

El turismo en la Catedral de Granada desde 1925

Rodrigo Gómez Jiménez
Universidad Pablo de Olavide (Sevilla)

Resumen

Este artículo tiene como objetivo conocer la evolución que ha tenido el turismo en de la Catedral de Granada desde sus inicios en la década de los veinte hasta la actualidad. Para conseguir dicho objetivo hemos estudiado la influencia de este movimiento, los beneficios que ha supuesto para el templo, ingresos generados, crecimiento y desarrollo de visitas, así como un estudio estadístico en la actualidad para conocer qué tipo de público visita la Catedral, cuáles son sus intereses y cuáles sus necesidades.

Palabras clave: turismo, catedral de Granada, siglo XX, siglo XXI, estudio de público.

Abstract

The purpose of this article is to know the evolution of the tourism in the Cathedral of Granada from its beginning in the 1920's up until now. To achieve this objective it has been studied the influence of this flow, profits for the temple, generated income, growth and development of the number of visitors, as well as another statistical research based on present data in order to know what kind of public visits the cathedral, their interests and their needs.

Keywords: tourism, cathedral of Granada, 20th Century, 21th Century, public research.

El turismo en la Catedral desde 1925 a 1975

Pretendemos con este trabajo ocuparnos de un hecho surgido a finales del siglo XIX tal y como lo conocemos en la actualidad; el turismo, y más concretamente el turismo de la Catedral de Granada.

A pesar del corto periodo de tiempo de este movimiento, el turismo tiene sus inicios en hechos muy significativos en la Edad Antigua como fueron los Juegos Olímpicos celebrados en Olimpia a los cuales acudían miles de ciudadanos de diversos parajes de la Antigua Grecia, o incluso otro hecho que hace referencia al turismo fueron las peregrinaciones a Roma y/o Santiago, en la que grupos de población más o menos numerosos se desplazaban con un motivo religioso, por lo que corresponderían a un tipo de turismo religioso.

Sin embargo, el objetivo fundamental de este estudio es centrarnos en el turismo de la Catedral de Granada, desde sus inicios a mediados de los años veinte y su desarrollo hasta la actualidad.

El turismo durante estos primeros años fue un factor imprescindible para la Catedral de Granada, a pesar de que en muchas ocasiones no sea tenido en cuenta como debería. Asimismo, el turismo supuso para la Catedral una gran fuente de ingresos que constituyeron una ayuda fundamental para el decoro del templo.

Los primeros indicios relevantes que hacen referencia al turismo en la Catedral están datados en el año 1925 en los que se elabora un proyecto de reglamento sobre la visita de turistas a la Catedral¹.

Este hecho fue muy puntual, puesto que hasta mayo de 1929 y debido a la inauguración de la Exposición Ibero-Americana en Sevilla, no se volverían a tener noticias referentes al turismo. El Cabildo pensó que este acontecimiento supondría la llegada a Sevilla de un gran número de turistas, de los que muchos de ellos podrían visitar también la ciudad de Granada. Por este motivo, en la Catedral se comenzarían a hacer una serie de cambios para aprovecharse de este nuevo movimiento, entre los que destacó la creación del nuevo museo de la Catedral. Este hecho por lo tanto, es un claro ejemplo de la fuerza que adquiere el turismo en estos años.

Los primeros billetes de entrada para turistas, al no estar aún instalado el museo fueron para visitar las Capillas y Sacristía de la Catedral independientemente del museo que estaba aún en proyecto².

A propósito de esto, el deán de la Catedral tuvo que ponerse en contacto con el Delegado Regio del Turismo acordándose de esta manera poner el siguiente oficio:

Tengo el honor de poner en su conocimiento, que desde el próximo día 15 de este mes comenzará a regir la disposición últimamente dada por el Ilustrísimo Sr. Cardenal Arzobispo de esta Diócesis de acuerdo con el Excmo. Cabildo para regular la visita de los turistas a esta Santa Iglesia Catedral y que comprende los puntos siguientes:

- 1. Mientras la Catedral esté abierta al público, los que quieran visitar los interiores de las Capillas y Tesoro de la Sacristía deberán proveerse del billete correspondiente.*
- 2. Cuando la Catedral esté ya cerrada se habrá de recurrir para entrar en ella al Sacristán Mayor, el cual le proporcionará la debida autorización.*
- 3. La Catedral está siempre abierta desde las 07:00 de la mañana hasta las 10:30 y por la tarde desde las 14:30 hasta las 16:40.³*

Una vez establecidas las primeras normas en relación al turismo, estaban a la espera de que el Cabildo diera las oportunas órdenes a los representantes de las agencias de turismo y a los guías de la capital para que se cumplieran las anteriores disposiciones.

1. A.C.Gr. (Archivo de la Catedral de Granada), L.A.C. (Libro de Actas Capitulares), nº LXXVIII, fol.80 vto.

2. A.C.Gr.,L.A.C., nº LXXIX, fol.48 rto.

3. A.C.Gr.,L.A.C., nº LXXIX, fol.54 vto.-55 vto.

Será el 1 de mayo de 1928 cuando se tengan por primera vez datos de los ingresos correspondientes de los turistas de la Catedral. Concretamente hacían referencia a las visitas del mes de abril ascendiendo a la cantidad de 657 pts. Con este mismo dinero se acordaría gratificar a los dependientes con la cantidad de 250 pts. y el resto integrarlo a la fábrica de la Catedral⁴.

Es a partir de este momento, cuando se llega al acuerdo de que el 20% de lo recaudado por las visitas de los turistas a la Catedral fuese destinado para gratificar a los dependientes, quedando el resto para la fábrica.

Por lo tanto, podríamos decir que en el año 1928 es cuando realmente explota el turismo en la Catedral de Granada. Se tienen noticias de este año de la visita de algunos turistas insignes como el ex-ministro Gimeno y varios catedráticos de Universidad que alabaron las últimas obras realizadas, refiriéndose seguramente a las del coro, presbiterio y museo.

Un año más tarde, se da cuenta también del éxito de público que había obtenido la visita al Museo de la Catedral, inaugurado ese mismo año. Incluso mandan colocar un cartel anunciador en la puerta del Museo y otros anuncios en varias lenguas para fijarlos en los hoteles principales de la ciudad⁵ y de esta manera poder hacer llegar a los turistas la disposición del Cabildo para que la Catedral fuese visitada.

No se volverán a tener noticias referentes al turismo hasta noviembre de 1931, en la que se realiza un estado económico de la fábrica.

A pesar de que el número de visitas se incrementaba cada día, y el turismo iba adquiriendo poco a poco mayor relevancia dentro de la Catedral, los ingresos generales mostraron que en lo que menos se recaudaba era en turismo, concretamente 947 pesetas anuales⁶.

Sin embargo, las visitas iban incrementándose cada vez más, hecho que no solo ocasionaba beneficios, sino que también proporcionaba algunas dificultades o inconvenientes, por lo que el 15 de febrero de 1932 se presentan unas bases sobre las visitas de turismo a la Catedral. Los puntos recogidos serían los siguientes:

1. Prohibir visitas durante horas habituales de culto; a este fin quedaba terminantemente prohibida la actuación de los guías y dependientes como cicerones durante actos de culto.
2. Para la visita de la Catedral a las horas en que estuvieran cerradas las verjas se exigiría el correspondiente billete de visita; los billetes individuales serían de 1 pts. y de 5 pts. para grupos de diez personas o más.
3. Debían consultar al Presidente del Turismo en Granada si podrían distribuir en sus oficinas los billetes de visita, sobre todo cuando se tratase de caravanas.
4. Deberían entregar talonarios de billetes al dependiente mayor de la Catedral para que ellos los distribuyesen sin necesidad de acudir en cada caso al Sacristán Mayor; éste llevaría una nota de los blocs entregados a las personas enumeradas en esta base y en la anterior.
5. El dependiente mayor ejercería las funciones de revisión general de los billetes de visita de todos los turistas, recogiendo una vez terminada la visita la mitad de cada billete correspondiente al número que llevaba impreso y entregarlo al Sacristán Mayor.
6. Se asignaría un tanto por ciento a beneficio de los dependientes de la Catedral y guías en la forma siguiente: para los dependientes el 30% de la totalidad de los billetes expedidos y para los guías el 10 % de los que cada uno distribuya⁷.

4. A.C.Gr.,L.A.C., nº LXXIX, fol.74 rto.

5. A.C.Gr.,L.A.C., nº LXXIX, fol.199 rto.- vto.

6. A.C.Gr.,L.A.C., nº LXXX, fol.39 rto.

7. A.C.Gr.,L.A.C., nº LXXX, fols.60-61.



Entrada al museo

A pesar de todas estas normas los problemas irían surgiendo conforme aumentaba el número de visitas. Se recogen anécdotas de problemas con turistas que pretendían entrar indecorosamente en la Catedral o incluso con los propios guías que faltaban el respeto al Sacristán Mayor.

Durante los años de la guerra vienen recogidas en los libros de actas muy pocas noticias sobre el turismo, muy esporádicamente aparecen anécdotas sin gran importancia, excepto a finales de 1938 y principios de 1939 cuando se presenta en la Catedral una comisión oficial del Estado organizadora de la renta turística de guerra del sur de España, para ver en qué forma habrían de visitar los turistas la Catedral. El Cabildo creyó que podrían ajustarse a las mismas normas que tenían ya convenidas para la visita a la Catedral de Sevilla⁸.

En este mismo año se da cuenta igualmente, de una comunicación del jefe provincial de Estadística de Granada en la que pide se le faciliten los datos estadísticos de visitantes del Museo de la Catedral en el año 1938. Este hecho irá produciéndose a partir de este momento todos los años.

Durante la década de los cuarenta las noticias relacionadas con el turismo hacen referencia a las subidas que iban sufriendo los billetes de entrada en la Catedral. El 15 de mayo de 1946 se pasa a fijar en 2 pts. el importe de las tarjetas de visita de los turistas a la Catedral. El 15 de fe-

brero de 1952 aumenta en 1 pts. el billete de entrada. Este mismo día se propone además que se establezca una nueva normativa referente a la entrada de los turistas a la Catedral, incluso se propone la entrada de visitantes en la Catedral para que los Canónigos y Beneficiados puedan entrar gratis con sus acompañantes y así mismo los Canónigos y Capellanes del Sacromonte con sus acompañantes y Capellanes Reales con acompañantes.

El 30 de octubre de de 1953 vuelve a subir el precio de entrada a la Catedral. Los boletos de entrada de turistas se cobrarían a 5 pts. por persona. De esas 5 pts., 1 pts. iría al Arzobispo para necesidades de la Diócesis, 0,50 para la fábrica y el resto para distribuciones⁹.

Haciendo referencia a las nuevas normas para la organización del turismo, serán presentadas el 15 de enero de 1954, siendo las siguientes:

Los tickets de entrada serían de dos clases: individuales a 5 pts. y colectivos para agencias de turismo a 2,50 pts. por persona.

- Estos tickets estarían en poder del Sacristán Mayor, quien cada mañana entregaría al Sacristán menor los que juzgase necesarios de una y otra clase para las ventas del día.
- Todos los días al terminar la jornada de venta, el Sacristán Mayor recogería los tickets sobrantes y el dinero

8. A.C.Gr.,L.A.C., nº LXXXI, fols.24-25 rto.

9. A.C.Gr.,L.A.C., nº LXXXIV, fol.31 vto.

obtenido comprobando si éste se correspondía a las entradas vendidas y anotando en un libro el importe total de la venta diaria.

- Todos los lunes el Sacristán Mayor rendiría cuenta y entregaría el total de la venta semanal al Capitular encargado del turismo, quién llevaría un libro de entradas y salidas.
- El Capitular encargado del turismo custodiaría en la caja de Clavería los fondos; y mensualmente abonaría a los dependientes el importe de su participación y trimestralmente al Arzobispo, a la fábrica y a los señores Capitulares y Beneficiados.
- El Capitular encargado del turismo sería designado por turno voluntario todos los años entre los Capitulares en activo y sería responsable ante el Cabildo de toda la organización de los empleados y el control de todos los servicios por lo que al turismo refiere. En su labor de inspección sería ayudado por el Sacristán Mayor.
- Las horas de jornada de empleados serían de 11:00 a 14:00 y de 15:00 a 18:00 en invierno y de 16:00 a 19:00 en verano. Un dependiente vendería entradas, otro vigilaría Catedral y otro el museo.

Cuadro de distribución a base de venta de 40.000 entradas

40.000 entradas= 200.000 pts.

Distribución

Al arzobispo para atenciones diocesanas el 20% = 40.000 pts.

Para Srs. Capitulares el 40% = 80.000 pts.

Para Fábrica el 15% = 30.000 pts.

Para Srs. Beneficiados el 10%= 20.000 pts.

Para los empleados 12%= 24.000 pts.

Sacristán Mayor 1%= 2.000 pts.

Para el capitular encargado el 1 elevado a ½%= 3.000 pts.

Total= 99½% = 199.000 pts.

Quedan 1.000 pts. que van a gastos de impresión de boletos y gratificaciones de guías.¹⁰

Una vez inaugurada la nueva sala-museo Taller de Alonso Cano, empiezan a producirse nuevos cambios en referencia al turismo. El 9 de marzo de 1946 se acuerda unificar el billete de entrada de modo que en vez de haber una de entrada de 5 pts. y otra de de 2 pts. para el museo de Alonso Cano hubiera una única de 6 pts. para la Catedral y ambas secciones del museo, destinándose 1 pts. a la amortización de los gastos de instalación del Museo de Alonso Cano¹¹.

Además, se acuerda que los ingresos del museo Alonso Cano se destinen:

- a) Sufragar gastos de ambos museos.
- b) El resto a distribuir entre capitulares, sin participación especial del Delegado de Turismo.

A partir de la década de los sesenta empiezan a registrarse en las actas las primeras quejas por el pago de entradas para visitar la Catedral.

El 2 octubre de 1963 Antonio Vargas García encargado de la Cartuja monumental propone que un día en semana se permita visitar gratuitamente los monumentos religiosos. El Cabildo hace constar su conformidad señalando un día por semana por la tarde para visitar la Catedral sin carnet y sin que se cobre cantidad alguna a los visitantes. Se

10. A.C.Gr.,L.A.C., n° LXXXIV, fol.39 rto.-40 vto.

11. A.C.Gr.,L.A.C., n° LXXXIV, fol.127 rto.

acordó finalmente que fuera los domingos por la tarde aunque esta medida vino acompañada por una nueva subida de la tarifa del billete, elevándose a 10 pts. el billete de entrada a los museos de la Catedral¹².

Será durante esta década cuando se tomen medidas más estrictas en torno a las fotografías que realizaban los turistas dentro de la Catedral. Además durante las horas de culto no podrían entrar en grupos, ni de turistas, ni de alumnos de escuelas o de otros centros que estuvieran de viaje de estudios¹³. Es decir, como podemos observar tratan de corregir los abusos de las visitas turísticas tanto dentro de las horas de culto como fuera de ellas, y se acordó que la Comisión de Turismo lo estudiará más detenidamente y pusiera solución.

Quizás un poco más apartado del turismo pero que tuvo mucha influencia sobre éste es la serie de actos y conciertos que comienzan a realizarse durante estos años. Cabe destacar a finales de 1967 la celebración del III Centenario de Alonso Cano. Fruto de ese acontecimiento comienzan a tomarse medidas de restauración de obras y la elaboración de un programa de actividades que tendría fuerte influencia en el público.

A continuación recogemos el Programa de actos del III Centenario de Alonso Cano.

Programa para la S.I. Catedral (Noviembre, día, 7 martes. 7:30 de la tarde)

- *Sufragio solemne*
- *Inauguración exposición monográfica*
- *Iluminación de la fachada central de la Catedral*

Día 24 viernes 7:30 de la tarde:

- *Charla de D. Emilio Orozco, Director del Museo de BBAA en la Sacristía de la Catedral*
- *Clausura de la Exposición monográfica*

Diciembre, día 1, viernes- 7:30 de la tarde:

- *Concierto de órgano en la S.I. C.*¹⁴

Además de estas iniciativas se tomarán otras que empiezan a mostrar la apertura de la Catedral hacia el futuro. El 1 de febrero de 1968, el Cabildo se plantea realizar misas para extranjeros durante los meses de más afluencia turística. La misa de 8:30 podría ser el ensayo de una misa para extranjeros en Granada. Para ello pensaron en miembros dentro del Cabildo que conocían idiomas o incluso sacerdotes que podrían ofrecerse para esta labor¹⁵.

Otra iniciativa al igual que la tomada durante el III Centenario de Alonso Cano, la vemos en el Festival Internacional de Música y Danza, en el que el Comisario solicita autorización para celebrar Misa Solemne en la Catedral y como colaborador designan al reconocido compositor Valentín Ruiz Aznar para que organice el acto.

Otra medida que se toma durante estos años y que hace referencia al turismo es la iniciativa de permitir que cualquier día que fuesen colegios ya fuesen diocesanos, ya extra diocesanos se les dispensase del pago total y por lo tanto fuese gratuita su visita¹⁶.

Es en este momento y debido al estado tan malo en el que se encontraba la techumbre de la Catedral se plantean suprimir el turismo en la Catedral y darle un enfoque mucho más pastoral. Este hecho quedará en una simple anécdota puesto que el turismo seguiría asistiendo a la visita del templo. Incluso se estudia la conveniencia de unificar los billetes de visita turística de (Capilla Real y Catedral) alegando:

- Que la entrada unificada sería más noble y ordenada

12. A.C.Gr., L.A.C., nº LXXXV, fol. 56 vto.

13. A.C.Gr. L.A.C., Nº LXXXV, fol. 84 rto.

14. A.C.Gr. L.A.C., Nº LXXXV, fol. 181 rto-vto.

15. A.C.Gr. L.A.C., Nº LXXXV, fol. 191 rto.

16. A.C.Gr. L.A.C., Nº LXXXV, fol. 276 rto.

- Se evitaría incomodidad y descontento del visitante pagando doble billete por dos monumentos de la Iglesia comunicados entre sí.
- Ambas instituciones mantendrían independencia económica.

Esto no lo acepta la Capilla Real alegando que podrían turbar las pacíficas relaciones existentes entre señores capellanes y sus empleados¹⁷.

Así se llega al año 1975, a partir del cual las referencias al turismo son mínimas y muy anecdóticas.

El Museo de la Catedral y su público en la actualidad

El turismo religioso y las peregrinaciones en la actualidad, dan relevancia a la importancia del territorio como lugar de reencarnación de la fe. El arte cristiano se encuentra disperso por todo el territorio evangelizado describiendo la individualidad de un determinado tipo de población, el carácter del territorio, el genio de los artistas o la devoción de un pueblo concreto.

Es importante el turismo religioso y las peregrinaciones, puesto que pueden resultar una ocasión de encuentros con distintas tradiciones. Avanzando de esta manera, en el conocimiento y respeto a otros tipos de ramas cristianas diferentes a la católica u otras religiones¹⁸.

Vivimos en un tiempo donde cada vez son más frecuentes las visitas a monumentos, museos y en definitiva espacios relacionados con la cultura. El turismo que viaja a diferentes ciudades suele visitar al menos uno o dos monumentos, por lo que este fenómeno debe ser aprovechado en el caso de las visitas turísticas a templos y museos de la Iglesia.

El turismo actual lo podemos dividir en varios tipos:

- **Turismo cultural**, aquel que está interesado en visitar museos, monumentos y en general todo tipo de eventos culturales. Suelen hacer estos recorridos en su tiempo libre, siendo un modelo de turismo realmente interesado en el arte. Dentro del turismo cultural podemos diferenciar otra tipología; el turismo científico, que correspondería a los investigadores que estudian un tema concreto y que para ello se documentan en bibliotecas, archivos, centros de estudio etc.
- **Turismo artístico**, es aquel tipo de turismo que está centrado en rutas o recorridos de tipo artístico donde el patrimonio artístico en general juega un importante papel (ruta del Gótico, ruta por las Iglesias, ruta del Barroco etc.).
- **Turismo intelectual**, sería otra tipología que haría referencia a las personas que indistintamente buscan enriquecerse en el saber y aprender conocimientos nuevos.
- Si vamos cerrando el abanico encontraríamos un tipo de **Turismo religioso**, que tendría sus inicios en las peregrinaciones a Roma, Santiago o Tierra Santa. Pero este tipo de turismo también está relacionado con viajes a solemnidades religiosas como la elección de un Papa, jubileos, procesiones de Semana Santa o Corpus¹⁹.
- Cabría añadir dos clases de público más, que debemos tener muy en cuenta. Son los **grupos escolares** o **grupos de jubilados**, un tipo de público que normalmente está organizado y cuyas visitas suelen ser en muchas ocasiones gratuitas.

17. A.C.Gr. L.A.C., N° LXXXV, fol. 432 rto-vto.

18. PIACENZA, Mauro. *Beni culturali della Chiesa ed evangelizzazione*, 2007. . Pág. 7.

19. IGUACÉN BORAU, D. *La Iglesia y su Patrimonio Cultural*. Secretariado de la Comisión Episcopal para el Patrimonio Cultural, Madrid, 1984, p.165 citado en: REQUEJO ALONSO, Ana Belén. *Los Museos Eclesiásticos en Galicia*. Dirigida por Marta Cendón Fernández. Tesis doctoral inédita. Universidad de Santiago de Compostela. Departamento de Historia del Arte. Pp. 966-967.



Turistas en el interior del museo

• Finalmente, existiría otro grupo al que pertenecerían los *no visitantes*. Esta clase de público es interesante tenerla en cuenta ya que nos ayuda a entender la existencia de una gran parte de público que no va a visitar los museos y cuáles son los sus motivos²⁰.

Estudio de Público

Según la American Association of Museums (AAM) a través del Committee on Advance Research and Evaluation (CARE), define los estudios de público como: *El proceso de obtención de conocimiento sistemático de y sobre los visitantes de museos, actuales y potenciales, con el propósito de incrementar y utilizar dicho conocimiento en la planificación y puesta en marcha de aquellas actividades relacionadas con el público (AAM, 1991)*²¹.

Queríamos destacar en este punto una de las preguntas que realizamos en una entrevista al M. Ilre. Sr. Don Antonio Muñoz Osorio, Canónigo de la Catedral y Delegado Diocesano para el Patrimonio Cultural del Arzobispado de Granada y Subdelegado de los Obispos de Andalucía para el Patrimonio Cultural, y que está relacionada con el turismo:

Pregunta: *¿Qué tipo de público visita este museo? ¿Conoce aproximadamente cuántos visitantes recibe anualmente?*

Respuesta: *El museo está inserto en la visita cultural a la Catedral, es un espacio más dentro del itinerario que recorre el visitante. Visita el museo quien visita la Catedral. Luego habrá que saber el número de visitantes que tiene la Catedral para saber el número de visitantes del museo. Puedo decirte que en los mejores años se llegó a 500.000 visitantes. En los últimos años se inició un descenso progresivo debido a la crisis, situándose actualmente alrededor de los 300.000.*

En definitiva y como podemos observar, los estudios de público son una herramienta más que posee el museo para poder desarrollarse y tener una relación más activa con su público.

Para llevar a cabo este estudio los **Métodos de trabajo utilizados** han sido los siguientes:

1. Observación

Este método sirve en primer lugar para analizar el comportamiento del público. Ha sido muy útil para determinar los flujos de circulación tanto dentro de la propia sala del museo como el recorrido que realiza el visitante desde que entra en la Catedral hasta que llega al museo y sale posteriormente de la Catedral.

Normalmente, el turista que visita la Catedral suele hacer el mismo recorrido, aunque como mostraremos en el plano de la Catedral, existe variedad en cuanto a la circulación de público se refiere, a pesar de que al comprar el billete de entrada, al turista se le facilita un plano con el itinerario que debe seguir

El turista entra por el patio situado al sureste de la Catedral, pasa por la Sacristía, y entra en la zona de la abecera, en concreto en la girola. A partir de este momento y posiblemente por no existir una clara señalización, el turista

20. CASTELLANOS PINEDA, Patricia. *Los museos de ciencias y el consumo cultural. Una Mirada desde la Comunicación*. Carrera Edició, Barcelona, 2008. Pág. 164.

21. PÉREZ SANTOS, Eloisa. *Estudio de visitantes en museos. Metodología y aplicaciones*. Editorial Trea, Gijón, 2000. Pág. 62.

hace dos recorridos. El primero, es aquel que cruza la nave central por el altar mayor, sube por las naves laterales hasta llegar al museo y regresa de nuevo hacia la cabecera donde está la salida, perdiéndose muchas veces la visita del otro lado de las naves laterales.

El otro recorrido, que sería el correcto, consistiría pasara de la girola al altar mayor para posteriormente recorrer ese lado de las naves laterales hasta llegar a los pies de la Catedral, cruzar la nave central y visitar el museo. A continuación, el visitante se debería dirigir a la salida de nuevo por las naves laterales contrarias a la zona de entrada (norte) y recorrer la girola hasta llegar a la puerta de salida donde está la tienda. Como mejor entenderá el lector este tránsito de público será observando el plano con el índice del itinerario.

A su vez, el método de la observación, ha sido útil para conocer:

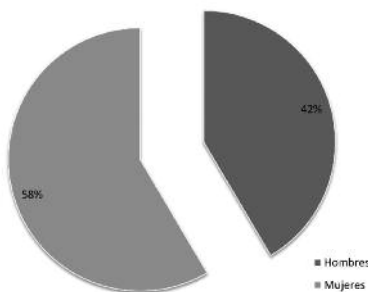
- 1.- Dónde suele captar el visitante su atención dentro del museo.
- 2.- Orden que sigue.
- 3.- El sexo.
- 4.- Tiempo que permanece en la sala.

Una vez dentro de la sala, existen pocas posibilidades de tránsito puesto que la entrada y la salida son la misma y una vez dentro de la sala nos encontramos con casi un cuadrado en el que la gente puede escoger empezar por la derecha o por la izquierda indistintamente.

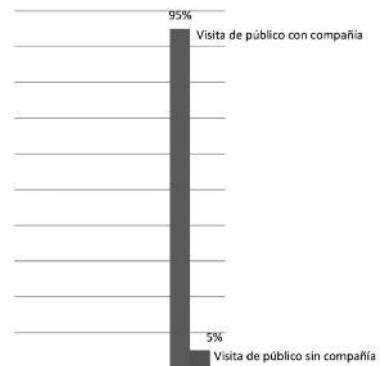
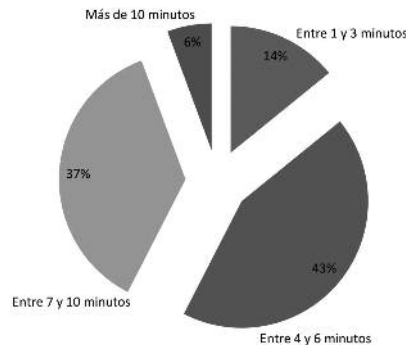


Índice del itinerario

Sexo



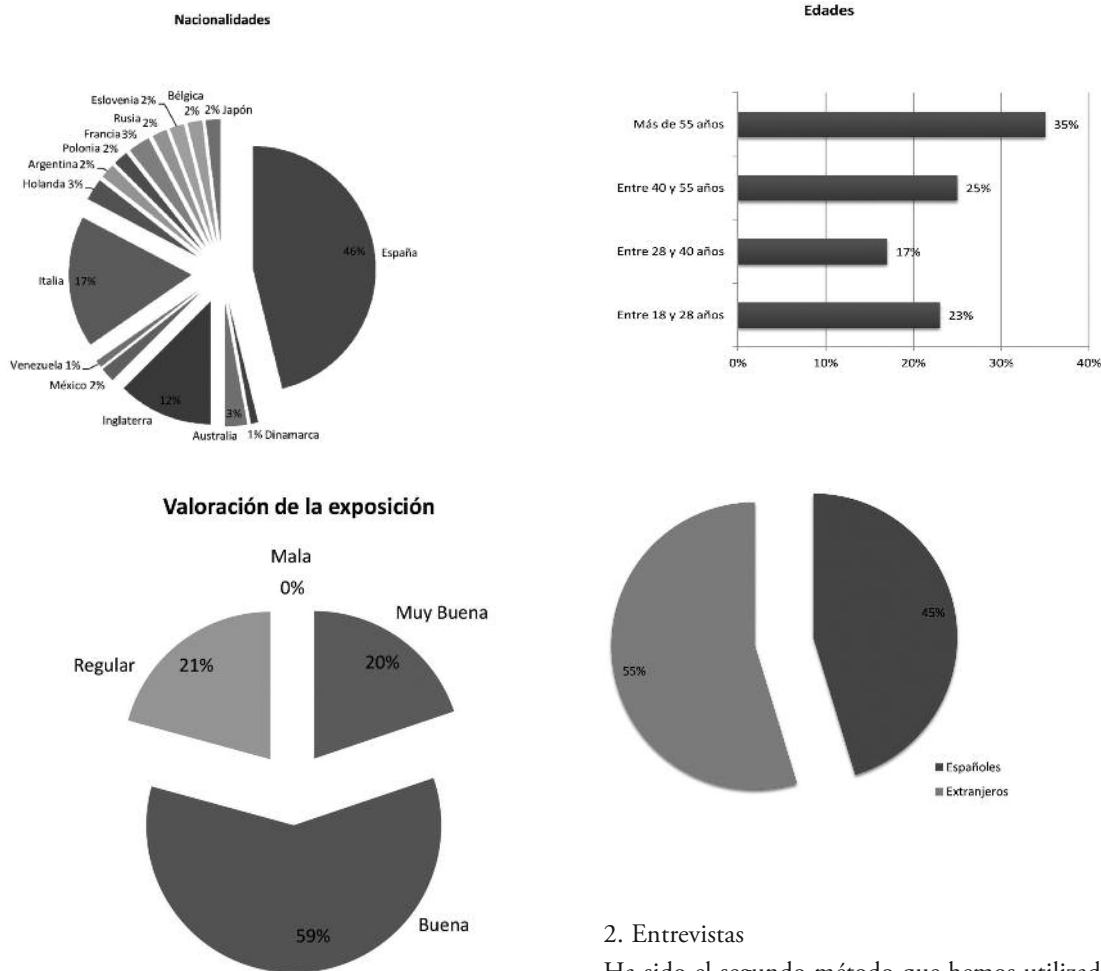
Tiempo de visita



En cuanto al estudio de sexo las estadísticas muestran que está muy equiparado, correspondería un 42% de hombres que visitan la Catedral y un 58% de mujeres.

En cuanto al tiempo medio que suele permanecer el turista dentro de esta sala hemos podido observar que es muy relativo, pero en la mayoría de los casos no suele superar los 10 minutos de visita.

Otro dato que hemos recogido en el estudio, ha sido si la gente iba acompañada o no. En este caso como se observa en la gráfica la mayor parte de público suele ir acompañado/a.



2. Entrevistas

Ha sido el segundo método que hemos utilizado para captar información sobre el tipo de público que visita la Catedral y su museo.

Han sido entrevistas elegidas al azar, con preguntas cerradas, aunque al entrevistador le estaba permitido añadir si así lo consideraba oportuno alguna cuestión de interés personal²².

Un factor que hemos querido estudiar es la edad media del público que visita este museo. Normalmente la edad de la mayor parte de los visitantes de la Catedral suele superar los 55 años, siendo los turistas entre 28 y 40 años los que menos asisten a visitar la Catedral.

Las entrevistas nos han dado a conocer las nacionalidades más frecuentes que suelen visitar la Catedral, y de esta manera poder conocer a su vez el porcentaje de españoles y extranjeros que visitan cada día templo.

Por último, y a través de la entrevista hemos querido conocer la opinión general del público respecto al museo. Generalmente y a pesar del estado en el que se encuentra, las valoraciones suelen ser buenas, aunque gran cantidad de entrevistados suelen añadir opiniones personales que la mayoría de las veces se refieren a la falta de información en las cartelas y a la poca iluminación de la sala.

22. CASTELLANOS PINEDA, Patricia. *Los museos de ciencias y el consumo cultural. Una Mirada desde la Comunicación*. Carrera Edició, Barcelona, 2008. P.p.166-167.

Sugerencias para mejorar las condiciones del museo en torno al público:

A continuación y de manera esquemática enumeramos una serie de posibilidades que podrían hacer que las condiciones del museo en torno al público mejorasen:

- El museo debería asegurarse de tener una especial dedicación a la educación y servicio para públicos variados. Este aspecto es fundamental y más en un museo de tipo religioso, cuya función principal como ya vimos es formar en la fe y en la religión a la civilización.
- El museo debería establecer planes de trabajo especiales para público que tenga necesidades específicas, haciendo por ejemplo las exposiciones, los servicios o la información más accesible a ellos. Puede ser el caso de personas con minusvalía o incluso escolares.
- Debería existir un recorrido mejor señalado para no causar en el público la incerteza de elegir por donde tener que ir.
- Los museos religiosos, conociendo su tipología, deberían elegir tipos específicos de población a los que le gustaría servir más específicamente e implicarlos en los programas propios del museo.
- El museo debería establecer actividades para escolares, familias o adultos y comparar los diferentes tipos de aprendizaje.
- Debería ayudarse de las nuevas tecnologías para mejorar la capacidad de transmisión al público y así hacer más accesible la información.
- Desarrollar cursos universitarios, de postgrado o seminarios y congresos con el fin de mantener el museo como un ente vivo y que el público lo conozca²³.

Fecha de recepción: 24-10-2012

Fecha de aceptación: 11-03-2013

23. EXCELLENCE AND Equity: Education and the Public Dimension of Museums. A report from the American Association of Museums, Washington, 1992, p.p. 15-25. Citado en: VALDÉS SAGÜÉS, María del Carmen. *La difusión cultural en el museo: servicios destinados al gran público*, Editorial Trea, Gijón, 1999. Pp. 136-137.