

Eventos culturales en museos:

1. Introducción

Los eventos culturales de los museos son un tema de interés en el sector de la museología. Mientras la definición y la legislación en materia de museos aún se mantiene en términos de reunir, adquirir, ordenar, documentar, conservar, estudiar, exhibir (artículo 3 de los Estatutos del ICOM, del 9 de junio de 2017, de la Definición de Museo; artículo 3 de la Ley 8/2007, de 5 de octubre, de Museos y Colecciones Museográficas de Andalucía), dentro de los museos sucede una importante innovación cultural. En palabras de Edith Doron “museums have turned their attention ‘from the objects in the collection to the lived culture of its visitors—from the politics of exhibition to the more vital question of the relationship between museums and communities (Doron, 2009: 171).” En este sentido, este trabajo se dirige al estudio de eventos culturales de museos para el territorio local de la provincia de Jaén (España).

En España, el Ministerio de Cultura impulsó en 2015 el Plan MUSEOS+ SOCIALES, dirigido a tres líneas estratégicas: 1. Captación y reforzamiento de audiencias poco representadas: expansión de la visita al museo como hábito de ocio; 2. Integración y accesibilidad de ciudadanos con necesidades especiales; y 3. Contribución a la cohesión social, atención a la diversidad cultural y difusión del museo sostenible. En lo referente a la primera línea de “Captación y reforzamiento de audiencias poco representadas: expansión de la visita al museo como hábito de ocio”, contempla dos programas de actuación: la atracción y fidelización de públicos del entorno cercano, y la actuación en el entorno no inmediato del museo, esto es, el público distante (MECD, 2015: 24).

Y, más concretamente, en la provincia de Jaén, al sur de España, el sector cultural de los museos constituye uno de los

retos actuales del Plan Estratégico de la Provincia[\[1\]](#) (PEPJ 2020, en adelante). El PEPJ 2020, para el sector cultural de los museos, se dirige a desarrollar políticas culturales de coordinación inter-institucional (Herrador Lindes y Martín Mesa, 2016: 56), de acuerdo a dos actuaciones principales: “el desarrollo de actividades didácticas y la coordinación de programas conjuntos de difusión (Fundación Estrategias para el Desarrollo Económico y Social de la Provincia de Jaén, 2017: 68-69).” En lo que respecta a las segundas, estas son de carácter informativo y descriptivo, y se refieren a tipologías de eventos y materiales de información.

2. Problema de investigación y objetivos

Los eventos socio-culturales de los museos intervienen como una herramienta de innovación cultural. El concepto de innovación en el sector cultural tradicionalmente se ha asociado a la transformación tecnológica y, especialmente, a la introducción de las TIC, como desarrollo de portales web, digitalización de las colecciones, creación de aplicaciones y dispositivos digitales de interacción, etc. (Johnson et al., 2010; López et al., 2010). Sin embargo, desde una perspectiva de la innovación cultural, esta se refiere a la generación simbólica y de significados, más caracterizados por la capacidad de comunicación e impacto social, que por el valor funcional de un producto (Bilton y Leary, 2002).

Existe un importante interés por conocer la realidad cultural de los museos, y que esta información pueda orientar el futuro de las políticas culturales de los territorios. Para el ámbito regional de Andalucía (región a la que pertenece la provincia de Jaén), el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA, en adelante) realiza un estudio estadístico anual de los museos públicos en esta región. Las actividades constituyen un ítem propio de análisis y abarca variables de la tipología de las actividades. En la última estadística

disponible, que es del año 2017, se recogieron datos para los siguientes tipos de actividades de los museos: Actividades Didácticas, Celebraciones, Ciclos, Clubes de Lectura, Conciertos, Conferencias, Cursos, Exposiciones, Festivales, Jornadas y Congresos, Presentaciones, Proyecciones, Representaciones, Talleres, Visitas Guiadas y Otros (IECA, 2017). Sin embargo, la información que ofrecen se restringe a los casos de museos públicos que son de titularidad de la Junta de Andalucía. Esto supone que, para la provincia de Jaén, tan solo se recoge información sobre 4 museos (Museo de Artes y Costumbres Populares del Alto Guadalquivir, en el municipio de Cazorla; Museo de Jaén, en Jaén; Museo Arqueológico de Úbeda, en Úbeda; y Museo Arqueológico de Linares – Monográfico de Cástulo, en Linares, aunque este último se encuentra sin datos para los últimos cinco años). Por otro lado, la realidad cultural actual de los museos es mucho más diversa, y mucha de las propuestas culturales ya no son representativas de esas categorías.

En la literatura científica, la innovación cultural de los museos basada en los eventos socio-culturales ha sido tema de estudio y desde diferentes perspectivas. Desde la perspectiva de la tipología de las acciones creativas e innovadoras, que es también desde la que se aborda la presente investigación, los estudios se han realizado sobre una selección de casos concretos de museos o de programas. Viñarás Abad y Caerols Mateo (2011) presentan los ejemplos más innovadores del momento en los museos principales de Madrid (CaixaForum, Madrid acoge al MNAC, Museo Lázaro Galdiano y Museo del Prado). Eterginoso (2017) analiza la innovación cultural de actividades en un caso único: el programa “Summer Nights” del State Island Museum. Leonard (2010) estudia la manera en que la música popular se ha introducido en los museos para una innovación cultural de sus actividades, de acuerdo a ejemplos del Reino Unido. De este modo, en la literatura científica se adolece de un análisis sistemático sobre eventos culturales de museos para un mismo territorio.

Otras perspectivas para el estudio de los eventos socio-culturales de museos han sido: desde el perfil del público, sus motivaciones e intereses en grandes eventos culturales del sector de los museos, como la Noche de los Museos (Melgar, Elisondo y Chiecher 2016; Mavrin y Glavaš, 2014); desde una perspectiva de economía cultural, analizando el valor social de regeneración del tejido cultural y social en torno al museo (Lazzeretti y Capone, 2015); desde la efectividad de nuevos eventos culturales para su objetivo de captar nuevo público joven (Easson y Leask, 2019); y desde el desarrollo del turismo cultural (Liu, 2014; García, y García, 2016).

En concreto y para una investigación local sobre el sector de los museos en la provincia de Jaén (España), los antecedentes se han concentrado en casos principales de museos: sobre el Museo de Jaén (Solano, 2000; Chicharro, 2001; López Fé y Figueroa, 2006; Museo de Jaén, 2008), sobre el *Museo Arqueológico de Porcuna* (Vallejo, 2001; Ruiz, Martínez y Morales, 2001), sobre el *Museo Profesor Sotomayor de Andújar* (Fernández, Ruiz y Morales, 2001). La investigación local comparada entre museos de la provincia de Jaén es escasa. Se encuentra el trabajo de Chicharro Chamorro (2013), o el trabajo de Múñiz Jaén (2006), dedicado a los museos arqueológicos de toda Andalucía.

De acuerdo a la revisión bibliográfica anterior del tema, en el estudio del sector cultural de los museos, se adolece de un análisis sistemático sobre los eventos socio-culturales para una innovación cultural de los museos y, en los estudios estadísticos anteriores, las variables no abarcan la amplia variedad tipológica de los eventos que actualmente se suceden en los museos. Por otro lado, en la bibliografía anterior se adolece del estudio sistemático del sector cultural de los museos para el análisis de los eventos socio-culturales. Para los trabajos anteriores se han utilizado métodos de estudios de caso que han aportado una información profunda del problema, identificando factores que hay en juego, ejemplos

innovadores, ejemplos de estrategias culturales de éxito, información del pacto social, etc. Sin embargo, existe una importante laguna en la investigación extensiva de la actualidad tipológica de los eventos culturales, con una muestra amplia de museos para un mismo territorio. Esta investigación puede aportar información del estado actual del sector cultural y de los eventos culturales en los museos para una misma zona y, por tanto, supone una información de interés para orientar las geopolíticas culturales de un mismo territorio. Como dice (Black, 2016), la innovación cultural de los museos no pasa por las prácticas individuales o aisladas, sino que debe ser una renovación estructural y museológica de toda la institución.

Por tanto, la presente investigación aborda el análisis sistemático de eventos socio-culturales de museos en el territorio de la provincia de Jaén (España). Se realiza un primer estudio prospectivo con la selección de una decena de casos para muestra, de modo que los resultados de esta primera investigación servirán para definir los objetivos específicos para una segunda fase de la investigación. Así y para este primer estudio, el objetivo principal es conocer cuáles son las tipologías de eventos que actualmente se hacen y se celebran en los museos. A su vez, también se pretende aportar información sobre cuál la extensión de cada una de las tipologías sobre la muestra, y contextualizar los resultados obtenidos entre el resto de estilos y estrategias culturales de los que da cuenta la literatura científica especializada.

3. Método

Para analizar de forma sistemática los eventos socio-culturales de los museos, se adopta un método estadístico descriptivo del análisis. Para el objetivo de conocer cuáles son las tipologías de los eventos culturales y qué extensión tiene cada tipología entre los museos, el análisis se aborda

de acuerdo a dos tipos: 1) el número de eventos por tipología cultural, y 2) el número de museos por tipología cultural. Así, los resultados están dirigidos a conocer cuáles son los tipos de eventos culturales que actualmente se celebran y organizan en los museos, cuáles son los tipos más frecuentes y cuáles menos, y cuáles son los tipos de eventos que tienen mayor y menor correspondencia entre los museos.

3.1. Muestra

La provincia de Jaén se encuentra al sur de España, en la región de Andalucía. Está situada al este de esta región, colindando con otras dos provincias de gran popularidad internacional, como son Granada (la ciudad de La Alhambra) y Córdoba (la ciudad de la judería medieval y la Mezquita).

Tiene una extensión de 13.486 km² y una población de 638.099 habitantes. El conjunto del territorio está organizado entre un total de 97 municipios, de los cuales, en 17 tienen equipamientos culturales de museo o colección museográfica. En concreto, para la muestra del estudio se compone de una selección de 15 museos, que están distribuidos entre 12 municipios de la provincia de Jaén, y que son: Andújar, Baeza, Bailén, Cazorla, Jaén, La Carolina, Linares, Quesada, Santa Elena, Santiesteban del Puerto, Úbeda y Villatorres. Para la selección de la muestra no se ha aplicado discriminación de museos por tipología, de la muestra reúne ejemplos de museos de Arte, Arqueológico, Histórico y Casa-Museo.

Para el cálculo de la muestra, primero se realizó un censo de los museos de la provincia de Jaén. Se consultaron los directorios de museos de ámbito nacional, regional y provincial, que están disponibles en línea[\[21\]](#). El resultado de la búsqueda para la provincia de Jaén en el Directorio nacional fue de 17 museos, en el Directorio de Museos y Colecciones Museográficas de Andalucía fue de 16 museos, y en el Listado de Museos y Centros de Interpretación 2018 de la

Diputación Provincial de Jaén fue de 27 museos. Este último directorio integra las mismas correspondencias de museos que los directorios anteriores. Por tanto, finalmente se empleó el directorio provincial de museos para el cálculo definitivo de la muestra. Los 27 museos censados en el Listado de Museos y Centros de Interpretación 2018 de la Diputación Provincial de Jaén están distribuidos en un total de 17 municipios y corresponden a cuatro categorías de museos, según artísticos, históricos, arqueológicos y etnográficos. Finalmente, y para un primer estudio prospectivo, en el que el propósito es obtener una primera aproximación al problema de estudio, se seleccionó una muestra de 15 museos. Para esta selección, se tuvo en cuenta principalmente la existencia de portales webs oficiales de los museos y la disponibilidad en línea de información sobre el histórico de eventos culturales de los museos. De este modo, los 14 museos de la muestra son: Museo Arqueológico Profesor Sotomayor y Museo de Artes Plásticas “Antonio González Orea”, en Andújar; Museo de la Cultura del Olivo. Hacienda de La Laguna, en Baeza; Museo de la Batalla de Bailén, en Bailén; Museo de Artes y Costumbres Populares del Alto Guadalquivir, en Cazorla; Museo de Jaén y Museo Íbero, en Jaén; Museo de La Carolina: Capital de las Nuevas Poblaciones, en La Carolina; Casa-Museo Andrés Segovia y Museo Arqueológico de Linares, en Linares; Museo Rafael Zabaleta y Museo Miguel Hernández, en Quesada; Museo de la Batalla de Las Navas de Tolosa, en Santa Elena; Museo de Escultura Jacinto Higuera, en Santiesteban del Puerto; Museo Arqueológico de Úbeda, en Úbeda; y Museo Cerezo Moreno, en Villatorres.

3.2. Procedimiento

Para este primer estudio prospectivo, la fuente principal de información utilizada ha sido el propio portal web oficial de cada museo. Los medios digitales de comunicación constituyen fuentes de información relativas al histórico de programas y eventos culturales de los museos (Lazzeretti y Capone, 2013;

Viñarás y Caerols, 2011). La actualidad relativa a los programas y eventos culturales de los museos está publicada en abierto en los portales en línea de los museos y, también en sus páginas de redes sociales, como Facebook y Twitter. Así, los museos ya también utilizan los medios digitales de información y comunicación social para hacer llegar en todo lo posible sus agendas culturales los públicos. La investigación se realizó en 2018. Debido a que el interés de la investigación se dirige a conocer la actualidad de los eventos culturales de los museos, la información recogida comprende el periodo de los últimos tres años, desde 2016 a 2018, ambos incluidos.

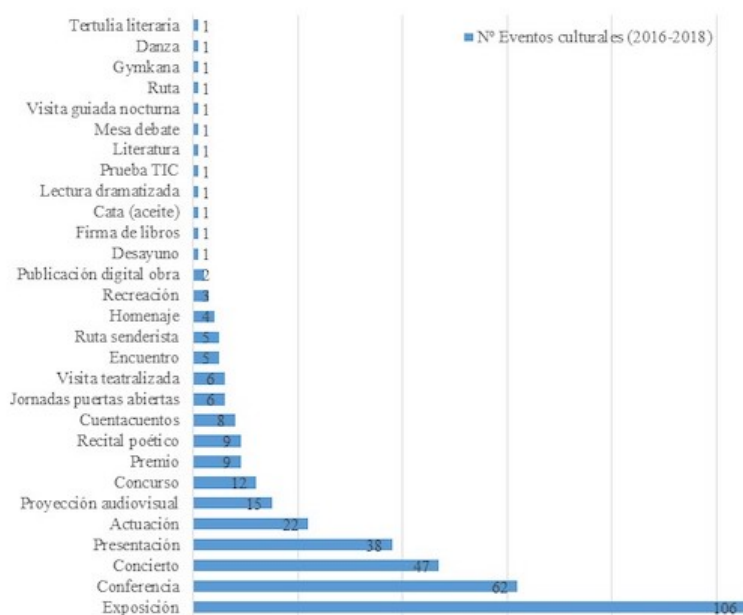
Para la recogida de los datos, se ha utilizado una hoja ad hoc con variables definidas según los objetivos del estudio. Estas variables han sido: nombre del museo, el nombre del municipio, el nombre del evento cultural, el tema o asunto del evento y la categoría cultural.

Para el análisis de los datos, se ha utilizado la herramienta informática de cálculo Microsoft Excel 2010. Esta herramienta dispone de la opción de “tabla dinámica” que permite el cálculo de la frecuencia de una misma variable y el cálculo de la correspondencia entre dos o más variables. De este modo y de acuerdo a los objetivos del estudio, para analizar el número de eventos por categoría cultural, se ha calculado la frecuencia de la variable de categoría cultural; y, para analizar el número de museos por tipología cultural, se ha calculado la correspondencia de variables entre el nombre del museo y la categoría cultural.

4. Resultados

En el análisis del histórico de eventos socio-culturales en museos de la provincia de Jaén, con una muestra de 15 museos, se han contabilizado un total de 371 eventos. Entre estos, se

distinguen un total de 29 categorías diferentes de eventos. Por orden alfabético, estas categorías son: (1) Actuación, (2) Cata de aceite, (3) Concierto, (4) Concurso, (5) Conferencia, (6) Cuentacuentos, (7) Danza, (8) Desayuno, (9) Encuentro, (10) Exposición, (11) Firma de libros, (12) Gymkana, (13) Homenaje, (14) Jornadas puertas abiertas, (15) Lectura dramatizada, (16) Literatura, (17) Mesa debate, (18) Premio, (19) Presentación, (20) Proyección audiovisual, (21) Prueba TIC, (22) Publicación digital obra, (23) Recital poético, (24) Recreación, (25) Ruta, (26) Ruta senderista, (27) Tertulia literaria, (28) Visita guiada nocturna y (29) Visita teatralizada[3].



Gráfica 1. Resultados del número de eventos por categoría cultural realizados entre 2016 y 2018 en una selección de museos de la provincia de Jaén (España). Fuente: elaboración propia, 2018.

La gráfica 1 representa los resultados del número de eventos culturales por cada una de las categorías. Se observa que, los eventos mayoritarios y que tienen mayor frecuencia se concentran en unas categorías determinadas, mientras que los eventos minoritarios corresponden con una amplia variedad de categorías. De este modo, y para un mejor análisis, los resultados se desglosan según tres niveles de frecuencia:

- >10 (tipos de eventos con una frecuencia mayor de 10).
- 9-2 (tipos de eventos con una frecuencia de 9 a 2).
- =1 (tipos de eventos con una frecuencia igual a 1).

Los eventos socio-culturales con una frecuencia mayor de 10 (>10) son de 7 tipo: las exposiciones (un total de 106 exposiciones), las conferencias (62), los conciertos (47), las presentaciones (38), las actuaciones (22), las proyecciones audiovisuales (15) y los concursos (12). Los eventos culturales con una frecuencia de 9 a 2 son: los premios (9), los recitales poéticos (9), los cuentacuentos (8), las jornadas de puertas abiertas (6), las visitas teatralizadas (6), los encuentros (5), las rutas senderistas (5), los homenajes (4), las recreaciones (3) las publicaciones digitales de obra (2). Y los eventos culturales con una frecuencia igual a 1 (=1) son: los desayunos en el museo (1), las firmas de libros (1), las catas y de aceite (1), las lecturas dramatizadas (1), las pruebas TIC (1), los eventos literarios (1), las mesas de debate (1), las visitas guiadas nocturnas (1), las rutas (1), las gymkanas (1), los eventos de danza (1) y las tertulias literarias (1).

A continuación, se presentan los resultados sobre la correspondencia que las 29 categorías anteriores de eventos culturales tienen entre los museos analizados (ver gráfica 2).



Gráfica 2. Resultados de la correspondencia entre eventos culturales realizados entre 2016 y 2018 y museos analizados de la provincia de Jaén (España). Fuente: elaboración propia, 2018.

La gráfica 2 representa los resultados para la correspondencia de las 29 categorías de eventos culturales entre los museos analizados de la provincia de Jaén, esto es, sobre un total de 15 museos. Se observa que los eventos culturales mayoritarios tienen a su vez una mayor correspondencia entre museos diferentes (exposiciones, conferencias, conciertos, presentaciones, y actuaciones, proyecciones audiovisuales y concursos), así como también los eventos minoritarios tienen también una menor correspondencia entre museos. Sin embargo, al analizar en detalle los resultados, también se encuentra que una buena parte de los eventos con una frecuencia de al

menos superior 1, tienen una correspondencia baja, pero variada entre museos. Este resultado es importante, porque se entiende que determinadas categorías de eventos que se realizan más de 1 vez, están siendo organizadas por museos determinados, cuando podrían ser eventos culturales de interés también para extender por el resto de museos. Esta cuestión se hace mejor legible desglosando los resultandos en tres niveles, según correspondencia de los eventos culturales entre los museos:

- >7 (categorías de eventos culturales con una correspondencia entre museos mayor de 7 museos) [\[4\]](#).
- 6-2 (categorías de eventos culturales con una correspondencia de 7 a 2 museos).
- =1 (categorías de eventos culturales con una correspondencia igual 1 museo)

Los eventos culturales para los que se han obtenidos resultados de una correspondencia entre museos mayor de 7 son: las exposiciones (106), con una correspondencia de 13 museos diferentes; las conferencias (62), entre 9 museos; y las presentaciones (38), entre 7 museos. Los eventos culturales con correspondencia entre 6 y 2 museos son: los conciertos (47), con una correspondencia de 6 museos; las actuaciones (22), las proyecciones audiovisuales (15) y los concursos (12), con una correspondencia entre 5 museos; los cuentacuentos (8), entre 4 museos; los recitales poéticos (9) y las visitas teatralizadas (6), entre 3 museos; los premios (9), las jornadas de puertas abiertas (6), los encuentros (5), los homenajes (4), las recreaciones (3), las publicaciones digitales de obra (2), entre 2 museos. Y, finalmente, los eventos culturales con la correspondencia de 1 solo museo son: las rutas senderistas (5), los desayunos en el museo (1), las firmas de libros (1), las catas y de aceite (1), las lecturas

dramatizadas (1), las pruebas TIC (1), los eventos literarios (1), las mesas de debate (1), las visitas guiadas nocturnas (1), las rutas (1), las gymkanas (1), los eventos de danza (1) y las tertulias literarias (1).



4.1. Discusión de los resultados

Para eventos socio-culturales en museos se distinguen dos grandes estadios. Estos están claramente representados en la investigación de Graden y O'Dell (2017), que comparan las estrategias culturales entre el Museo Nórdico Nacional (Washington, Estados Unidos) y el Palacio de Skokloster (Håbo, Suecia). El Museo Nórdico Nacional se sometió a una profunda renovación. En lo que respecta a las estrategias culturales, destacaron dos propuestas principales: Cena de cangrejo real (King Crab Dinner) y té en el museo. En cambio, en el Palacio de Skokloster, las estrategias culturales siguen estando dominadas por las exposiciones, las visitas de grandes grupos turísticos y escolares. De este modo, los formatos de eventos culturales más tradicionales son identificados con aquellas en los que el público tiene un rol receptor y pasivo. Frente a estos, los formatos innovadores de eventos culturales persiguen la participación activa del público (Lazzeretti y Capone, 2013; Barbosa y Quelhas, 2012).

De acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis de la presente investigación, los eventos culturales mayoritarios en los museos de la provincia de Jaén corresponden con los formatos más tradicionales. Así, los eventos culturales con una frecuencia mayor de 10 han sido (ver gráfica 1 de los resultados): las exposiciones (un total de 106 exposiciones), las conferencias (62), los conciertos (47), las presentaciones (38), las actuaciones (22), las proyecciones audiovisuales (15) y los concursos (12). Prácticamente, se tratan de las mismas actividades de museos que hace ya veinte años se constataron en la estadística española en museos más antigua disponible, y que data del año 2000 y 2016: Exposiciones (si en los museos se habían realizado exposiciones), Publicaciones (materiales de divulgación y didácticos), Conciertos, Conferencias y Proyecciones (además de actividades educativas según Actividades Infantiles, Cursos y Seminarios y Visitas guiadas), (SGEESGT, 2000, 2018).

En cambio, las coincidencias con eventos culturales más innovadores se encuentran entre los resultados minoritarios. Así, entre los eventos culturales con frecuencias menores se han encontrado los cuentacuentos (8) y las visitas teatralizadas (6), las lecturas dramatizadas (1), las visitas guiadas nocturnas (1), los desayunos en el museo (1), las catas de aceite (1), y las gymkanas (1), (ver gráfica 1 de los resultados). El Plan Nacional Museos+ Sociales del Ministerio español de Educación, Cultura y Deporte, también se refería a esa dualidad de tendencias de los eventos culturales en museos: “frente a formatos más tradicionales empiezan a incorporarse al museo actividades de ocio familiar como son el teatro, la magia, los juegos de pistas, los cuentacuentos, los talleres interactivos y los itinerarios dramatizados (MECD, 2015: 16).”

Entre los eventos socio-culturales en museos más innovadores también se distingue otra dualidad, según dos grandes estilos: uno híbrido, que mezcla una actividad educativa tradicional

con un momento de almuerzo y/o bebida; y otro en el que la actividad que se ofrece es la comida o la bebida, de modo que la visita al museo supone una actividad subsecuente y secundaria (Eterginoso, 2017; Veall, 2015; Easson y Leask, 2019; Leonard, 2010). Entre los resultados de la presente investigación, se han encontrado ejemplos únicamente para el estilo híbrido, según los siguientes: los desayunos en el museo y las catas de aceite (ver gráfica 1 de los resultados). Estos dos estilos recientes de los eventos culturales están bien representados en el trabajo de Eterginoso (2017), y que presenta el caso de innovación cultural realizada en el Staten Island Museum (Nueva York) en el año 2016, con la introducción del programa “Summer Nights”. Antes de este programa innovador, el museo venía realizando eventos de “paint-and-sip courses” (cursos de pintura y sorbo; se trataba de cursos grupales de pintura acompañados de vino u otras bebidas); y de “Mimosas at the Museum” (una visita guiada al museo seguida de un cóctel de Mimosa, compuesto por una parte de champán y una parte de zumo de naranja), (Eterginoso, 2017, p. 370). Por otro lado, el innovador programa de “Summer Nights” consistió en cuatro eventos culturales principales, que se celebraban en la noche de los jueves: “Sensory Cinema” (experiencia cinematográfica en 4D; consistió en la proyección de una selección de películas con temática sobre la Staten Island, junto con un menú para degustar durante la proyección, con alimentos que directamente aparecían en la película, y otros relacionados); “The Art of Cocktails” (el evento alternaba presentaciones sobre historia con cóctel relacionados); “Kind of a Big Dill” (el evento alternaba presentaciones sobre historia y la elaboración de pepinillos y chucrut); y “Silent Movie” (proyecciones audiovisuales acompañadas por música en directo), (Eterginoso, 2017: 371-372).

5. Conclusiones

La conclusión principal que se extrae es que la política

territorial en materia de cultura y museos para la provincia de Jaén es muy débil. Esta cuestión es manifiesta en que, en este primer estudio prospectivo sobre los eventos culturales de museos de la provincia de Jaén, los resultados indican que la innovación cultural de los eventos está presente solamente en casos determinados de museos y que, por tanto, esta innovación se está desarrollando de manera muy desigual en el conjunto del territorio. Así, eventos como los cuentacuentos, tan solo se han encontrado datos en 4 museos del total de la muestra; las visitas teatralizadas, en 3 museos; las visitas guiadas nocturnas, los desayunos en el museo, las catas de aceite y las gymkanas, en un solo museo. Esta información manifiesta que la coordinación inter-institucional entre museos o sus organismos de administración es poco frecuente, débil, o incluso inexistente.

La política cultural territorial para la provincia de Jaén no es exigente con una innovación cultural de los museos y sus equipamientos culturales. El Plan Estratégico de la Provincia de Jaén 2020 incluyen la coordinación de programas conjuntos de difusión. Sin embargo, las actuaciones que se definen para este Plan Estratégico responden a categorías tradicionales de los eventos culturales. Así, entre las actuaciones culturales para los museos se distinguen dos principales, según actividades didácticas y de coordinación de programas conjuntos de difusión (Fundación Estrategias para el Desarrollo Económico y Social de la Provincia de Jaén, 2017: 68-69).

La segunda conclusión se dirige al estilo al que responde los casos de innovación cultural que se están introduciendo en museos de la provincia de Jaén. De acuerdo a las tendencias que se han podido extraer entre la literatura científica, las innovaciones culturales de los museos de Jaén responden a eventos híbridos, que combinan actividades de difusión, con otras experiencias sensoriales y de alimentación. Son los ejemplos de los desayunos en el museo y las catas de aceite.

Ambos eventos corresponden con el Museo de la Cultura del Olivo, en Baeza. Los contenidos específicos de este museo son sobre la actividad agrícola de la producción del aceite de oliva y, de esta forma, ambos eventos provocan una experiencia directa con todo ello.

Por tanto, la innovación cultural de los museos de la provincia de Jaén es un reto futuro prioritario. Para ello, deben aunarse estrategias de coordinación inter-institucional (Li, Ghirardi, 2019), con el objetivo de rentabilizar esfuerzos y desarrollar una economía cultural sostenible, y también una renovación de los estilos y estrategias culturales. En este sentido, en el ámbito internacional de los museos ya se encuentran importantes casos de éxito de referencia, como “Afeter-Hours” en el Museo Nacional de Escocia (Easson y Leask, 2019); o “Science Museums Lates”, “Punk Science”, “Talkaoke” en el Museo de Ciencias de Londres (Veall, 2015). Estos programas culturales nocturnos en museos, con eventos de cóctel, concierto, proyecciones y eclécticos fueron una idea original del Victoria & Albert Museum, en Londres, en 1999. Sin embargo, se fueron extendiendo también por otros museos no solo de contenidos estéticos y artísticos, sino también de historia, ciencia, etc., hasta constituirse como verdaderas estrategias de innovación y renovación cultural de los museos, como en el caso del programa “Summer Nights” del Staten Island Museum, en Nueva York, en el año 2016 (Eterginoso, 2017).

Se espera que la información aportada en la presente investigación contribuya a identificar debilidades que afectan al conjunto del tejido cultural productivo en la provincia de Jaén, y propuestas de éxito internacional para transferir al ámbito local de Jaén. En el futuro de la investigación sobre los eventos culturales de los museos de la provincia de Jaén, se espera abordar otros aspectos específicos que son emergentes en esta cuestión, como la sostenibilidad y la legitimación de la innovación cultural de los museos. También

se espera ampliar la muestra de estudio, con el fin de poder abarcar el conjunto de museos del territorio, y aportar una información extensiva a todo el territorio de la provincia.

[1] Página web oficial Plan Estratégico de la Provincia de Jaén: <https://www.planestrajaen.org/> [fecha de consulta: 17/02/2020]

[2] Directorio de Museos y Colecciones Museográficas de España, disponible en: <http://directoriomuseos.mcu.es/dirmuseos/mostrarBusquedaGeneral.do>; Directorio de Museos y Colecciones Museográficas de Andalucía, disponible en: <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/culturaypatrimonio/historico/areas/museos-arte/directorio-museos.html>

[3] Para este cálculo, se han excluido las actividades de tipo educativo y de formación de los museos, entre las que se han encontrado: Visitas guiadas (50), Visita-taller (3), Becas (2), Cursos (1), Visita virtual (1) y Talleres (57). Así, y considerando las actividades educativas junto con los eventos culturales, se contabilizan un total de 484 actividades, entre un total de 35 tipos diferentes.

[4] Se establece la diferencia de niveles en 7, por ser este la mitad de los museos de la muestra. Así, en el análisis de los resultados es significativo los resultados que son representativos de más de la mitad de la muestra o de menos de la mitad de la muestra.