

UNA COLECCIÓN POR DESCUBRIR: MUSEO CATEDRALICIO DE VALENCIA

Nombre del estudiante: Amparo Fernández Marco

Nombre del tutor: Pablo González Tornel

Titulación: Grado en Turismo

Curso académico: 2016-2017

ÍNDICE

1. Introducción	3
2. Objetivos	3
3. Metodología	4
4. Análisis de las estadísticas del año 2017	5
5. Definición de museo	8
6. Historia del museo	8
7. Tipos de museo	10
7.1. Museos de arte	10
8. Museo catedralicio de Valencia	10
8.1. La exposición	11
8.2. El espacio. Estudio y organización	14
8.3. Materiales y fabricación	18
8.4. Iluminación	22
8.5. Información, señalética y medios audiovisuales	24
8.6. Instalación y montaje	27
9. Conclusión	30
10. Bibliografía	31
11. Anexo	32

1. INTRODUCCIÓN

Valencia es una ciudad que se caracteriza por el buen clima, por la gastronomía mediterránea elaborada con productos de la huerta valenciana, por unas fiestas que son Patrimonio Inmaterial de la Humanidad...

Pero también por una gran patrimonio cultural en el que se unen diferentes estilos y culturas: romana, visigoda y musulmana para dejar paso, años más tarde, al románico, gótico, renacentistas, barroco y neoclásico.

Todo ello hace que cada año el número de turistas, tanto residentes como no residentes, haya aumentado considerablemente.

La mayor parte de los turistas eligen Valencia como destino principalmente por sus costas. Muchos de ellos, provienen de países del norte ya que encuentran un clima diferente al suyo.

Como se ha nombrado anteriormente, una vez en Valencia, descubren que no solo es un destino de sol y playa sino que esconde mucho más.

Esta ciudad tiene un patrimonio cultural muy rico y por explotar. Por esta razón no es conocido a nivel mundial.

De entre todos estos bienes de carácter artístico, lo que más se desconoce es el museo de la Catedral de Valencia. Por este motivo, este proyecto pretende potenciar las colecciones que posee el mismo y ofrecer una mayor calidad a los visitantes.

2. OBJETIVOS

El objetivo principal de este trabajo es hacer del museo catedralicio un icono de Valencia. Esto quiere decir que la motivación principal de los turistas para elegir este destino sea dicho museo.

Para lograr ese objetivo se plantean otros más fáciles de alcanzar a corto plazo como:

- Ofrecer a los turistas una experiencia de mayor valor, es decir, corregir los pequeños errores que puedan haber para conseguir una exposición de alta calidad.
- Publicitar las colecciones expuestas en el museo. Con esto se pretende atraer al mayor número de turistas posible.

3. METODOLOGÍA

Para desarrollar el presente trabajo se ha elaborado una selección de información extraída de libros, páginas web, encuestas, folletos...

La primer parte ha sido más elaborada.

Para hacerla he leído libros sobre museología, museografía y cómo diseñar una buena exposición.

Una vez leído cada ítem lo he comparado con el museo. Para ello, he tenido que visitarlo varias veces, tomando nota de qué objetos contiene; el tipo de vitrinas, pedestales, cartelas, elementos de sujeción... que usan y de qué están hechas; la distribución de las salas y cómo están colocadas las piezas en ellas. Además de hacer fotografías a todo lo que se trata en el proyecto.

Para realizar la otra parte de este trabajo he consultado las páginas web del INE y de la Agencia Valenciana de Turismo para ver las estadísticas sobre el turismo en la Comunidad Valenciana.

Una vez consultadas, he analizado todos los datos para compararlos entre ellos. También se han realizado encuestas a los turistas que han visitado el museo para conocer su opinión respecto a algunos temas del mismo.

Todo esto, me ha servido para saber qué hay que mejorar y poder alcanzar los objetivos.

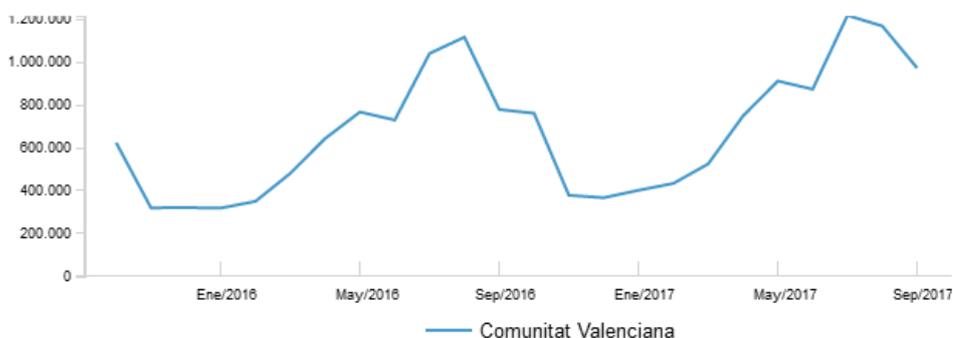
4. ANALISIS DE LAS ESTADISTICAS DEL AÑO 2017

Comparando las estadísticas sobre las llegadas de este año podemos apreciar que en la época estival España recibió un total de 10.426.029 turistas no residentes de los cuales 1.169.271 visitó la Comunidad Valenciana.

El gasto medio fue de 1.088 euros. Sin embargo, el gasto del turista que pernoctó en la Comunidad Valenciana es de 1.084 €. Cabe destacar que la duración media del viaje es de 11,82 días superando las estimadas en otras comunidades como Madrid, Cataluña o Andalucía que rondan los 7 días.

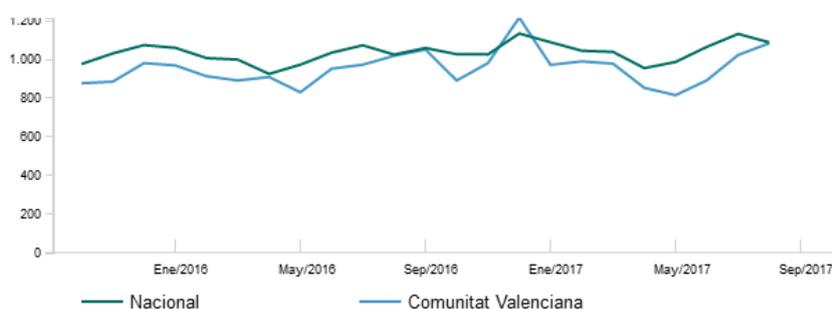
Número de turistas

Comunitat Valenciana



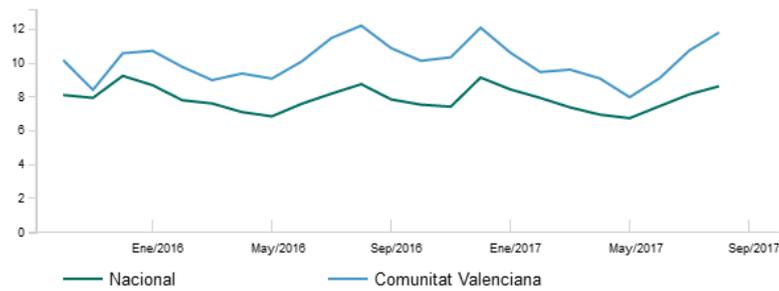
Gasto medio por persona

Comunitat Valenciana



Duración media de los viajes(días)

Comunitat Valenciana



Fuente: INE¹

En cuanto a los turistas residentes en España el total de turistas alcanza los 46.324.598. Los 4.841.364 tuvieron como destino principal la Comunidad Valenciana.

El gasto medio por persona es de 158,82 y la duración media es de 3,16 días.

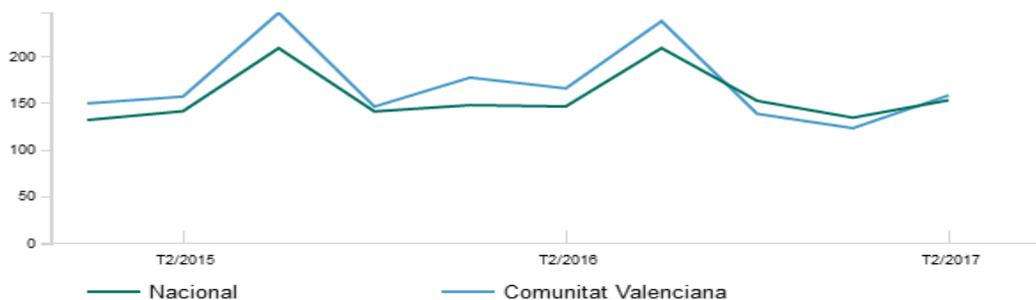
Número de viajes (Comunidad Autónoma de destino)

Comunitat Valenciana



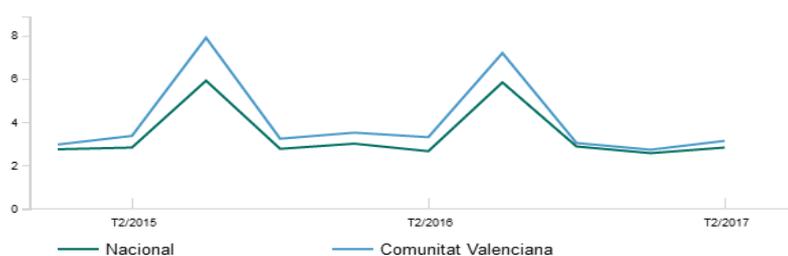
Gasto medio por persona (Comunidad Autónoma de destino)

Comunitat Valenciana



¹ <http://www.ine.es/infografias/turismo/desktop/panel.html?t=4&lang=es>

Duración media de los viajes(días, Comunidad Autónoma de destino)
Comunitat Valenciana



Fuente: INE²

El motivo principal del viaje a España es el Ocio y recreo para más de 7,9 millones de turistas. Esto supone un crecimiento del 12,1%.

Otros de los motivos son viajes de negocios con 514.297 de turistas y otros motivos diferentes de los anteriores alcanzan los 400.000.

Llegada de turistas internacionales según motivo principal

Septiembre 2017	Datos mensuales		Datos acumulados	
	Valor	Variación	Valor	Variación
	absoluto	anual	absoluto	anual
TOTAL	8.835.228	11,4	66.137.798	10,1
Ocio, recreo y vacaciones	7.914.254	12,1	57.801.379	11,5
Negocios, motivos profesionales	514.297	29,7	3.497.008	3,5
Otros motivos	406.676	-15,0	4.839.411	-0,5

Fuente: INE³

Tras analizar estas gráficas se observa que el turista no residente visita más tiempo España en general y la Comunidad Valenciana en particular que los turistas residentes.

También se puede ver que el gasto medio es superior, lo que no es de extrañar puesto que la duración media del viaje supera con creces la del turista residente.

Por otro lado, después de estudiar las encuestas realizadas (Anexo 1) a algunos de los turistas que visitaron el museo, se demuestra que hay una cantidad elevada de extranjeros puesto que casi todos los cuestionarios hechos son a personas foráneas.

² <http://www.ine.es/infografias/turismo/desktop/panel.html?t=4&lang=es>

³ <http://www.ine.es/infografias/turismo/desktop/panel.html?t=4&lang=es>

Otro dato a destacar es la predisposición que tienen a pagar por visitar cualquier monumento. Hay variedad de opiniones, no obstante a la mayor parte de los encuestados le pareció aceptable el precio de la entrada a la catedral de Valencia. (Tarifa normal: 7,50 €; tarifa reducida: 5,50 €)

Un punto a tratar sobre el museo es que la gente lo visita simplemente por el hecho de estar dentro de la catedral. Los turistas visitan la Catedral y de paso el museo. Por esa razón, los entes públicos deberían publicitarlo más a menudo y darle la importancia que se merece.

5. DEFINICIÓN DE MUSEO

La palabra museo deriva del latín *Museum* y ésta del griego *Mouseion* que significa casa de las Musas o lugar de contemplación.

Tal y como citaba Georges Henri Riviére: *“La palabra museo –precisaban los estatutos del ICOM (Internacional Council of Museum) aprobados en 1961 y vigentes hasta el 1968- designa a todo establecimiento permanente, administrado en beneficio del interés general para conservar, estudiar, hacer valer por medios diversos y exponer por deleite y educación del público un conjunto de elementos de valor cultural: colecciones de objetos artísticos, históricos, científicos y técnicos, jardines botánicos y zoológicos y acuarios”*⁴

6. HISTORIA DEL MUSEO

Tanto el museo como su ciencia han ido evolucionando a través de los siglos. Por ejemplo, antaño el museo era visitado por los coleccionistas o huéspedes ilustres.

Por lo que se refiere a la ciencia desde el S. XVIII hasta finales de la Segunda Guerra Mundial el vocablo para definirla era el de museografía. No obstante, a partir de 1945 se implanto el de museología, la cual se consolida como ciencia en el S.XX.

Cabe destacar la “crisis de la institución museística” que a pesar de ella hubo un desarrollo en dicha ciencia.

Esta crisis ha servido de aliciente para renovar y aplicar la ciencia museológica. Esto unido a un crecimiento de nuevos museos, ha ayudado a la museología a extender sus fundamentos, a consolidar sus métodos y a aumentar el número de corrientes. Entre ellas, la nueva museología.

⁴ Luis Alonso Fernández, *Museología y museografía*, (Barcelona: Ediciones del Serbal,2006) 28

Esta “nueva ciencia” promueve y fomenta un tipo de museo diferente buscando una nueva forma de expresión y una amplia dinamicidad y participación sociocultural.

La necesidad de mostrar al público las obras artísticas aparece con la ruina del método habitual de venta que consistía en un taller-tenderete colocado en la calle. Un método poco favorable para los escultores y pintores que querían desprenderse de la condición de artesano.

El Discurso emitido por Martin Charmois en 1648 implicó el rechace del modo comercial tradicional muy el empuje de los nuevos sistemas.

En este contexto aparecieron los Salones, gracias a la orden que Luis XIV decreto en 1667 para que se exhibieran las piezas de los académicos. La exposición de aspecto estético paso a ser la tipología por excelencia.

Las características que diferencian los museos del S.XIX a los del S.XX residen en la especialización de sus contenidos y en los avances en la forma y la técnica respecto a la conservación, presentación, investigación y difusión. Pero, sobre todo, en esta última a causa del considerable incremento de la demanda del público.

Gracias a ellos el museo actual ha alcanzado cierta dimensión social.

Hay que tener en cuenta que el turismo fue un elemento determinante en el desarrollo de los museos en la primera parte del S.XX. Este factor conllevará numerosos beneficios como el avance de los museos de arte y arqueología en el Mediterráneo y en los países de la Europa occidental.

La situación actual tiene como origen una intensa transformación física, técnica, museológica y sociocultural de los museos surgida en la segunda posguerra mundial.

7. TIPOS DE MUSEO

Para poder clasificar los museos, los diferentes autores se basan en los contenidos y siguiendo en mayor o menor medida las normas del ICOM han creado sus tipologías:

- A. *Museos de arte en los que se centra este trabajo en concreto en el Catedralicio de Valencia.*
- B. *Museos generales, especializados, monográficos, y mixtos.*
- C. *Museos de historia.*
- D. *Museos de etnología, antropología y artes populares.*
- E. *Museo de ciencias naturales.*
- F. *Museos científicos y de técnica industrial.*
- G. *Otras variaciones tipológicas de museos.*⁵

7.1. **Museos de arte**

Son aquellos en los que sus colecciones están constituidas por obras de valor estético y que han sido creadas con la finalidad de enseñarlas, incluyendo los objetos cuyo propósito no era ser expuesto. La categoría artística de las obras les puede haber sido otorgada tanto por su calidad explícita o implícita como por su reconocimiento recibido por la historia del arte o por los críticos.

Una de las características de los museos de arte es la obligación de exponer las piezas sin adornos ni ningún tipo de teatralización que impida apreciarlas como corresponde.

Es necesario recalcar que las obras arqueológicas las define su ciencia como artísticas por tanto también forman parte de este tipo de museos. En los museos arqueológicos es imprescindible tanto que las exposiciones posean carteles en los que se describan las piezas como asegurar la protección de las mismas.

8. MUSEO CATEDRALICIO DE VALENCIA

El actual Museo de la Catedral de Valencia o Museo Catedralicio-Diocesano surgió en el Museo de Antigüedades, que fue establecido por el arzobispo Andrés Mayoral en 1761. El "Museo Arqueológico Diocesano" fue creado en 1922 por el cardenal Enrique Reig Casanova que quería agrupar las obras que estaban repartidas por la diócesis en una sola colección. Unas décadas más tarde el Cabildo u el Arzobispo constituyeron el Museo Catedralicio para presentar varias piezas de gran valor de la colección catedralicia.

⁵ Alonso, *Museografía y museología*, 110

Alrededor de 1966 el arzobispo Marcelino Olaechea ordeno que el Museo Catedralicio pasara también a ser Diocesano con el fin de reunir todas las obras en una única institución. Para ello se construyó un edificio nuevo, contiguo a la catedral y solamente con acceso por el interior de la misma. Este edificio fue restaurado entre los años 2015 y 2016 para dar lugar al Museo Catedralicio de Valencia tal y como actualmente se puede visitar.

La colección contiene más de 1.600 obras de arte. En el museo se exhiben una 200 aproximadamente mientras que el resto están distribuidas en la capillas de la Catedral o en los almacenes.

8.1. LA EXPOSICIÓN

El concepto de exposición significa la presentación pública de objetos de interés cultural.

Desde el punto de vista de la nueva museología, como es el de Marc Maure (1996) “la exposición es un método, constituye uno de los más importantes útiles de dialogo y concienciación de que dispone el museólogo con la comunidad”.⁶

8.1.1. Funciones de la exposición

Hay 4 funciones generales:

- Simbólica: cuyo fin de ensalzamiento religioso y político ha estado vinculado con el valor ostentoso de las obras.
- Comercial: referente al valor de la mercancía.
- Documental: asociada al carácter informativo o científico de las piezas.
- Estética: ligada al valor artístico de los objetos.

Las funciones que posee este museo son principalmente la estética puesto que lo que se expone son obras de arte y en segundo lugar la simbólica ya que en una de las salas, en concreto la del Relicario, se encuentran objetos tales como Casullas o pequeños cofres pertenecientes a personajes históricos importantes.

Estas funciones no son excluyentes, es decir, se pueden encontrar varias en una única exposición tal y como se demuestra en la de este museo.

⁶ Luis Alonso Fernández e Isabel García Fernández, *Diseño de exposiciones. Concepto, instalación y montaje*, (Madrid: Alianza Editorial,2005) 16

8.1.2. Tipos de exposición

Las formas de exposición en la historia concuerdan con el nivel de acceso y conocimiento del público de las obras del museo. Parafraseando a Marcia Lord “en cierto sentido, la historia de los museos es la historia de cómo diversas formas de instalación de exposiciones han cambiado nuestra percepción de lo que vemos. El acto de seleccionar un objeto y yuxtaponerlo con otros está lejos de ser aleatorio, pues comporta profundas implicaciones que afectan al observador de diversas maneras”.⁷

Los tipos de exposición se clasifican según diversos criterios de concepto y caracteres de categorías:

- A) Según un criterio espacio-temporal: permanentes, temporales, itinerantes, móviles y portátiles.

La exposición permanente es la característica de los museos, por tanto el tipo de exposición del Museo Catedralicio pertenece a esta categoría.

- B) Según la naturaleza o cualidad material del objeto.
- C) Según las características formales: sistemática o ecológica.
- D) Según la disposición intencional del mensaje: de desarrollo sistemático, de tesis o exposición contextualizada.
- E) Según la extensión o densidad de los contenidos: general, monográfica, polivalente o especial.
- F) Según las funciones históricas generales: simbólica, comercial, documental o estética.

Al igual que las funciones las tipologías tampoco son incompatibles y pueden aparecer varias categorías al mismo tiempo. Como en este caso que se clasifica en permanentes según su criterio temporal, monográficas ya que solo trata un tema: la historia del arte y estética si se tienen en cuenta las funciones.

⁷ Alonso, *Museografía y museología*, 206

Hay algunos autores, como Michael Belches (1991) que las sintetizan en tres:

- ✓ *Emotivas: cuya finalidad es incitar una respuesta emotiva en el visitante*
- ✓ *Didáctica: diseñadas para emitir información.*
- ✓ *Entretenimiento: cuyo propósito es entretener y divertir.*⁸

Atendiendo a esta clasificación esta colección museística estaría en la categoría debido a su carácter informativo sobre las obras expuestas.

8.1.3. Características de una buena exposición

Según G. Ellis Burkam las características de una buena exposición son:

- *Estar protegida y segura*
- *Ser visible*
- *Atraer la mirada*
- *Mostrar buena apariencia*
- *Captar la atención*
- *Ser útil y provechosa*
- *Resultar muy agradable*⁹

La característica que habría que mejorar es la de ser visible dado que hay piezas en las que resulta incómodo observarlas. Estas piezas están situadas muy por encima de la línea del horizonte de una persona con una altura media.

Al mismo tiempo una exposición debe tener:

- Rótulos adecuados, incorporando un pequeño título legible y visible, un subtítulo más minucioso, carteles con la imprescindible información y rótulos en las obras que sean necesarias.
- Concordancia entre las obras y los rótulos deben pertenecer al grupo.
- Buen diseño, en el que se incluye la colocación, buen uso del color, tipografía, iluminación, etc.

Teniendo en cuenta estas pautas, la exposición del museo no sigue alguna de ellas. Los carteles no aportan la información necesaria en muchas de las obras. Solamente cuentan con un pequeño título, autor y tipo de obra. Además, hay un único cartel para varias obras con una leyenda en la que apenas se distinguen los números.

⁸ Alonso, *Museografía y museología*, 208

⁹ Alonso, *Museografía y museología*, 209

Otra de las características del museo actual es que la exposición está dividida en movimientos artísticos. Sin embargo, a pesar de que ello no siguen un orden cronológico.

8.2. EL ESPACIO. ESTUDIO Y ORGANIZACIÓN

El espacio es, junto con la iluminación, uno de los componentes más importantes de una exposición. La apreciación de las obras depende de la colocación de las piezas, del vínculo que las relaciona y del espacio es sí. Hay que tener en cuenta también el tiempo ya que la exposición es la consecuencia de una actividad doble y paralela por parte del espectador: observar las obras en el espacio y durante un tiempo determinado, en consonancia con el que cada uno necesita para entenderlas.

8.2.1. El lugar y el espacio como elementos condicionantes

El espacio, el lugar y el sitio en el que se colocan los objetos provocan sensaciones, es decir, la aceptación, el rechazo o cualquier otra emoción proviene de la colocación exacta de los objetos.

8.2.2. Colocación de los objetos

En el momento de la instalación de los objetos aparecen muchas barreras tanto visuales como físicas. Hay que prestar atención a estas puesto que si no se tienen en cuenta puede surgir la “fatiga museística”.

La fatiga museística consiste en el cansancio que tiene el visitante en un museo.

Puede ser debida a varios factores como la edad, el tipo de museo, el tamaño, las expectativas, etc.

Por ello, es fundamental la buena colocación de las obras. Esta está limitada por la sala, la distancia entre el objeto y el espectador y la cantidad de personas que caben en esa sala sin molestarse.

De todos modos, las piezas que no permitan 2 ó más líneas de observación es necesario que se coloquen a una altura baja.

Por ejemplo, en este museo los grandes libros que están expuestos, están colocados en vitrinas apoyadas en el suelo puesto que en una vitrina de pared sería más difícil contemplarlos de forma detallada, a parte del peso que tendría que aguantar la balda que con el paso del tiempo acabaría resintiéndose.

Es por esto que hay que tener en cuenta las diferentes probabilidades que posee el cono visual humano en el que influyen:

- El tamaño de los objetos
- Situación de los objetos
- Distancia respecto al espectador
- Distancia entre los propios objetos

En definitiva, para poder contemplar las obras correctamente se debe prestar atención a la distancia y situación respecto al observador.

8.2.3. El espacio y la circulación

Una adecuada organización espacial supone comodidad y claridad de circulación. Está vinculada con el término “ritmo” que se trata de provocar al espectador diferentes experiencias conforme avanza y evitar que se aburra.

El Museo de la Catedral está dividido en varias salas y cada sala tiene una organización espacial distinta. La primera sala consta de 3 cuadros colgados uno en cada pared y una gran cristalera en la que se guarda la Gran Custodia. Las siguientes salas ya se encuentran en otra planta y están divididas por épocas artísticas.

En cuanto a la organización del espacio en la sala gótica lo primero que se percibe es la enorme columna helicoidal situada en el centro de la sala. Esta es un vestigio de la antigua librería de los Borja. Esta es la sala más grande de todo el museo y en ella están expuestas desde retablos a grandes cuadros como los retratos de los Papas Calixto III o Alejandro VI. No pasan inadvertidas las 10 figuras de los Apóstoles realizadas en piedra caliza formando un “camino” hasta llegar a la escultura de la Virgen con el Niño.



También hay una pequeña sala donde están los restos del antiguo campanario además de unos restos arqueológicos como unos escudos nobiliarios, una gárgola y una escultura del león de San Marcos.

En la sala del Relicario hay dos vitrinas una a la derecha y otra a la izquierda. Enfrente se encuentra una pequeña custodia y a los lados dos grandes casullas. Con estas vitrinas se consigue seguridad y al mismo tiempo cumple con las condiciones apropiadas de conservación, iluminación y flexibilidad respecto a la exposición. Además debe tener una estética que no distraiga la atención de los objetos.

Este requisito sí lo cumple ya que son vitrinas muy sencillas como se verá más adelante en el apartado de materiales.

Otra de las salas es la del Renacimiento en la que se encuentran las vitrinas que guardan la evolución de la catedral. Así mismo contiene la pintura llamada *Los siete dolores de la Virgen María* cuyo autor es el conocido Paolo de San Leocadio.

La época del Academicismo está representada también por varias pinturas. La más conocida es el *Ecce Homo* de Mariano Salvador Maella. Se trata de un óleo sobre tabla, copia del original de Juan de Juanes que se encuentra en la actualidad en el Museo del Prado.

Por último, la sala del Manierismo posee una organización circular puesto que hay tanto vitrinas pegadas a la pared como una más grande en el centro.

En la zona subterránea se ubican los restos arqueológicos como las trazas de un cementerio o restos humanos.

8.2.4. Accesibilidad

Hacer accesible una exposición es acondicionar el espacio tanto física como intelectualmente, consiguiendo así que el espectador llegue a todas las obras y a los carteles informativos.

Respecto a la accesibilidad de esta exposición hay que comentar varias cosas:

En cuanto a la accesibilidad física, la catedral sí que se posee rampa para minusválidos, sin embargo, tiene escalones para acceder al edificio en sí.



En la sala VII (Antigua torre) solamente tiene escalones para poder visitarla.



La zona subterránea tampoco está adaptada para minusválidos. Cabe destacar que al ser vestigios es más complicado poder adaptarlo puesto que no se pueden modificar tan fácilmente.

Las vitrinas que se encuentran en la Sala del Relicario son excesivamente altas. Asimismo hay carteles a las misma altura por tanto una persona en silla de ruedas no puede leer la información y tampoco ver el objeto en cuestión.



Por lo que respecta a la intelectual, hay muy poca información de las obras. Simplemente añaden título, tipo de obra, autor y año e incluso en algunas de ellas ni siquiera poseen panel. Además solamente en un idioma, en este caso el español.

En la sala subterránea se encuentran los restos arqueológicos. Aquí hay unos paneles en los que indica con unos números qué es cada cosa y está ese mismo número en el resto arqueológico en concreto. No obstante, los números son demasiado pequeños y el color de fondo es muy oscuro teniendo en cuenta la poca iluminación que tiene esta sala.

Otro de los aspectos es que si se llevan alguna obra de la exposición no informan del porqué esa obra ya no está ahí.

8.3. MATERIALES Y FABRICACIÓN

8.3.1. Pedestales y plataformas

Pueden tener muchas formas dependiendo de las necesidades, no obstante siempre deben ser resistentes y estables. Si son más livianos han de estar fijados en el suelo. El material más habitual es la madera dado que es un elemento que se trabaja cómoda y rápidamente. En cambio, en esta exposición el material más utilizado es el metacrilato.

Este lo podemos encontrar en los pedestales de suelo en los que se encuentran apoyadas las 10 esculturas de los apóstoles y además en el pedestal de pared que sujeta a la Virgen.



8.3.2. Vitrinas

La vitrina es un componente de exposición y al mismo tiempo de conservación. Gran parte de los diseñadores no optan por su utilización debido al elemento de distracción que pueda suponer. Sin embargo, este componente es necesario puesto que se pueden crear ambientes, como es el caso de este museo ya que en ella se exponen algunas piezas de los Reyes de Aragón depositados por el Rey Alfonso V el Magnánimo en 1437.

Todos los tipos de vitrinas son difíciles de clasificar. Se puede decir que hay *categorías de uso y tipologías de diseño*.

En cuanto a las categorías de uso están:

Vitrinas existentes: son las que se construyen para las exposiciones permanentes. También pueden ser flexibles, es decir, se pueden separar para establecer distintas composiciones.

Vitrinas construidas para una función específica: pueden ser para exposiciones temporales o con la finalidad de conservación de objetos. Estas tienen dificultad para ajustarse a otras utilidades ya que el objeto guardado ahí va a influir en el tamaño de la vitrina.

Estas últimas son las usadas en esta exposición puesto que aunque sea una exposición permanente sí que la hicieron con el objetivo de albergar los determinados objetos.

Respecto a las tipologías de diseño existen:

Vitrinas verticales, inclinadas y horizontales.

En cuanto a las **verticales** son aquellas que tienen ubicación y visión frontal.

En este tipo de vitrinas se encuentran las de pared. También se dividen en dos modelos: las empotradas y las adosadas. Las primeras están edificadas en el propio muro. El inconveniente que tienen es la poca flexibilidad que permiten a la hora de configurar la exposición.

Las vitrinas adosadas son una mezcla de las de pared y las exentas por tanto poseen más oportunidades de modificación.

En el museo se pueden ver las del segundo tipo en la sala del Relicario. Estas albergan pequeños objetos que son admirados frontalmente. Como se ha comentado anteriormente, el problema es la altura que tiene la vitrina y el tamaño de las piezas guardadas dentro ya que no permiten apreciar las figuras con claridad.



Por lo que se refiere a las **inclinadas** y **horizontales**, es necesario señalar que se diferencian de las verticales en que son exentas, es decir, se pueden observar por los cuatro lados y suelen conservar objetos bi o tridimensionales.

Las **inclinadas** son aquellas vitrinas en las que la superficie no es totalmente plana sino que tiene un ligero desnivel. También son conocidas con el nombre de vitrinas modo atril.



En esta exposición se encuentran en la sala del Manierismo. Estas contienen una serie de libros antiguos de grandes dimensiones.

Por último, están las **horizontales** o de mesa. Llamadas así porque no presentan ningún tipo de inclinación.



Se pueden apreciar en la sala del Renacimiento donde se exponen en cada una de ellas la evolución de la catedral valenciana.

Hay que prestar atención al cono de visión del espectador, no colocando nada fuera de este campo ya que por el contrario, se exige un esfuerzo físico importante al visitante que al final acabara con molestias.

Del mismo modo es importante acomodar las vitrinas a las condiciones de todo tipo de personas, adecuando la exposición a sus exigencias en la mayor medida de lo posible.

Por esos motivos, las dimensiones y la estructura de ellas tienen una gran relevancia para evitar la fatiga museística, concepto que se ha comentado en apartados anteriores.

8.3.3. Materiales

Los materiales más utilizados para hacer estas estructuras son el metal, el metacrilato y el cristal.

El **metal** es empleado en algunos pedestales, como los que sujetan los diez apóstoles o la Virgen con el Niño ya que es más resistente que otro material que resulte más económico como puede ser el metacrilato. Sin embargo, este último se raya con mucha facilidad por tanto, no soporta demasiado peso.

El segundo material que se usa en esta exposición es el **metacrilato**. Al no ser tan resistente como el metal, se emplea en la fabricación de las vitrinas puesto que el peso de las figuras que tiene que sostener es mucho menor.

Por último, el **crystal** se utiliza para mantener protegidos los objetos en las vitrinas. Hay que tener en cuenta la calidad y el grosor del mismo dado que obstaculizan la apreciación de las piezas.

8.4. ILUMINACIÓN

La iluminación es un aspecto necesario para poder apreciar las obras en una exposición. Es el elemento indispensable para admirar correctamente las piezas y obras de arte: su adecuado uso posee un gran influjo en la comprensión de lo que se ve.

Cabe destacar el término iluminancia. Esta es el grado de intensidad de la luz y se expresa en unidades llamadas lux.¹⁰

La iluminancia está limitada por la foto sensibilidad de las figuras.

Sobre este punto hizo referencia Casal López-Valeiras:

“Esta realidad plantea una nueva dificultad bajo el punto de vista de la conservación de las obras foto deteriorables pues, si es conveniente que los niveles cuantitativos de la iluminación varíen de forma irregular cuando se utiliza la luz natural –los realizadores de la Clore Gallery consideraron que para percibirla debe oscilar entre 100 y 500-600 lux- los estándares fijos de la iluminancia carecen de validez práctica.

Por consiguiente, la solución es conocer los lux-hora que recibe una pieza foto deteriorable a lo largo de un periodo –normalmente de un año- y, así, cuando se considere qué límite admisible se va a superar, se adopten las medidas pertinentes para evitar que ello ocurra.”¹¹

Con esta cita, el autor quiere decir que se pueden hacer las investigaciones necesarias para conseguir la iluminancia correcta.

¹⁰ Alonso, Museografía y museología, 222

¹¹ Alonso, Museografía y museología, 223

8.4.1. Luz natural, luz artificial

La luz natural que obtiene un museo a lo largo del día es excelente para reducir la fatiga, incitar la concentración y conservar activo el interés.

Sin embargo, la luz artificial permite un gran control lo que conlleva una superior valoración de las obras artísticas.

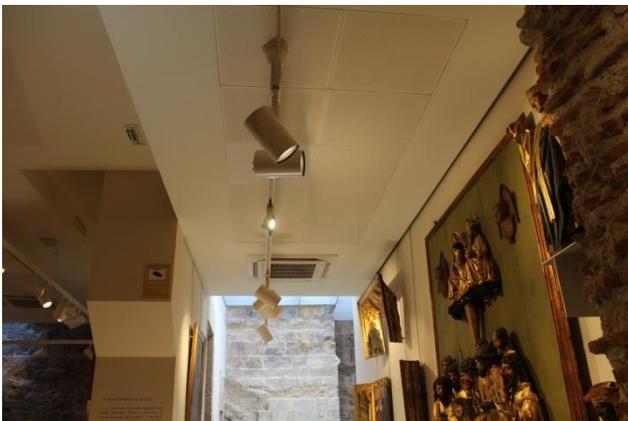
Por todos estos motivos, es necesaria la combinación de ambos tipos de luz.

8.4.2. Tipos de lámparas

Existen varios tipos de lámparas empleadas en las exposiciones. Algunos ejemplos son incandescentes, fluorescentes, halógenos, de fibra óptica...

Las utilizadas en el museo son las incandescentes. Con este modelo se puede emplear luz tanto general como puntual.

Hay que mencionar que las bombillas de esta exposición se encuentran dentro de focos con un cristal en la parte inferior y además no enfocan directamente al objeto. Esto hace que la luz no llegue con tanta intensidad y por tanto evita el deterioro a corto plazo.



8.4.3. Diseño de los sistemas de iluminación

La iluminación de las piezas se implantará en concordancia con la planificación y el diseño de la exposición. Esto significa que se deberá tener presente las propiedades específicas de cada una de ellas, el carácter de la luz y la responsabilidad de protegerlas, asegurarlas y cuidarlas.

Estas son las razones por las cuales el diseño del sistema de iluminación es necesario que este en los primeros pasos en la planificación expositiva.

Una iluminación perfecta es muy complicada de conseguir puesto que no hay normas fijas que puedan adaptarse a todas las ocasiones.

No obstante, existen dos conceptos esenciales con los que hay que contar: visibilidad y conservación.

La **visibilidad** está relacionada con el bienestar visual. Para alcanzar ese bienestar, hay que considerar algunos aspectos técnicos:

- Las dimensiones y la forma de la sala.
- La reflectancia de las superficies.
- El tipo de iluminante, sus características y su localización.¹²

En cuanto a la **conservación**, es necesario saber que la luz es un elemento que deteriora e incide de forma permanente y que sus consecuencias son irreversibles. Por tanto, deben aceptarse los posibles problemas que puedan surgir.

8.5. INFORMACIÓN, SEÑALÉTICA Y MEDIOS AUDIOVISUALES

En cualquier exposición hay un relato que contar. En general no se puede transmitir esa historia sin palabras, por tanto es muy importante la manera de difundir esa información.

La realización de la historia a comunicar se encuentra en el principio de la exposición con el objetivo y la idea de esa historia. Es ahí donde se elige la estrategia a usar en la exposición.

8.5.1. Estrategias de comunicación

Para obtener una gran comunicación los elementos deben estar integrados en la exposición.

Los textos de señalética general ayudan al visitante a orientarse y ubicarse en el espacio. Los textos de cada zona tienen un estilo diferente para, además de orientar, crear ambientes.

Existen cuatro niveles de orientación para una mayor accesibilidad al contenido. Estos niveles son: geográfico, psicológico, intelectual y conceptual.

Aquellos que se ponen en la entrada de cada exposición son los textos introductorios y fomentarán el nivel **psicológico** y **geográfico**.

¹² Alonso e Isabel García, *Diseño de exposiciones. Concepto, instalación y montaje*, 87

El nivel **conceptual** vendrá apoyado por los textos colocados en cada sala y en cada área detallada con un título.

Por último, el nivel **intelectual** se hará a través de textos con mayor longitud relacionados con la exposición en general o con algunas piezas en particular.

Los textos que posee la exposición del museo no son del todo correctos. Los títulos que dividen las salas solamente indican el número de sala por lo tanto no se sabe de qué época son las obras. Además no siguen un orden numérico y eso provoca la desorientación.

Por otro lado, los textos que tratan cada pieza en concreto aportan escasa información.

8.5.2. Producción de los textos

Está comprobado que la mayoría del tiempo que pasa el visitante en el museo es leyendo y no observando las obras. Por esa razón es imprescindible que los textos sean precisos y claros.

Estos textos se reparten en varias categorías dependiendo de su estructura y contenido:

Los **títulos** llaman la atención del visitante y le introducen en el tema. La letra ha de ser grande y clara.

Los **subtítulos** son más reducidos en lo referente a la letra, sin embargo son más largos. Se centran más en el tema.

Una vez se ha leído los títulos y subtítulos se debe saber de forma general sobre qué trata la exposición.

El **texto introductorio** es la primera información más detallada que le llega al visitante. Esto hace que la redacción de ese texto sea precisa. Su contenido debe estar estructurado teniendo presente su función de introducción.

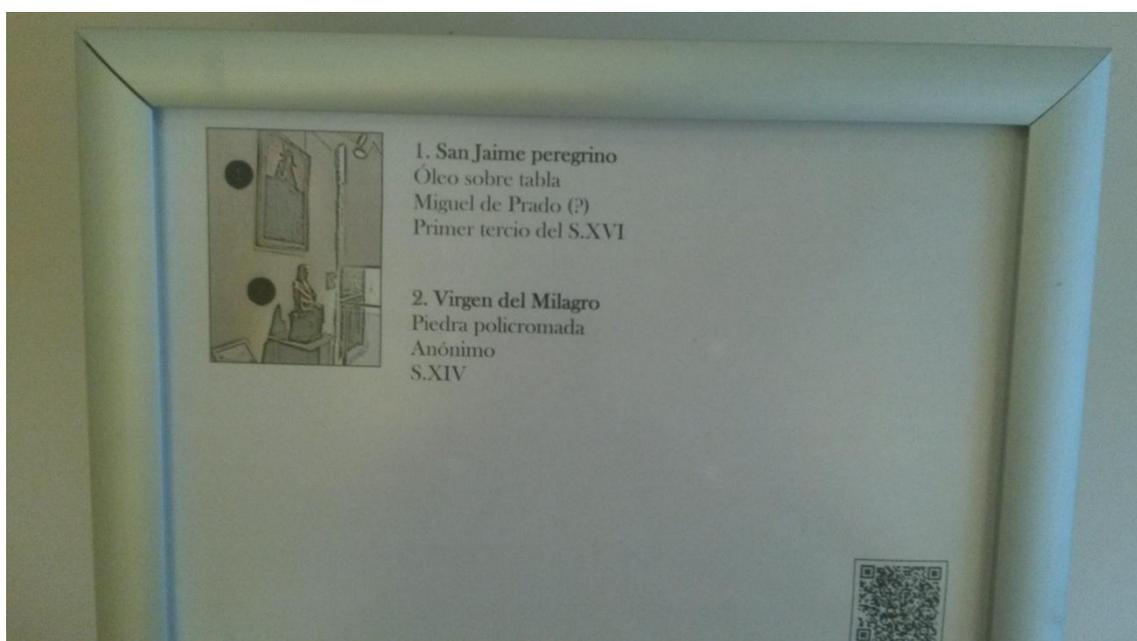
Los **bloques de texto** tienen como objetivo agrupar un conjunto de piezas o de información. Es necesario que sean informativos o interpretativos.

Las **cartelas** son aquellas que ofrecen la información necesaria sobre las obras de arte. Es habitual que den detalles más concretos de algunas de esas obras.

Se pueden juntar varias de ellas. Sin embargo, ha de considerarse la colocación de los objetos y nunca situarlas lejos de objeto del que hablan.

Los **materiales de distribución** son los folletos, catálogos o información adicional que recibe el visitante. Estos materiales ayudan a que el turista reciba una información más amplia del tema tratado en el museo.

Respecto a la producción de textos del museo catedralicio, hay que mencionar un apartado en concreto y es el de las cartelas. Estas poseen muy poca información. Para obtener más hay que descargarse una aplicación para leer códigos QR. Es una manera actual de obtener información pero quizá algunas personas de avanzada edad ni siquiera tengan móvil y mucho menos sepa descargarse una aplicación.



Por otro lado, utilizan una cartela para varias obras. No obstante, como se ha comentado antes, están demasiado alejadas de la obra en sí.

Por último, en la zona subterránea hay un único cartel para toda la sala y en una zona específica. Aquí el visitante ve pequeños carteles numerados a pesar de que no hay una cartela que informe a qué se refiere ese número.

8.5.3. Tipografía

Existen dos características a considerar para realizar los textos:

La primera es la **legibilidad**. La lectura de las letras se hace por su forma. El modelo de letra influye en la percepción así como el peso, es decir, si esta en negrita, cursiva, etc. o el espaciado.

La **visibilidad** también está relacionada con el tipo de letra, el contraste con el fondo (el más adecuado es el negro sobre blanco) y el tamaño.

Teniendo en cuenta estas reglas el museo no cumple la característica de visibilidad.

En los carteles que hay junto a las piezas hay una pequeña leyenda en la que aparece donde está colocado cada objeto. El inconveniente es que los números son morados en fondo negro de modo que no se ven.

Por otra parte, los pequeños carteles numerados que se ha comentado en el apartado anterior son morados con el número en blanco. Al estar situados en una zona oscura ya que están bajo el suelo no se distinguen bien y hay que ir buscando cada cartel.

8.5.4. Audiovisuales

El medio audiovisual depende del tipo de exposición.

Los sistemas audiovisuales sirven de ayuda a la exposición. En ningún caso deben reemplazar a la obra artística sino reforzar su comprensión.

El elemento audiovisual en esta exposición es el audio-guía.

El audio-guía es un aparato en el que está grabado todo el recorrido y la información de algunas de las obras.

Cabe señalar que es complicado orientarse porque no sigue un orden lógico, va de una sala a otra y es fácil no saber cuál es el lugar del que habla.

8.6. *INSTALACIÓN Y MONTAJE*

Cuando la exposición ya ha sido planificada y desarrollada, el siguiente paso es realizar las instalaciones y el montaje de todas las piezas.

8.6.1. Soportes

Muchas veces las obras de arte requieren de un soporte.

Existen varios motivos por los que un objeto precise un soporte:

1. Por razones estructurales: el objeto es débil o se encuentra en un estado de deterioro avanzado.
2. Por razones de exposición: el soporte puede ofrecer un mejor ángulo para la apreciación del objeto.

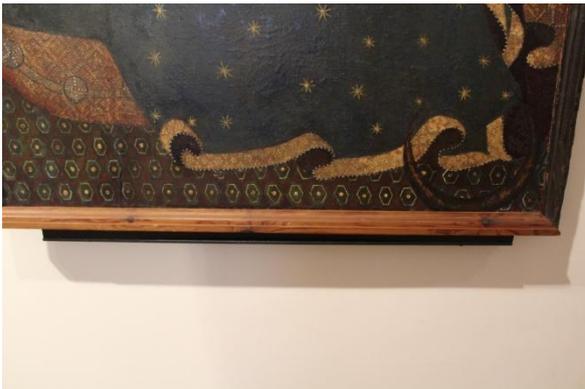
3. Por razones de manipulación o manejo.¹³

En este caso en particular la gran mayoría de los soportes son por razones de exposición ya que los objetos que más abundan son cuadros y por tanto deben estar a cierta altura del suelo.

Algunos modelos de soporte son:

- Soporte escondido.
- Soporte que asegura el objeto dentro de una vitrina.
- Soporte diseñado para absorber vibraciones.
- Soporte que ayuda a preservar la estructura de un objeto.
- Soporte que asegura a un objeto al tiempo que se crea la ilusión de que el soporte es algo más.
- Soporte que esta semifijo y funciona como agarradera.¹⁴

De todos estos tipos el empleado en el museo es el último. Las pinturas que tienen menos peso solamente están sujetos con pequeños tubos de metal. Sin embargo, los cuadros de gran envergadura, además de estos tubos, se apoyan en un soporte de madera de tamaño inferior a la anchura del cuadro.



Hay que tener en cuenta los materiales a utilizar para los soportes: no pueden tener bordes cortantes, materiales que contengan pigmentos, tampoco pueden perder

¹³ Alonso y García, *Diseño de exposiciones. Concepto, instalación y montaje*, 113

¹⁴ Alonso y García, *Diseño de exposiciones. Concepto, instalación y montaje*, 113

estabilidad a lo largo del tiempo, deben ser sencillos de montar y desmontar y sobre todo nunca deben estar en contacto directo con el objeto.

8.6.2. Elementos de sujeción

Los elementos de sujeción que se pueden ver en esta exposición son principalmente de dos tipos: las alcayatas las cuales están colocadas detrás de los cuadros para enganchar el tubo metálico anteriormente mencionado.

El otro tipo es una placa de metal atornillada al pedestal mientras ayuda a la sujeción de una gran escultura.



9. CONCLUSIÓN

Tras haber terminado este proyecto, en mi opinión, creo que es interesante que los turistas que visiten Valencia sepan que no solamente posee buenas playas y un clima que acompaña todo el año. Tiene un patrimonio cultural excelente.

Por lo que respecta al museo, los posibles errores cometidos tienen solución: las vitrinas se pueden estructurar de otro modo para que los objetos más pequeños queden en la línea del horizonte; para la poca información de algunas obras instalar pantallas táctiles donde se encuentre toda la información. Esto hace que, aparte de aprender más sobre ese objeto, se interactúe con el museo y hacer más entretenida la visita; la falta de títulos es fácil de solucionar: cambiar los carteles con el número de sala y además la época a la que pertenecen los cuadros.

Estas son algunas soluciones que se podrían adoptar a lo largo del tiempo.

Por otro lado, para atraer a más turistas a visitar el museo una opción es publicitarlo. Se podría recomendar en las oficinas de turismo; en los diferentes folletos informativos o en las guías incluirlo como atractivo cultural; colgar un gran cartel en la fachada de la catedral, siempre y cuando no la dañe, en el que aparezcan algunas obras de la colección e incite a querer visitarlo.

En definitiva, es un museo nuevo del que se puede sacar partido y llegar a convertirlo en un icono turístico valenciano.

10. BIBLIOGRAFIA

- www.comunitatvalenciana.com
- *Diseño de exposiciones. Concepto, instalación y montaje*, Luis Alonso Fernández e Isabel García Fernández (Madrid: Alianza Editorial, 2005)
- *Exhibitions in Museums*, Michael Belcher, Smithsonian Institution Press, 1991
- Folleto entregado en la entrada a la catedral.
- Folleto entregado en la oficina de turismo de Valencia.
- www.ine.es
- *Introduction to Museum Work*, George Ellis Burcaw (Rowman Altamira, 1997)
- *Manual práctico de museología y museografía y técnicas expositivas*, Juan Carlos Rico (Madrid: Sílex, 2006)
- www.museocatedralvalencia.com
- *Museología y museografía*, Luis Alonso Fernández (Barcelona: Ediciones del Serbal, 2006)
- *Museum internacional*, UNESCO, París, 1995
- *Seminario Regional de la UNESCO sobre la función educativa de los museos*, Georges Henri Rievière 1961

11. ANEXO

Nº CUESTIONARIO:

Este cuestionario es para conocer la opinión de los turistas sobre Valencia.
Gracias por su colaboración.

- Su lugar de procedencia:

España Extranjero País:

- Su edad:

20-29 30-39 40-49 +50

- ¿Había estado anteriormente en Valencia?

Sí No

- ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Ocio Negocios Visita a familiares Otros

- ¿Por qué ha elegido Valencia?

Playas Monumentos Gastronomía Otros

- ¿Cuál de estos monumentos le ha gustado más?

Catedral y Museo catedralicio Miguelete La Lonja

Basílica de la Virgen de los Desamparados Mercado Central

- ¿Qué opina sobre el hecho de tener que pagar para ver la Catedral y el Museo?

This survey is to know the opinion of the tourists about Valencia.

Thank you so much for your help.

- Nationality:

Spain Abroad Country:

- Age:

20-29 30-39 40-49 +50

- Had you been in Valencia before?

Yes No

- Which is the reason for your trip?

Leisure Business Family visit Other

- Why have you chosen Valencia?

Beach Monuments Food Other

- Which of these monuments do you prefer?

Cathedral and museum Bell tower Lonja

Basilica Central Market

- What is your opinion about having to pay to see the Cathedral?