente en su capacidad de elección (Boniface, 1995). Desde esta perspectiva, la cultura –como parte del destino turístico– tiene una gran ventaja, puesto que “lo cultural” puede encontrarse en variados lugares y en diversidad de elementos.

El turista cultural presenta, de manera muy general, las siguientes características (García, 2017):

- a) Personas educadas y formadas (en muchas ocasiones han accedido a la educación superior).
- b) No existe un rango exacto de edad (cubre todos los segmentos).
- c) Presentan un alto gasto turístico.
- d) Se interesan en la gastronomía y las compras.
- e) Se preocupan por el medio ambiente.
- f) Una de sus motivaciones es la de observar las diferencias culturales de los lugares que visitan.
- g) Sus viajes son frecuentes.
- h) Buscan comodidad y calidad.
- i) Les interesa la población local y su forma de vida.

En algunos países, como Perú, se han realizado estudios más detallados sobre la actuación del turista cultural. En este país, se identificaron tres tipos, de acuerdo a la segmentación psicográfica (PromPerú, 2007):

Tabla 2. Segmentación psicográfica del turista cultural en Perú.

Tipo de turista cultural de acuerdo al segmento psicográfico	Características
Superficiales	<ol style="list-style-type: none"> a) Prefieren atractivos culturales reconocidos, por lo que no buscan la asistencia de un guía. b) Suele buscar información básica y suficiente del sitio que visitan. c) La accesibilidad es importante, se decantan por sitios arqueológicos e históricos los que sea fácil llegar.
Aficionados	<ol style="list-style-type: none"> a) Prefieren sitios históricos y culturales que se encuentren en sitios de naturaleza. b) Recurren a varias fuentes de información antes de realizar un viaje. c) Buscan destinos que les permitan realizar una variedad de actividades, sobre todo culturales. d) Presentan un interés menor en conocer las costumbres y tradiciones de los lugares que visitan. e) Consideran que es importante los servicios de un guía turístico, para obtener conocimientos precisos de los sitios a los que acceden.
Conocedores	<ol style="list-style-type: none"> a) Son turistas que prefieren conocer la cultura local, las costumbres y el misticismo de los lugares que visitan. b) Se interesan también en indagar sobre mitos y leyendas de los pueblos. c) Recurre a fuentes de información especializada antes de realizar un viaje. d) El acceso no es un factor que les impida acceder a sitios históricos o culturales. e) Les interesa también conocer el idioma del sitio visitado, así como la mayor cantidad de aspectos culturales de los países.

Fuente: PromPerú (2007).

Con esta información, se puede concluir en este punto que el turista cultural es una persona que gusta de los elementos no tradicionales de un viaje turístico. Es decir, busca conocer algo más de la cultura del sitio al que accede, preocupándose por no influir demasiado o no alterar las costumbres del sitio que visita, respetando las tradiciones –por extrañas que le parezcan– y que puede realizar varios viajes a lo largo del año, siempre y cuando sus motivaciones y necesidades culturales estén plenamente satisfechas.

Guayaquil y el turismo cultural.

Guayaquil fue considerada, durante mucho tiempo, una ciudad de paso (los turistas no pernoctaban o lo hacían solo una noche), situación que varió con el impulso que tuvieron los congresos y convenciones, pasando de 481.493 turistas en Guayaquil en el 2013, a 1.739.662, de acuerdo al informe presentado por el Observatorio Turístico de Guayaquil. A pesar de este incremento, no hay estudios profundos de la actividad de turismo cultural en la ciudad. Se conoce, eso sí, que una de las principales motivaciones de viajes a Guayaquil es el ocio y la recreación.

Los lugares más visitados en Guayaquil durante el año 2015 fueron los siguientes, según datos del (Observatorio Turístico de Guayaquil, 2015):

1.- Malecón Simón Bolívar

- 2.- Barrio Las Peñas
- 3.- Cerro Santa Ana
- 4.- Malecón Del Estero Salado
- 5.- Parque Histórico Guayaquil
- 6.- Plazas, parques y monumentos

El mencionado informe no presenta cifras exactas sobre cantidad de personas que accedieron a estos lugares, pero puede notarse que los mismos presentan un contenido cultural interesante, por ejemplo: el barrio Las Peñas es el más antiguo de la ciudad, mientras que el Malecón Simón Bolívar ha existido –con muchas variables constructivas y arquitectónicas, por supuesto- prácticamente desde principios del siglo XX. Si se refiere específicamente al turismo cultural, se pueden notar dos puntos de sumo interés en esa modalidad del turismo: uno es el Parque Histórico Guayaquil, sitio que, a pesar de no estar exactamente en los límites urbanos (está ubicado en una ciudad cercana, pero su acceso es sencillo desde Guayaquil), es una muestra de cómo era esa ciudad y sus alrededores en la conocida como “Provincia de Guayaquil”, hasta 1900 aproximadamente). El segundo punto son las plazas, parques y monumentos, espacios llenos de historias y tradiciones que, de a poco, están adquiriendo mayor notoriedad en la ciudad, tanto para habitantes locales como para turistas. Sin embargo, como puede notarse, los museos de la ciudad han quedado de lado en la presencia de espacios de esparcimiento turístico cultural en Guayaquil. Hay dudas, por tanto, que estos sitios puedan ser parte de la actividad turística de la ciudad, o si, por el contrario, son apenas visitados por habitantes locales.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para poder clarificar un poco el papel de los museos en el turismo cultural de Guayaquil y para efectos de este artículo, se utilizó la entrevista a expertos como herramienta para recolectar los datos sobre el turismo cultural de la ciudad. Para esto, se realizaron entrevistas puntuales, tanto a los administradores de museos, como a operadores turísticos reconocidos. También se recurrió a la revisión de la página web del Municipio de Guayaquil donde se exponen los atractivos naturales y culturales de la ciudad.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Entrevistas a administradores de museos.

Para la redacción del presente artículo, se escogieron los siguientes museos, donde se realizaron las entrevistas respectivas:

- a) Museo Nahím Isaías: Ubicado en el centro de la ciudad (en la denominada Plaza de la Administración, entre la Gobernación de la Provincia del Guayas y el Municipio de Guayaquil), fue inaugurado en 1989, con exposiciones de piezas del arte colonial de Ecuador, expandiéndose a muestras arqueológicas en 1996 (Empresa Pública Municipal de Turismo, 2017).
- b) Museo Presley Norton: Se encuentra en una antigua casa de valor patrimonial, construida entre 1938 y 1940. Fue inaugurado en el año 2007. En la actualidad, alberga una colección de ocho mil objetos arqueológicos (Empresa Pública Municipal de Turismo, 2017).
- c) Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo (MAAC): Localizado en el centro de Guayaquil, junto al Barrio Las Peñas y frente al río Guayas, con un área de construcción de 10,000 metros cuadrados, distribuidos en tres plantas. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2017), que incluyen: sala de exposiciones, salas de vídeo, auditorio y biblioteca. Es el más grande de los museos de la ciudad.
- d) Museo Municipal de Arte “María Eugenia Puig Lince”: Es el museo más joven de la ciudad. Fue inaugurado el 15 de noviembre de 2013, y su nombre evoca a una intelectual, diplomática y poeta guayaquileña nacida en 1919 y fallecida en 2001. En sus 80 metros cuadrados se cuentan cuatro momentos de la vida de la sociedad guayaquileña y ecuatoriana, a través de 14 murales en suspensión, realizados por la artista Carmen Cadena Navarro, con la técnica ancestral de modelado escultórico en arcilla (Empresa Pública Municipal de Turismo, 2017).

La investigación de campo consistió en realizar entrevistas a guías de estos museos o administradores de los mismos, relacionadas con las actividades de turismo cultural que realizan en el sitio, o si forman parte de circuitos culturales en agencias de viajes que realicen operación

turística –especialmente city tours- en Guayaquil. Cabe mencionar que esta información fue recolectada por los estudiantes de la materia de Introducción al Turismo de la Universidad ECOTEC, durante el mes de enero de 2017. A continuación, se presenta una tabla resumen de las respuestas a las preguntas planteadas:

Tabla 4: Respuestas de guías/administradores de museos de Guayaquil. Entrevistas a Operadoras Turísticas.

	1. ¿En su opinión profesional, se practica el turismo cultural en Guayaquil?	2. Este museo está considerado como parte de algún recorrido turístico en Guayaquil (llámese paquete o city tour)	3. En general, ¿Cuántas personas visitan el museo mensualmente?	4. ¿Conoce si hay turistas entre los visitantes o no realizan distinción?	5. ¿Qué estrategias propondría para fomentar el atractivo de los museos de Guayaquil para el turismo cultural?
Museo Nahim Isaías	Sí, pero se debería fomentar más la historia y cultura de nuestra ciudad para que así tengan curiosidad de conocer un poco más de nuestra linda ciudad.	No, este museo no está dentro de un paquete turístico porque es gratuito.	Aproximadamente de 3.000 a 4.000 personas mensualmente.	Por mi parte no realizó ninguna distinción, todos son turistas para nosotros ya sean locales o extranjeras.	Yo propondría una estrategia televisiva, es decir, que haya propagandas promocionando los museos de nuestra ciudad o también convenios con instituciones.
Museo Presley Norton	Muy poco, recién está empezando el auge cultural en Guayaquil.	Sí, hay diferentes agencias que promocionan en sus paquetes turísticos el museo, no todo el año se lo realiza como se quisiera pero si se hace recorridos turísticos al museo.	Por lo general de 2.000 a 3.000 personas en todo el año.	Si llegan turistas a nuestro museo ya sean nacionales como extranjeros.	Propondría más anuncios en redes sociales promocionando no solo uno sino todos los museos de nuestra ciudad.
Museo "María Eugenia Puig Lince"	Si se practica turismo cultural en nuestra ciudad muy a menudo pero en mi opinión deberíamos enriquecernos mucho más sobre nuestra historia.	No, el museo es municipal por tanto es gratuito pero tengo conocimiento que en muchas agencias el museo está dentro de paquetes turísticos.	En una semana más de 600 personas, esto quiere decir que hay entre alumnos y visitantes los que ingresan al museo.	Si hay turistas y es fácil notarlos, entre esos turistas se encuentran nacionales como también extranjeros.	Yo sugiero que mucha disposición y ganas de aprender de la historia de nuestra ciudad.
MAAC	Según mi apreciación, últimamente se está dando un auge bastante profundo de lo que es la visita a los museos. Estamos tratando de elaborar nuevos proyectos donde se hacen pequeños paquetes turísticos dentro del museo y comprende varios recorridos.	Bueno, eso es lo que estamos planteando, que las operadoras de turismo vean que dentro de la visita que hacen a Guayaquil no está solamente la parte de la ciudad, sino también la parte cultural y que nos promocionen, ya que es un fortalecimiento de nuestra identidad.	Mensualmente... Para este mes que pasó eran como mil quinientas personas.	Si, si se mantiene. Le cuento que la mayor visita es del público extranjero; el extranjero y las personas nacionales, no los locales, de los locales es muy poco.	Bueno, yo hablaría de un programa en escuelas e instituciones educativas. Me refiero para el público local. Porque a veces los costños somos muy activos en otro tipo de cosas, sin embargo, la parte cultural como que la hemos dejado a un lado. Entonces eso es lo que hay que implementar un poco más. Crear esa cultura de visita a los museos.

Fuente: Elaboración propia a partir de la investigación de campo.

Hay que indicar que la ciudad no presenta una gran cantidad de este tipo de negocios, por lo que se consultó con dos operadoras (Emela Tour y Manglar Rojo²), de las cuales, la primera fue la que respondió las preguntas planteadas. A pesar de esto, se puede considerar como información muy valiosa y de primera mano, ya que muy pocas veces se consulta el tema de visita a museos en recorridos turísticos de Guayaquil. En resumen, las respuestas de la operadora fueron las siguientes:

- Guayaquil es una ciudad que puede destacar por su oferta cultural, pero que no es del todo reconocida dentro de la actividad turística.
- Muchas personas –nacionales, principalmente- desconocen los atractivos culturales que la ciudad tiene para ofrecer. Asimismo, desconocen parte de su historia y tradiciones.
- Los turistas extranjeros, por su lado, al realizar sus investigaciones con respecto a Guayaquil, conocen de antemano los lugares de turismo cultural de la ciudad a los que desean acceder; o a los sitios donde saben encontrarán muestras palpables de las tradiciones y costumbres locales.
- Existen muy pocos paquetes turísticos o city tours de Guayaquil donde se ofrezcan exclusivamente actividades de turismo cultural. Los museos –al menos dos o tres de ellos- son ofertados en algunos de estos city tours.

Revisión de la página web oficial de promoción turística de Guayaquil.

Por información de la página web que promociona el turismo en Guayaquil (www.guayaquilesmidestino.com/es), se oferta un espacio de atractivos turísticos, donde se observa una pestaña de “Historia, Arte y Cultura”. Al ingresar a dicha pestaña, se despliega la siguiente información:

- Plazas y parques históricos
- Monumentos y bustos históricos
- Iglesias

² La empresa Emela Tour respondió a la entrevista realizada por los estudiantes de la Universidad ECOTEC, mientras que Manglar Rojo solo envió los paquetes turísticos donde ofertan actividades de turismo cultural en Guayaquil, respondiendo muy escuetamente a las preguntas planteadas. Aun así, su información sirve como referencia para el presente artículo, respondiendo muy escuetamente a las preguntas planteadas. Aun así, su información sirve como referencia para el presente artículo.

- d) Museos
- e) Bibliotecas
- f) Patrimonios de la ciudad
- g) Piletas históricas
- h) Murales y vitrales
- i) Esculturas

La página es bastante amigable y atractiva visualmente, lo que brinda muchas facilidades para el turista de habla española e inglesa (se presenta en esos dos idiomas). Es interesante realizar un vistazo a esta página en los sitios de interés cultural que propone, y crear uno o varios recorridos, solo utilizando la información de esta página. En relación a los museos de la ciudad, la página web de “Guayaquil es mi destino” los divide en los siguientes sectores:

Tabla 3. Museos existentes en Guayaquil.

Museos del Cerro Santa Ana.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Museo del Bombero "Cnel. Luis Félix Luque. 2. Museo de los Equipos del Astillero: Barcelona y Emelec. 3. Museo de la Cerveza.
	<ol style="list-style-type: none"> 4. Museo de la Música Popular "Julio Jaramillo Laurido". 5. Museo Naval El Fortín del Cerro Santa Ana.
Museos del Malecón Simón Bolívar.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Museo en Miniatura "Guayaquil en la Historia" 2. Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo.
Museos del centro de la ciudad.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Museo Municipal de Guayaquil. 2. Museo Nahím Isaías. 3. Museo Luis A. Noboa. 4. Museo Presley Norton.
Museos del Sur de la ciudad.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Museo Naval Contemporáneo. 2. Museo Naval BAE Calderón.
Museo del Norte de la ciudad.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Museo Municipal de Arte "María Eugenia Puig Lince" – La historia de Guayaquil y Ecuador en arcilla.

Fuente: Empresa Pública Municipal de Turismo (2017).

En total, existen 14 museos en Guayaquil, como puede observarse, de los temas más variados y no solamente de corte histórico o exclusivamente patrimonial.

CONCLUSIONES

Existe una cantidad importante de museos –de diversa índole– en la ciudad de Guayaquil, los mismos que, de acuerdo a sus guías y administradores,

no son del todo atractivos para la población local, pero si integran parte de algunos recorridos por la ciudad.

De acuerdo a las respuestas recopiladas, se puede sintetizar que existe interés de parte del público local hacia la cultura, aunque incipiente. Aunque en las respuestas no se indica, pero este interés puede deberse a cambios impartidos desde la educación primaria y secundaria, hasta el auge y uso de redes sociales e Internet, que permite que los usuarios obtengan una gran cantidad de información, lo que amplía la cultura y el interés de conocer lo local.

Es necesario mencionar que a cada museo acceden, en promedio, de mil a tres mil personas anualmente. En un museo (Nahím Isaías) se menciona que ingresan de tres mil a cuatro mil personas anualmente, dato que puede ser exagerado, pero que se decide mantenerlo porque fue indicado por los mismos administradores del mencionado museo. No en todos los museos hacen una distinción sobre turista y habitante local, a pesar que en la mayoría solicitan algún documento de identificación para ingresar al sitio. Se indica, en al menos un museo, que los habitantes locales ingresan en poca cantidad.

Guayaquil está siendo reconocida como una ciudad atractiva para el turismo de congresos, eventos y convenciones (llamado también turismo MICE, Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions), pero no llama la atención, todavía, como un sitio donde se puede disfrutar de actividades culturales, a diferencia de otras ciudades de Ecuador –como Quito y Cuenca– donde la cultura es parte importante del atractivo cultural.

Una de las razones por las que la cultura y el turismo derivado de ella no tiene una acogida importante en Guayaquil, es que la ciudad no posee realmente un centro histórico visible, ya que el mismo se crea a partir de las historias y anécdotas sucedidas en el sitio, más que por su brillo arquitectónico; además de los diversos incendios que soportó la ciudad, que motivó a cambios radicales en su forma, estructura y arquitectura. Sin embargo, a pesar de esta posible falencia, los monumentos, plazas y parques constituyen elementos que deben ser destacados en la oferta turística cultural.

Los museos deben constituirse en parte importante de la oferta del turismo cultural de la ciudad de Guayaquil, para lo cual deben reinventarse y

acercarse aún más, primero, a la población local, porque deben ser uno de los principales públicos que acceda a los mismos; y, segundo, a los operadores turísticos locales, puesto que son los que pueden ligarlos al interés de los turistas que llegan a la ciudad, mostrando la historia, tradiciones y costumbres que hacen de esta ciudad algo único e irrepetible.

Esta reinención de los museos debe ser real y total: debe partir desde su infraestructura, forma de mostrar su información, promoción del sitio, apertura a nuevas tendencias –por ejemplo, fomentar la exhibición de nuevos y variados tipos de arte- y repensar las características de las exhibiciones presentadas, en función de las necesidades de la demanda.

Los museos de Guayaquil deben trabajar en la realización de encuestas y estudios de percepción de sus clientes, como una forma de motivar a los cambios que tanto se requieren, prestando atención a las opiniones que los turistas y habitantes locales, convirtiéndose en verdaderos espacios para el intercambio cultural de la ciudad.

Finalmente, como estrategias para fomentar el acceso a los museos en Guayaquil se mencionan: aumentar la presencia en medios televisivos, presencia de la actividad museística en redes sociales, creación de programas dirigidos a instituciones educativas y crear una cultura de visita a los museos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Boniface, P. (1995). *Managing Quality Cultural Tourism*. New York: Routledge .
- Consejo Internacional de Museos. (2017, febrero 13). Definición del museo. Retrieved from [icom.museum](http://icom.museum/la-vision/definicion-del-museo/L/1/): <http://icom.museum/la-vision/definicion-del-museo/L/1/>
- Diario El Universo. (2005, Agosto 4). Réplica del Sudario está expuesta. El Universo.
- Diario El Universo. (2009, mayo 22). Última semana de exposición Da Vinci el genio. El Universo.
- Empresa Pública Municipal de Turismo. (2017, febrero 17). Guayaquil es mi destino. Retrieved from Museo Nahím Isaías: <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/museos/del-centro-de-la-ciudad/museo-nahim-isaias>

- guayaquilesmidestino.com/es/museos/del-centro-de-la-ciudad/museo-nahim-isaias
- Empresa Pública Municipal de Turismo. (2017, febrero 17). Guayaquil es mi destino. Retrieved from Museo Presley Norton: <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/museos/del-centro-de-la-ciudad/museo-presley-%20norton>
- Empresa Pública Municipal de Turismo. (2017, febrero 17). Guayaquil es mi destino. Retrieved from Museo Municipal de Arte “María Eugenia Puig Lince”-La Historia de Guayaquil y Ecuador en Arcilla: <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/museos/del-norte-de-la-ciudad/museo-municipal>
- García, R. (2017, febrero 15). Aprende de Turismo. Retrieved from *Evolución y tendencias del Turismo Cultural*: <http://www.aprendedeturismo.org/evolucion-y-tendencias-del-turismo-cultural/>
- Hernández, F. (1992). Evolución del concepto de museo. *Revista General de Información y Documentación*, 85-97.
- Mallor, E., González, M., & Fayos, T. (2013). ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 269-284.
- McLean, F. (1997). *Marketing the museum*. Abingdon: Routledge.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2017, febrero 17). Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo. Retrieved from *Página del Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo*: <http://www.museos.gob.ec/redmuseos/maac/index.php/component/content/article/37-categorianucleares/111-maac>
- Observatorio Turístico de Guayaquil. (2015). *Cifras relevantes de la ciudad*. Guayaquil: Municipio de Guayaquil.
- Organización Mundial de Turismo. (1999). *Turismo y Comunidad*. In E. Inskip, & e. al., *Guía para Administradores Locales: Desarrollo Turístico Sostenible* (pp. 30 - 32). Madrid: Organización Mundial de Turismo.

- Portal de América, PDA Media & Consulting. (2017, febrero 15). Conceptos, tipos y modalidades de turismo VIII: Turismo cultural. Retrieved from Sitio web de Portal de América: <http://www.portaldeamerica.com/index.php/columnistas/miguel-angel-acerenza/item/5150-conceptos-tipos-y-modalidades-de-turismo-viii-turismo-cultural>
- PromPerú. (2007). Perfil del Turista cultural. Lima: PromPerú.
- Santana, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. Horizontes Antropológicos, 31-57.
- Sardá, R., & Roncero, R. (2015). El museo y la ciudad. Una aproximación a la evolución del museo como centro educativo y cultural. La Albolafia. Revista de Humanidades y Cultura, 9-30.
- Scheiner, T. C. (2008). El mundo en las manos: museos y museología en la sociedad globalizada. Cuicuilco, 17-36.
- Secretaría de Turismo de México. (2017, febrero 13). Turismo Cultural. Retrieved from Sitio web de la Secretaría de Turismo de México: <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>