

PATRIMONIO HISTÓRICO Y ATRACCIÓN TURÍSTICO-CULTURAL: EL MUSEO DIOCESANO DE SOLSONA (CATALUÑA)

Martí Cors Iglésias

1. Presentación

La ponencia sobre el turismo cultural aborda tanto las aportaciones teóricas como el estudio de casos concretos en torno a las características generales del turismo cultural que tienen lugar tanto en los espacios urbanos como en los espacios rurales. En esta comunicación se presentan los resultados de un estudio específico que se ha realizado en el marco de un Proyecto de Investigación, en el que participa un equipo más amplio, que tiene por objetivo principal el estudio de las áreas marginales en Cataluña (*). Nuestro estudio específico, centrado en el análisis del Museo Diocesano y Comarcal de Solsona como producto cultural situado en una zona rural, se plantea como un caso de análisis de los procesos que caracterizan el turismo cultural en los espacios interiores europeos, y en particular de las comarcas rurales de Cataluña.

La escala de análisis elegida, el estudio de un museo situado en una población del interior de Cataluña, me ha permitido profundizar en el conocimiento de las circunstancias que caracterizan los procesos del turismo cultural, en el cual se enmarca la comunicación. En esta trabajo hay aportaciones de distinta naturaleza, concretizadas en los siguientes puntos: 1) conceptualización sobre el significado del turismo cultural en áreas de interior; 2) descripción de las características generales de la zona y análisis de la actividad turística de Solsona, centrado en el estudio del Museo Diocesano y Comarcal (conocimiento preciso del producto y de su consumo -perfil de la demanda-); 3) interpretación de los hechos analizados a partir de un contexto más general caracterizado por la generalización de la actividad turística sobre el territorio, siendo el turismo cultural el principal elemento propulsor de dicho proceso.

2. La cultura como motor del turismo de interior

En la última década, el sector turístico se

encuentra en un periodo de cambio, donde, por un lado, se están diversificando las motivaciones y, por otro, crece la preocupación por sus impactos socioeconómicos y ambientales. Esta “Nueva Era del Turismo” (Fayos Solà, 1994) se caracteriza por una diversificación de la demanda y más flexibilidad en la oferta y es precisamente en este contexto, que las zonas del interior pueden jugar un papel cada vez más importante. No hay duda del elevado potencial de desarrollo turístico que ofrecen estas zonas no costeras pero, justo ahora, empiezan a conocerse sus características y a explotarse turísticamente sus recursos. A resultas de estas nuevas manifestaciones turísticas, se ha producido una generalización de la actividad turística en todo el territorio y en consecuencia la aparición de estos nuevos productos situados en el interior, que pasan a ampliar los tipos de oferta turística. Tradicionalmente ya se practicaban formas de turismo interior, incluso anteriores al turismo de masas de “sol y playa”, como por ejemplo el turismo gastronómico, cinegético, de retorno y cultural, hoy en día totalmente consolidados e incluso potenciados con la aparición de nuevos productos (ampliación de la oferta) y con el incremento de la demanda.

El turismo de tipo cultural es una de las manifestaciones turísticas más extendidas en las zonas de interior y que cuenta con un mayor arraigo en estas áreas poco masificadas turísticamente hablando. El concepto de turismo cultural puede ser definido sobre la base de todo aquello que “apela a la creación y a la memoria del hombre, al testimonio de su paso por la tierra, a su historia” (Ruiz Baudrihayé, 1998). Si por cultura se entiende todo aquello que ha sido transformado por el hombre, el turismo cultural englobaría todo lo referente al patrimonio religioso (iglesias, monasterios,...), al patrimonio civil (castillos, palacios, museos,...), al patrimonio arqueológico, industrial y también al patrimonio agrícola (viejas granjas, construccio-

nes rurales,...) a menudo no tenido en cuenta cuando hablamos de este tipo de turismo. Podríamos definirlo como “aquel turismo que se basa en la utilización de los recursos culturales de un territorio -recursos artísticos, históricos, costumbres y tradiciones...- orientándose hacia la preservación y fomento de los mismos. Desde una aldea hasta una metrópoli pueden constituir el ámbito de desarrollo de esta forma de turismo” (Crosby, 1993).

El paso de los siglos nos ha dejado un interesante legado histórico-artístico testimonio de diversas épocas pasadas y aun presente hoy en día en nuestro territorio. Iglesias, castillos, palacios, yacimientos arqueológicos,...etc., son muestras de manifestaciones sociales y artísticas que han tenido lugar en aquella zona a lo largo de la historia. Parte de este rico patrimonio monumental, que posee Europa, se ha deteriorado e incluso ha llegado a desaparecer con el paso de los años debido a la escasa preocupación por parte de las administraciones públicas y privadas en conservar su estado inicial. Desde hace relativamente poco tiempo (últimas dos décadas) se ha producido un giro social y político entorno a la valoración de los monumentos históricos con una revalorización del legado artístico y cultural de nuestro patrimonio. Este hecho se ha visto materializado, por parte de los entes administrativos, en el creciente interés en la conservación y promoción de los diferentes elementos que integran el patrimonio histórico, y por parte de los entes sociales, se concretiza por el aumento de la demanda que consume productos de tipo cultural (visita a monumentos históricos, asistencia a actos folklóricos, actividades musicales,...etc.). La presencia de estos recursos antrópicos (relacionados directamente con el hombre) constituyen en la actualidad un reclamo turístico de primer orden para aquellas zonas de interior que cuentan con una escasa tradición turística, y a la vez, van asociados al cambio de comportamiento experimentado por la demanda: Los turistas ya no se contentan en ver, sino que prefieren hacer (Marchena, 1995). De esta manera los turismos específicos son cada vez más importantes, en base a la segmentación de un mercado cada vez más especializado y dentro este contexto “el turismo cultural se configura, dada las evidentes potencialidades de

nuestro acervo histórico y antropológico” (Marchena, 1995), como uno de los grandes subsectores de futuro del turismo de interior.

Dos son los elementos clave para el desarrollo del turismo cultural en el interior: En primer lugar, el progresivo cambio en el estilo vacacional del turista con un aumento de los viajes cortos (turismo de fin de semana) hacia zonas relativamente próximas de su lugar habitual de residencia y, en segundo lugar, el incremento del nivel cultural de la población en general.

Sin perder de vista las nuevas características y tendencias generales de la oferta y de la demanda turística con nuevas espacialidades, el interior de Cataluña participa plenamente de esta realidad y el turista tiene a su alcance un amplio abanico de posibilidades, desde la pernoctación en castillos hasta la participación en fiestas populares, pasando por las innumerables visitas que pueden realizarse a monumentos románicos, museos, ... etc. El turismo de costa y de invierno continúa manteniendo su hegemonía sobre la franja litoral y en puntos de los Pirineos, mientras que existe una amplia área territorial intermedia con una actividad turística más puntual y reciente. Estas comarcas de interior apuestan por una oferta de tipo cultural por ver en ella la palanca de un posterior desarrollo turístico y económico. Esta generalización del turismo en Cataluña, como tendencia más tangible, obedece a tres causas: a) la intensificación del fenómeno de ocio-turístico de proximidad, generado por la metrópoli barcelonesa; b) la concepción e instrumentalización del turismo como estrategia de desarrollo y dinamización socioeconómica de las zonas de interior, y c) la necesidad de reestructuración de los espacios litorales tradicionales y la “incorporación” del traspais (zonas de interior) como una de las fórmulas o estrategias para la revalorización de los productos turísticos obsoletos; que inducen la extensión de actividades turísticas desde el litoral hacia áreas de interior (López Palomeque, 1997). El desarrollo y multiplicación de nuevas actividades turísticas en las comarcas interiores de Cataluña está estrechamente relacionado con los estímulos recibidos por la demanda, por el efecto mimético del éxito de las zonas turísticas y por la necesidad de encontrar alternativas a las orientaciones económicas tradicionales del mundo rural. Es-

tos hechos han inducido a los distintos agentes, del sector privado y público, a formular y llevar adelante numerosas iniciativas y proyectos cuyos resultados han conllevado un crecimiento de la actividad y de la frecuentación turística.

3. El museo diocesano y comarcal de Solsona

Situado en el Palacio Episcopal, edificio del siglo XVIII considerado uno de los ejemplares típicos del estilo neoclásico catalán, el Museo Diocesano está considerado como uno de los más destacados de Cataluña y que actualmente rige un consorcio formado por la Generalitat, el ayuntamiento y el obispado de Solsona. El museo fue abierto al público en el año 1983 y, en sus quince años de funcionamiento, se ha consolidado como el edificio histórico más visitado de la localidad, conjuntamente con la catedral. Las partes más importantes del museo son las dedicadas a la prehistoria, con destacados restos arqueológicos de diferentes etapas (edad del bronce, neolítico,...), y las salas dedicadas al arte románico, teniendo en cuenta que nos encontramos en una zona con un rico patrimonio correspondiente a esta época -siglos XI al XIII-. También hay partes dedicadas al arte gótico, al Barroco y al Renacimiento. Entre las obras más importantes que conserva el museo cabe resaltar las pinturas murales románicas de Sant Quirze de Pedret, Sant Miquel de Cardona y Sant Vicenç de Rus, el retablo de Sant Jaume de Frontanyà y Sant Miquel de Cardona, las tablas de Sant Andreu de Sagàs y otras obras de la diócesis, la mayoría de los siglos XI y XII.

3.1 Características de la población y su entorno.

La localidad de Solsona (7.151 h. en 1996) se encuentra en el altiplano central catalán, a unos 650 m de altitud, y próxima a las primeras estrivaciones prepirenaicas. Es la capital de la comarca del Solsonès, situada en la zona central de Cataluña entre el prepirineo y la depresión central. Orientada de norte a sur, la comarca ocupa las tierras altas del interfluvio situado a caballo de las cuencas hidrográficas del Llobregat y del Segre, tradicionalmente apartadas de las rutas más transitadas. El relativo aislamiento geográfico del lugar le ha configurado un paisaje marcadamente rural poco alterado en

el transcurso del tiempo y por tanto de un alto valor medioambiental. Nos encontramos en una zona con una densidad de población muy baja (10 h/km²) y con el predominio casi absoluto de un hábitat disperso, exceptuando Solsona, cuya herencia es fruto de la tradición medieval con un gran número de masías esparcidas por toda la comarca. El origen de Solsona se remonta en la época ibérica y romana cuando se levantó por primera vez un núcleo urbano, pero de aquella época apenas quedan vestigios, ya que durante la Edad Media se construyeron nuevas edificaciones sobre el antiguo casco romano. A partir del siglo XII la ciudad fue creciendo dentro de las murallas configurándose un casco histórico digno de ser visitado. La ciudad estaba vigilada por el Castellvell -castillo de la población- y dentro de las murallas, con tres portales de entrada, que aun se conservan hoy en día junto con una parte de las murallas, se edificó la iglesia del antiguo monasterio de Solsona de planta románica y que se erigió en catedral en 1593 al ser creada la diócesis de Solsona. El casco viejo cuenta con numerosas edificios señoriales, testimonios de una nobleza rural que estaba presente en una ciudad -categoría otorgada en el año 1620-, y que no sobrepasó los 2000 habitantes hasta el siglo XVIII. Ejemplos arquitectónicos de este periodo son: el ayuntamiento renacentista, el Palau Llobera -sede del actual Consell Comarcal-, la Torre de les Hores, el Palacio Episcopal de estilo neoclásico,...etc. No es hasta a principios del siglo actual, con un incremento demográfico, que la ciudad empieza a crecer fuera de las murallas. A lo largo de este siglo, Solsona crecerá moderadamente pero el centro dinámico y activo de la población se mantendrá en todo momento dentro del casco antiguo. La historia, la economía y la sociedad de la comarca quedan reflejadas en este lugar central que es Solsona y actuará como un verdadero centro de servicios siendo difícil separar la comarca de la ciudad.

La comarca es rica en vestigios prehistóricos -sepulturas neolíticas y muestras de la cultura megalítica-, vestigios de época ibérica con una romanización intensa; pero su carácter actual se configuró durante la Edad Media, cuando el Solsonès formó parte del Condado de Cardona y tuvo lugar la repoblación. Son numero-

sas las muestras artísticas de esta época (románico) extendidas por el territorio, y precisamente estos son uno de los recursos más explotados turísticamente (ruta del románico) y que, al mismo tiempo, forman parte importante del legado adquirido por el museo en donde se exponen las piezas más valiosas. Como en el resto de las zonas interiores de Cataluña, la actividad turística de la comarca cuenta con una escasa tradición de apenas una década. En esta zona concreta, el turismo rural ha sido el impulsor de dicha actividad y a través del agroturismo -modalidad específica que más se ajusta a las características del lugar- se promueve mayoritariamente la comarca. No obstante, en el caso concreto de Solsona, a pesar de estar situada plenamente en una zona rural, no participa de las características turísticas del resto de la comarca ya que los recursos aquí existentes son de distinta naturaleza, fundamentalmente elementos que forman parte del llamado patrimonio religioso y civil y que en definitiva constituyen los atractivos turísticos más destacados de la ciudad. Su legado histórico contribuye, en su conjunto, a dotar Solsona de un importante patrimonio cultural que se localiza espacialmente en su casco antiguo. Uno de los factores más positivos -"fortalezas"- es la buena conservación de su parte histórica, lo cual puede facilitar una buena campaña de promoción y ordenación turística. Solsona cuenta pues, con un potencial turístico-monumental destacado y apenas deteriorado pero poco valorado y explotado para un uso turístico. Como elementos más destacados y visitados hay, por una parte, el Museo Diocesano y Comarcal, objetivo central de esta comunicación, y por otra, la catedral, consagrada en el año 1163 y modificada posteriormente con elementos renacentistas y barrocos.

Nos encontramos frente a una de las tantas localidades del interior con un rico patrimonio monumental pero también con una deficiente infraestructura turística complementaria, impidiendo de esta manera el desarrollo turístico integrado de la ciudad. Concretamente, la infraestructura hotelera de la población es insuficiente, no tanto por el número de plazas ofertadas (unas 200 camas) sino, por la calidad de sus servicios e instalaciones, muchas veces obsoletas. La población se ve privada de un establecimien-

to hotelero moderno y esta problemática está siendo subsanada por el camping de primera categoría situado aproximadamente a unos dos kilómetros de la ciudad y con una capacidad de unas 400 unidades de acampada. Este equipamiento, inaugurado en el año 1989, ha favorecido el incremento considerable de visitantes a la ciudad, sobretodo durante los meses de verano y también por Semana Santa.

Mayoritariamente, la gente que visita Solsona son personas que están de paso y no pernoctan en la ciudad, con lo cual tendremos que hablar más bien de excursionistas y no de turistas. Este hecho se debe principalmente a su ubicación geográfica, a medio camino del trayecto Barcelona-Andorra y, por tanto, los turistas que se dirigen al Principado de Andorra eligen a menudo Solsona como área de descanso, así mismo, es también una zona de paso hacia las pistas de esquí de la estación del Port del Comte, situada en el extremo norte de la comarca. Otra característica que favorece la presencia básicamente de excursionistas es su relativa proximidad -unos 110 km. / menos de dos horas en coche-, al gran centro emisor que es Barcelona y su área de influencia, por lo que hay muchos visitantes que acuden a la ciudad y regresan el mismo día a su casa.

Teniendo en cuenta las grandes posibilidades de desarrollo turístico que tiene la comarca y su capital en concreto, las administraciones locales, tanto el ayuntamiento como el Consell Comarcal, han iniciado campañas de promoción turística a través de su oficina de información y turismo situada en la ciudad, y también con el acondicionamiento de ciertos espacios urbanos.

3.2 El museo: termómetro del turismo cultural en Solsona.

Los museos, junto con los monumentos, las exposiciones y otros conjuntos históricos, constituyen los diferentes tipos de recursos y atractivos en que se puede estructurar el turismo cultural. Para poder evaluar su situación actual y las potencialidades turístico-culturales de Solsona es preciso realizar una radiografía previa del fenómeno. Para ello hace falta conocer en primer lugar, las características de la oferta a través de un inventario completo de todos recursos culturales y turísticos que posee la pobla-

ción; y en segundo lugar, se necesitan cifras más o menos rigurosas que nos informen sobre las características de la demanda turística (afluencia de visitantes, procedencia, calendario de frecuentación, distinción entre turistas y excursionistas, ...etc.). En nuestro caso, el estudio del museo nos ha facilitado el conocimiento de una parte de la demanda turística que visita la ciudad. Este ha sido uno de los principales motivos por los que he elegido el Museo Diocesano de Solsona, que como producto turístico, dispone de una valiosa información estadística sobre los visitantes y algunas de sus características (visitas individuales, en grupo, escolares, gente de la tercera edad,...etc.). Por las dimensiones de la población, relativamente pequeña, y por su escaso grado de desarrollo turístico, el museo nos sirve como punto de referencia para medir la frecuentación turística de la población y para saber cual es el tipo de demanda que practica este turismo específico. Del conjunto de monumentos históricos de la población, el Museo Diocesano y Comarcal es el único que no tiene entrada libre, y al mismo tiempo, es el más representativo de la ciudad y uno de los principales puntos donde se dirige el visitante. No hay que olvidar pero, que la visita a la catedral y al casco antiguo complementan a menudo la oferta museística.

En general, los museos son una de las principales herramientas utilizadas para medir la intensidad del turismo cultural, porque en ellos podemos obtener datos concretos-. El museo de Solsona recibe una media anual aproximada de unos 8.500 visitantes; pero si lo comparamos con otros museos de Cataluña como por ejemplo el museo Picasso (822.647 visitantes en el año 1996) en Barcelona, o el museo Dalí (633.028 visitantes) en Figueras, no hay duda de sus modestas dimensiones, situándonos frente a uno de los tantos museos de tamaño medio y pequeño que hay repartidos por toda la geografía catalana. Pero a escala local, el impacto de la atracción turístico-cultural del museo, merece ser considerado, más aun, cuando se trata de una localidad pequeña del interior en vías de desarrollo turístico. Al ser sede episcopal, a la población se le brinda la posibilidad de disponer un museo de características peculiares -titularidad eclesiástica- en donde se recogen piezas de monumentos religiosos y yacimientos arqueológicos encontrados en la

diócesis. En total hay, en Cataluña, otros cinco museos de similares características y situados en las respectivas sedes episcopales. La peculiaridad del museo de Solsona, es que cumple otras funciones pues, a parte de ser museo episcopal, también es museo comarcal y dispone de una sección especialmente interesante dedicado a la sal con cristalizaciones procedentes de Cardona y figuras u objetos de dicho material; finalmente hay otra sección formada por el Museo Etnográfico y situado, en este caso, en el ayuntamiento. El Museo Diocesano fue creado en 1896 por el obispo Ramón Riu i Cabanes y estructurado años después por Joan Serra i Vilaró, principal impulsor de la investigación arqueológica en el Solsonès.

3.3 Características de la demanda

Según los datos facilitados por el museo con cifras absolutas de visitantes diarios disponibles desde el año 1987, podemos realizar un análisis detallado de la demanda pero antes cabría puntualizar un aspecto importante: cuando hablamos de visitantes nos referimos tanto a la persona que vive en la propia población o comarca como al excursionista y al turista que visita el museo, sin poderse llegar a distinguir directamente estos tres tipos de visitantes.

Tras quince años de estar abierto al público, se calcula que han pasado por sus dependencias más de 125.000 personas, con una media anual situada entorno a las 8.700 visitas. En el transcurso de estos últimos diez años se ha producido un leve incremento de visitantes sin llegar a ser muy significativo y a pesar de las fluctuaciones anuales, poco importantes, la tendencia es a mantenerse el número de visitantes. En el año 1995 se produjo la máxima afluencia de visitantes con un total de 10.183 visitas, frente a las tan solo 6.951 entradas registradas en el año 1991.

La diferenciación entre las visitas de carácter individual y las visitas en grupo, nos aporta una información muy valiosa del tipo concreto de visitante que asiste el museo. Así, cabe destacar que los visitantes individuales suelen corresponder a los propiamente llamados turistas que viajan por su cuenta o bien a los excursionistas que visitan por unas horas la ciudad. En cambio, los visitantes en grupo proceden en viajes orga-

Tabla nº1: Evolución del número de visitantes al Museo Diocesano y Comarcal de Solsona

Año	Individuales	Grupos	Total
<u>1987</u>	3986	5745	9731
<u>1988</u>	3891	4855	8746
<u>1989</u>	3748	5111	8859
<u>1990</u>	3680	5743	9423
<u>1991</u>	3634	4903	8537
<u>1992</u>	3602	4989	8591
<u>1993</u>	3422	3529	6951
<u>1994</u>	3411	5409	8820
<u>1995</u>	3359	4968	8327
<u>1996</u>	3186	6997	10183
<u>1997</u>	2885	5641	8526

FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por el Museo Diocesano y Comarcal de Solsona.

nizados y estadísticamente vienen desglosados en distintos tipos. Por una parte hay el grupo de escolares y docentes, desde alumnos de primaria hasta universitarios, que normalmente proceden de la propia comarca o de zonas próximas y cuya visita tiene una finalidad fundamentalmente didáctica y formativa -conocer su propia historia y territorio-. Otro segmento destacado es el formado por personas del grupo de la tercera edad, que proceden mayoritariamente en viajes organizados, y donde su visita se suele enmarcar dentro de un paquete turístico con un conjunto más amplio de actividades. Finalmente hay otros grupos más heterogéneos sin clasificar.

A lo largo del año, el volumen de visitantes se distribuye estacionalmente de la siguiente manera:

- Primavera: Hay una máxima afluencia de visitantes, concentrada en el mes de mayo, cuando se registra la cifra mas alta de entradas. Durante esta época del año, los visitantes en grupo, formados básicamente por escuelas y personas de la tercera edad, son los responsables del gran incremento de la demanda, pero también habría que sumarles las visitas de carácter individual, que con menor proporción, acuden básicamente por Semana Santa.

- Verano: hay un pequeño máximo veraniego, centrado en el mes de agosto, y provocado en esta ocasión, no por los visitantes que entran en

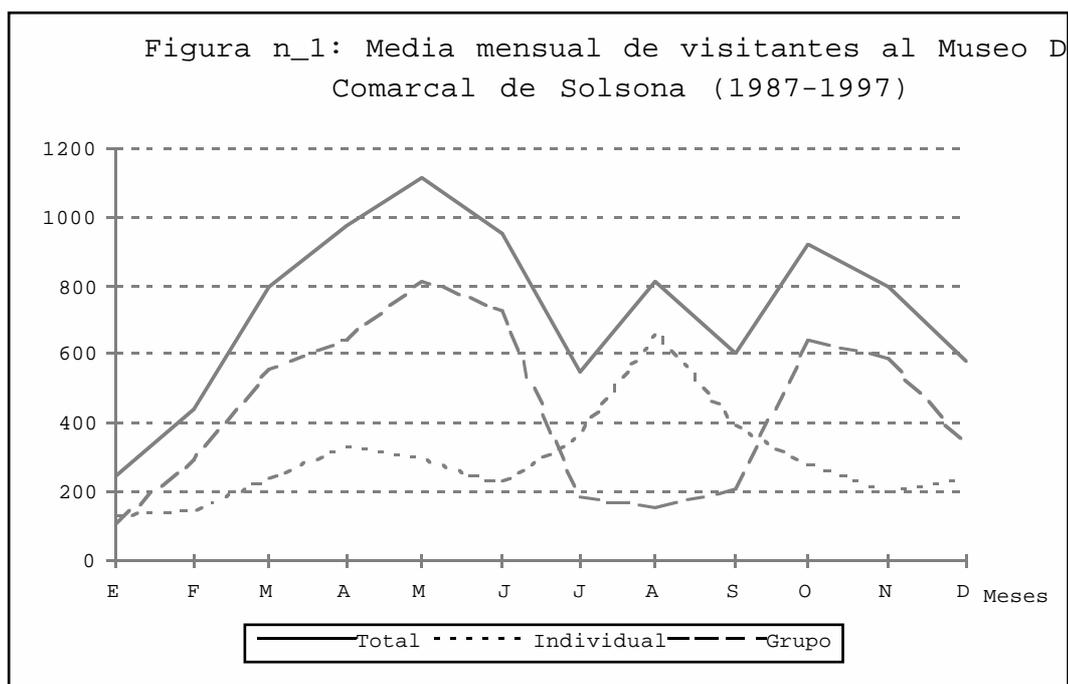
grupo al museo, sino por los turistas que visitan el museo a modo individual. Este hecho nos hace pensar que durante los meses de verano, cuando el camping tiene la ocupación máxima, Solsona recibe el máximo volumen de turistas, procedentes básicamente de Barcelona y su área de influencia, pero también de otros puntos del estado (Valencia, Madrid) y del resto de Europa (franceses, belgas, alemanes,...).

- Otoño: hay un máximo secundario, principalmente durante el mes de octubre, en este caso debido exclusivamente a dos factores. Primero, al incremento de las visitas de escuelas e institutos, una vez iniciado el curso escolar y segundo, a la avalancha de personas mayores que sobre todo durante estos meses viajan por todo el territorio, normalmente, durante los fines de semana.

- Invierno: En esta estación del año se produce el mínimo estacional, con visitas a pesar de que Solsona se encuentre a tan solo 25 km. de una estación de esquí.

Exceptuando los periodos vacacionales, la mayoría de visitantes vienen durante los fines de semana, momento en que se concentran las visitas al museo. Solo los grupos escolares amortiguan el efecto aglomerativo de visitantes durante los sábados y domingos, visitando las instalaciones durante la semana.

El aumento de la calidad de vida, las jubilaciones y otras circunstancias, repercuten di-



FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por el Museo Diocesano de Solsona

rectamente en la creciente incorporación del segmento de población de mayor edad en lo que se ha denominada “la sociedad del ocio”. El turismo de la tercera edad es cada vez más destacado en el conjunto de las actividades turísticas y cabe tenerlo presente en cualquier análisis de la demanda. En el terreno del turismo cultural, su peso específico es más que considerable y así lo demuestran la cifras referentes a la evolución anual de visitantes de este grupo en el museo. Cabe destacar el incremento espectacular de visitantes producido en el año 1994 y que se ha mantenido, exceptuando el descenso habido en el año 1996, hasta la actualidad. En 1987 este segmento de la población representaba tan solo el 13,1% del total de visitantes en grupo y en el último año su porcentaje ascendió hasta casi el 70% (69,3%) lo cual nos evidencia un cambio importante en la composición de la demanda.

4. Conclusiones finales

El tipo de producto turístico analizado - un museo-, situado en una localidad de interior-Solsona- que ocupa un lugar secundario en el mapa del turismo general, no deja de tener una serie de puntos interesantes que nos confirman un seguido de hipótesis, planteadas acerca de las características del turismo cultural. En primer lugar, destacamos la menor estacionalidad de este

tipo de turismo frente al turismo tradicional de costa, con una concentración estacional de la demanda centrada en los meses de primavera y otoño, mientras que durante el verano la actividad turística se reduce en parte debido al gran éxodo de población que se dirige hacia los grandes centros de veraneo situados en la costa y en la montaña. En segundo lugar, comprobamos el elevado protagonismo del viaje organizado y en grupo en la promoción y el desarrollo del turismo cultural en zonas del interior si lo comparamos con el volumen de visitantes individuales. En este apartado cabría citar el aumento considerable del grupo de población perteneciente a la tercera edad que irrumpe con fuerza en estos últimos años y pasa a ser uno de los visitantes que con más frecuencia acude al Museo Diocesano de Solsona.

Contrariamente a lo que sería previsible y a pesar de la generalización ya citada de la actividad turística en zonas de interior, durante los últimos diez años apenas han habido cambios significativos en el volumen total de visitantes al museo con una evolución estabilizada que oscila entre las 8.000 y 9.000 visitas y con leves fluctuaciones interanuales no muy acusadas. El modesto desarrollo turístico que actualmente vive la población, concretizado con el escaso incremento de los visitantes al museo, puede ser debido a factores endógenos, funda-

mentalmente a la actitud mostrada por los propios habitantes de la ciudad. La hipotética falta de motivación para promover los atractivos turísticos de la zona puede ser originada en parte a la poca conciencia que hay a nivel popular del elevado potencial turístico que ofrece la población y también el escaso interés mostrado en explotar de una forma inmediata sus propios recursos. En resumen, estas circunstancias pueden

frenar el desarrollo del turismo en el centro histórico y, a pesar de los esfuerzos llevados a cabo por las distintas administraciones locales, haría falta una mayor concienciación y colaboración de los propios habitantes así como de las personas ocupadas en el sector (hoteleros y restauradores) con el objetivo de mejorar la oferta en general y favorecer su comercialización.

(*) Esta comunicación se ha realizado en el marco del proyecto de investigación PB95-0905 titulado Delimitación y análisis de las áreas marginales de Cataluña, y financiado por la DGICYT; y con un Ajut de Suport a la Recerca dels Grups Consolidats, del II Pla de Recerca de Catalunya, Generalitat de Catalunya (Grup de Recerca d'Anàlisi Territorial i Desenvolupament Regional, 1997SGR 00331).

BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV. (1996): "El Museu Diocesà de Solsona", en *Catalunya Romànica*, (vol XXIV) Gran Enciclopèdia Catalana, Barcelona.
- CALS, J.; CAPELLA, X. y VAQUÉ, E. (1995): *El turismo en el desarrollo rural de España*, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Madrid.
- DIRECCIÓ GENERAL DE TURISME, (1997) *Servei de Museus de Catalunya*, Departament de Cultura, Generalitat de Catalunya, Barcelona.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1997): "La generalización espacial del turismo en Cataluña y la nueva dialéctica litoral-interior", en *Dinámica litoral-interior* (2 vols), AGE., Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, pp. 409-418.
- RUIZ BAUDRIHAYE, J.A. (1998): "El turismo cultural: luces y sombras", en *Estudios Turísticos* (nº 134), Instituto de Estudios Turísticos, Madrid, pp. 43-54.
- TOMILLO NOGUERO, F. (1996): "España 94, turismo y cultura", en *La actividad turística española*, AECIT, Madrid, pp. 503-525
- VALENZUELA RUBIO, M. (Coord.) (1997): *Los turismos de interior. El retorno a la tradición viajera*. Col. Estudios, UAM Ediciones, Madrid.
- VERA, F.; LÓPEZ PALOMEQUE, F.; MARCHENA GÓMEZ, M. y ANTON, S. (1997): *Análisis territorial y ambiental del turismo*, Ariel, Barcelona.