



LA DIFUSIÓN DE LAS PINTURAS MURALES DE LA PROVINCIA DE JAÉN

JOSÉ MANUEL ALMANSA MORENO
Universidad Pablo de Olavide, Sevilla

RESUMEN:

La pintura mural es uno de los bienes artísticos menos conocidos y, por ello, que más riesgo tiene de desaparecer. En Jaén son muchos los ejemplos murales conservados diseminados por las distintas localidades de la Provincia, si bien no todos ellos gozan de un perfecto estado de conservación. Su cronología abarca desde finales del siglo XV hasta la actualidad, destacando por su calidad las obras renacentistas y protobarrocas, de gran relevancia en el ámbito andaluz. Con este trabajo pretendemos hacer un intento de difusión de las mismas, planteando la elaboración de una serie de rutas que tengan como temática la pintura mural, así como la creación de un centro de interpretación de las mismas. Consideramos que conocer nuestro patrimonio es la clave para evitar su desaparición.

PALABRAS CLAVE: Pintura mural, patrimonio, difusión

ABSTRACT:

The painting mural is one of the known artistic goods less and, for that reason, which more risk must to disappear. In Jaén the examples are many conserved murals scattered by the different localities from the Province, although all of them do not enjoy a perfect state of conservation. Its chronology includes from end of century XV to the present time, emphasizing by its quality Renaissance works and protobarrocas, of great relevance in the scope Andalusian. With this work we try to make an attempt of diffusion of the same ones, raising the elaboration of a series of routes that have like thematic the painting mural, as well as the creation of a center of interpretation of the same ones. We considered that to know our patrimony it is the key to avoid its disappearance.

KEY WORDS: Wall painting, heritage, diffusion

LA DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO

«La difusión no es en sí la información, no son los archivos ni sus documentos, no son las bibliotecas ni sus contenidos. (...) Difusión es **gestión cultural mediadora** entre dicho Patrimonio y la sociedad.

- Gestión, porque implica un proceso que abarca documentar, valorar, interpretar, manipular, producir y divulgar un modelo comprensible y asimilable del Patrimonio en relación con su pasado histórico y su medio presente.
- Cultural, porque se opera con la obra del hombre, tangible e intangible, pasada y presente, que influye en el ciudadano hasta ser parte misma de su historia y por tanto de su identidad.
- Mediadora, porque requiere de una técnica y un soporte material independiente del objeto y ajena al sujeto que la percibe»¹.

La difusión del Patrimonio Histórico está proclamado en la Constitución Española. Así, el Art. 44.1 dice que «los poderes públicos promoverán y tutelarán el acceso a la cultura, a la que todos tienen derecho». Por su parte, en el Art. 46 se proclama que «los poderes públicos garantizarán la conservación y promoverán el enriquecimiento del patrimonio histórico, cultural y artístico de los pueblos de España y de los bienes que lo integran, cualquiera que sea su régimen jurídico y su titularidad. La ley penal sancionará los atentados contra este patrimonio».

La Ley del Patrimonio Histórico Español (25 de junio de 1985) y la Ley del Patrimonio Histórico Andaluz (3 de julio de 1991) responden a este mandato constitucional desarrollando toda una normativa protectora que parte de una visión moderna e integradora del Patrimonio Histórico. Supone un desarrollo legislativo que pretende un Patrimonio cada vez más rico y mejor conservado, puesto al servicio de la sociedad española y andaluza.

La conservación de este Patrimonio Histórico, identificado como un legado cultural e histórico, se debe iniciar con la difusión del mismo.

El Plan General de Bienes Culturales de Andalucía supuso un paso adelante en el desarrollo de la política protectora. La difusión del Patrimonio aparece como uno de los pilares básicos de esa política, junto con la investigación y conservación de los Bienes Culturales. Sin embargo, aún en la actualidad, la Administración no ha prestado la atención necesaria, especialmente desde el punto de vista presupuestario, a la difusión del Patrimonio. «Y ello a pesar de la enorme rentabilidad social y política de las actuaciones en materia de difusión, su “vistosidad” ante la opinión pública, y su escaso coste económico, si las comparamos con la cuantía de las inversiones en materia de conservación»².

Sin duda alguna la mejor garantía para la conservación y protección del Patrimonio Histórico-Artístico es la adecuada difusión de la obra. Sin embargo, la difusión patrimonial es obra de una actividad minoritaria, mal dotada de profesionales y presupuestos económicos. Frecuentemente la difusión del Patrimonio Histórico ha sido realizada por diferentes instituciones escasamente coordinadas entre sí y, la mayoría de las veces, todos los esfuerzos se centran en monumentos muy concretos y conocidos, olvidándose de otros bienes poco conocidos y dispersos que, a la postre, acaban perdiéndose.

Cualquier visitante que acude hoy a la provincia de Jaén para visitar los enclaves renacentista -Úbeda, Baeza, Sabiote, Villacarrillo, Canena, Huelma, Jaén, Alcalá la Real, etc.- sólo se detiene en el aspecto más exterior de ellas: su arquitectura de piedra y su urbanismo de origen medieval. Son muy pocos los que se detienen a analizar su patrimonio pictórico y escultórico (quizás éste se aprecie algo más debido a su masiva presencia en portadas edilicias), desconociéndose la existencia de ejemplos pictóricos en estas ciudades. Esto conlleva que estos bienes no sean explotados turísticamente y, lo que es peor, desaparezcan. Y esto es lógico que ocurra: si un objeto se desconoce, no se puede gestionar. Si nosotros mismos no sabemos lo que tenemos, ¿cómo podemos protegerlo y mostrarlo al público?

La difusión es un factor determinante para la gestión de un bien, para algunos mucho más importante que otras acciones relacionadas como son la investigación, la conservación, la restauración o la exposición. Tal y como nos define Juan Luis Ravé, la difusión debe ser entendida como «el conjunto de acciones encaminadas a dar a conocer el patrimonio y poner los medios y los instrumentos para que sea apreciado, valorado y disfrutado por el mayor número de personas»³. Entendido de este modo, la difusión del Patrimonio es clave para la política tutelar, en el sentido que garantiza su continuidad y la demanda de una mayor atención por parte de la sociedad.

La interpretación se puede entender de varias maneras. Se podría definir como un proceso en el que el objetivo fundamental es el contacto directo con el Patrimonio y la necesidad de un cambio de actitudes y de valores en la nueva relación a establecer entre el Bien de Interés Cultural y el público.

Interpretar no es una tarea fácil, destacándose como problemática el carácter fragmentario y disperso de la mayor parte de los elementos que componen dicho Patrimonio. Este carácter fragmentario viene determinado por el cambio de uso, por el deterioro que produce el paso del tiempo o por el método científico empleado en su recuperación, en su conservación o en su exposición.

«Las medidas tomadas para su protección, la musealización en unos casos, incluso el mismo acto jurídico de la declaración, al ponerlo en valor, lo mutila en cierta manera al separarlo de un conjunto más rico, la Cultura. Por otra parte es evidente la incapacidad de estos fragmentos, ya sean objetos, edificios, instrumentos o cualquier elemento de la cultura material e inmaterial de una sociedad, de comunicar por sí solos la riqueza cultural en medio de la cual fueron creados»⁴.

Al analizar el contenido ideológico de cualquier construcción -especialmente aquella que suponga una imagen de poder o la plasmación del sentimiento popular-, no habremos de limitarnos sólo a la parte arquitectónica, sino también a la decorativa. Y lo mismo ocurre en el caso inverso: no podemos entender una pintura o decoración mural sin tener en cuenta el marco en el cual fue construido. Así, cuando las pinturas de un determinado edificio son trasladadas y musealizadas, se produce la descontextualización de las mismas obras (ejemplo, por todos conocidos, sería el de las pinturas románicas del valle leridano del Boí, trasladadas al Museu Nacional d'Art de Catalunya).

Cuando nos hallamos ante una construcción que antaño tuvo pinturas murales (perdidas por diversas causas históricas), se hace necesaria la interpretación para complementar ese carácter fragmentario. Esa interpretación se deberá hacer a partir de unos documentos sometidos a un criterio de selección y a unos mecanismos de control científico, usando la metodología histórica; esa es la única manera de garantizar el buen uso del B.I.C.

Una vez definidos los contenidos, la comunicación se puede realizar a través de infinitos medios, valorando siempre cuales son los más eficaces y los menos dañinos para la conservación del Bien Cultural. Debemos exigir que la interpretación se someta a un método crítico y que sea lo suficientemente parcial como para poner el bien al servicio de toda la Comunidad.

Para entender una pintura mural hace falta, en primer lugar, entender el edificio que las contiene; esto supone, a su vez, entender la trama urbana que lo rodea. La primera dificultad radica en el propio lenguaje arquitectónico, en el carácter abstracto de algunos de los elementos que lo componen: el espacio, la función, los sistemas de sustentación y cubrición y, sobre todo, su **decoración y simbología**. Es complicado comunicar el alto contenido ideológico que cualquier construcción, ya sea como imagen de poder, formalización de las necesidades objetivas o sentidas por la colectividad. Esta relación efectiva entre los edificios, su iconografía e ideología son aún más problemáticas cuando los monumentos han sido despojados de sus bienes muebles y de su decoración como consecuencia de su cambio de uso histórico.

Existen unas dificultades añadidas cuando es necesario comunicar los valores pictóricos-decorativos que convierten a esa construcción en algo singular:

- Sus aspectos compositivos: luz, color, perspectiva, volumen, etc.
- Su interés tipológico, ya sea por lo atípico o lo paradigmático de las pinturas.
- Su interés en relación con la vanguardia o con la tradición pictórica.
- Su valor como producción de élite o por su carácter popular.

La difusión deberá potenciar el descubrimiento de la riqueza histórica y artística, así como los valores ambientales, haciéndolos compatibles con el mantenimiento de un tipo de sociedad y una forma de vida.

Según el Plan General de Bienes Culturales de Andalucía⁵, los objetivos básicos de la difusión, entendida como la finalidad última de todo el proceso de tutela, son los siguientes:

- 1.- Difundir y valorar el Patrimonio Histórico como instrumento de identificación de la sociedad andaluza con su propia cultura. La consideración del Patrimonio Histórico como señas de identidad de una colectividad es el medio más eficaz para su protección y defensa.
- 2.- Convertir la difusión del Patrimonio en una tarea prioritaria que acerque los bienes culturales y los haga accesibles a las capas más amplias de la sociedad andaluza.
- 3.- Desarrollar y valorar actitudes de respeto y aprecio a la creación artística.
- 4.- Fomentar la tolerancia hacia otras culturas históricas o actuales, incidiendo en la necesidad de su conservación y defensa.
- 5.- Dar a conocer la oferta de la Consejería en el plano de la tutela de los bienes culturales, tanto en la propia Comunidad Andaluza, como en el resto del territorio nacional y en la comunidad internacional.

- 6.- Crear una estructura orgánica que contemple, al menos, los siguientes aspectos del programa:
- Un departamento de coordinación integrado en la Dirección General de Bienes Culturales.
 - Gabinetes Pedagógicos de Bienes Culturales en las Delegaciones Provinciales.
 - Departamentos de difusión en las instituciones del Patrimonio Histórico como archivos, museos, conjuntos arqueológicos y monumentales.
- 7.- Lograr una coordinación y planificación en las actuaciones de la Consejería de Cultura en materia de divulgación del Patrimonio Histórico, tanto en lo que se refiere a actividades programadas como las generadas por otros organismos.

A pesar de los vaivenes de la política, así como del diferente peso específico de muchas actuaciones en el campo de la difusión, se pueden observar diferentes líneas básicas que inciden en la valoración del Patrimonio por parte de la sociedad:

1.- Necesidad de segmentar la difusión: es necesario tener un conocimiento del público al que va dirigida la difusión. Es necesario el tratamiento específico de los diferentes públicos que engloban la sociedad, especialmente aquellos que tienen más posibilidades de ser sus principales usuarios (ámbito educativo) o aquellos a los que se les supone mayor responsabilidad en el campo patrimonial (ayuntamientos y otros organismos), sin olvidarnos del público en general.

2.- Difusión e identificación: es necesario la realización de un sistema de señalización de los Bienes de Interés Cultural. Con ello se debe orientar a los viajeros, identificar y dar datos básicos sobre el B.I.C. en cuestión, señalar las intervenciones realizadas en él, etc.

3.- Difusión e intervención: cualquier intervención en parte del Patrimonio (ya sea excavación, restauración, rehabilitación...) debe conllevar una actuación de difusión. Ésta se debe realizar en tres momentos distintos:

- Antes de la intervención, para justificar su necesidad.
- Durante la intervención, para explicar los retrasos y molestias que están originando al usuario.
- Después de la intervención, para comunicar los resultados y justificar la inversión.

4.- Difusión y edición: relacionado con lo anterior estaría la coordinación de la labor editorial de todas las publicaciones relacionadas con el Patrimonio, en todos sus soportes (catálogos, inventarios, guías, materiales didácticos, dípticos, etc.). La distribución de estos productos estaría en las tiendas abiertas en los Museos o cercanos a los Conjuntos y Bienes de Interés Cultural más visitados.

Igualmente entraría aquí el diseño de una amplia gama de bienes de consumo, con la cual cubrir la demanda de recuerdos, objetos de diseño, publicaciones, etc.

5.- Difusión como respuesta a la demanda ciudadana: compatibilizar las necesidades de nuestro Patrimonio con las cuestiones e interrogantes de los ciudadanos supone que la difusión esté alcanzando un lugar prioritario en la tutela de los Bienes Culturales.

Como complemento de esto, se impone promover los mecanismos necesarios para que los agentes sociales, asociaciones y colectivos ciudadanos puedan recibir información y apoyos con los que puedan iniciar procesos de puesta en valor, tutela e incluso restauración de su patrimonio local.

6.- Difusión y gestión: es necesario conocer la opinión de los ciudadanos, diseñando nuevas formas de actuación a partir de sus demandas. «El Patrimonio es un recurso que puede y deber ser considerado como factor de desarrollo sostenido y en este doble sentido de recurso y servicio se debe entender la difusión como gestión cultural. Con las consecuencias funcionales y administrativas que de ello se deriven»⁶.

7.- Difusión y comunicación: la difusión del Patrimonio Histórico, en su aspecto mecánico, formal y externo, es una forma de comunicación. Sin embargo, su comunicación se efectúa en unas condiciones muy complejas y con dificultades estructurales debido a sus propias características: es un bien escaso, valioso, con necesidades de protección, y dificultades intrínsecas de movilidad, transacción e intercambio.

CREACIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA: “LA PINTURA MURAL EN EL RENACIMIENTO”

La creación de una ruta en sí es tarea ardua, especialmente en el caso de que esa ruta conecte diversos puntos de la geografía que estén muy separados entre sí o que, a pesar de estar a cercana distancia, estén mal comunicados por carretera. Sin embargo, está comprobada la existencia de una serie de rutas en nuestra geografía que han salido muy beneficiadas por el turismo. Véase el caso de la *Ruta Bética*, la *Ruta del Legado Andaluz*, la *Ruta de los Nazaríes*, la *Ruta de Washington Irving*, etc. Como podemos observar, son rutas que engloban poblaciones de más de una provincia andaluza, e incluso algunas integran prácticamente toda Andalucía... Sin embargo, también existen rutas de menor tamaño que engloban sólo a una provincia, como es el caso, por ejemplo de la *Ruta del Barroco Cordobés*.

Otra ruta de reciente creación que engloba a una sola provincia es la *Ruta del Renacimiento "Andrés de Vandelvira"*. Ésta es el resultado del esfuerzo de los Ayuntamientos de Úbeda, Baeza, Canena, Sabiote y Villacarrillo que con la colaboración financiera de la Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Turismo y Deportes y de la Diputación Provincial de Jaén. La puesta en marcha de esta ruta tiene como objetivo primordial la renovación urbana y la revalorización del patrimonio de estos cinco municipios.

Jerónimo Páez⁷, a la hora de desarrollar la ruta de *El Legado Andalusí*, habla de la necesidad de que existan dos factores claves para la creación de una ruta:

- especificidad geográfica
- especificidad histórica

Estos factores, aplicados a la creación de nuestra ruta, serían el Reino de Jaén y comarcas alrededores, enmarcadas en la cultura humanista del siglo XVI.

Nuestra idea a la hora de elaborar esta ruta de las pinturas murales del Renacimiento es abarcar, en principio, solamente la provincia de Jaén, si bien no se descarta la ampliación al resto de provincias andaluzas (e incluso castellanas⁸). De ahí su nombre abierto, no localista, que facilite la adhesión de otros municipios que conserven ejemplos pictóricos de este periodo histórico.

La ruta de "Las pinturas murales del Renacimiento" se puede considerar como:

1.- Proyecto Turístico-Cultural: que arrancando desde el Reino de Jaén, se bifurca a la Andalucía Oriental (Granada, Málaga y Almería) y a la Andalucía Occidental (Córdoba, Sevilla, Huelva y Cádiz), con algunos enlaces en Castilla, y con su posterior proyección a Nueva España. Habría que diseñar una serie de rutas que señalaran los distintos pueblos que la integraran, señalizándolos, editando guías culturales y turísticos, descripción de las pinturas y edificios que las contienen, etc. Son rutas que tienen una importante vocación de turismo rural. En la actualidad su difusión se lleva a cabo mediante acuerdos con los ayuntamientos, organización de viajes escolares y de personas de la Tercera Edad, etc.

2.- Iniciativa Cultural y Política: por la cual pretendemos integrar y apropiarnos de nuestro propio pasado. Pretendemos aunar la tradición pictórica andaluza, como una serie de escuelas pictóricas unidas entre sí y no aisladas. La unión de las distintas manifestaciones pictóricas, expresada en unos determinados modelos artísticos, que serán los que tendrá su proyección en la América colonial. Es éste un proyecto compartido que traspasa las fronteras y que mira hacia el otro lado del Atlántico. Con ello se pretende buscar nuevos puntos de hermanamiento y afianzamiento de las relaciones entre los pueblos andaluces y latinoamericanos.

Aunque en un primer momento pueda considerarse como un sueño utópico, quizás en un futuro a largo plazo no sea un disparate la posibilidad de desarrollar estos tres grandes Itinerarios Culturales:

1.- Itinerario de las Pinturas Murales del Medioevo: donde se englobarían los magníficos ejemplos de pinturas mudéjares conservados en Andalucía, fechados entre los siglos XIII y XV. Se trataría de describir y difundir estas pinturas, poco investigadas y en riesgo de perderse debido a su desconocimiento.

2.- Itinerario de las Pinturas Murales del Renacimiento: aplicado a la totalidad de Andalucía y a las colonias de Nueva España, con ejemplos pictóricos entre los siglos XV y XVII. Con este itinerario se pretendería mostrar la difusión de los modelos italianos en Andalucía, la formación de un estilo renacentista propiamente andaluz, y la difusión hacia América.

3.- Itinerario de las Pinturas Murales del Barroco: que englobaría a pueblos a ambos lados del Atlántico, entre los siglos XVII y XVIII, pretendería mostrar las diferencias que se producen en un mismo estilo en función de las diversas necesidades y modelos difundidos a uno y otro lado del Océano.

Sin embargo, nuestro proyecto inicial es mucho más modesto, intentando crear una ruta pictórica que enlace las principales manifestaciones pictóricas del Reino de Jaén. El centro de esa ruta se iniciaría en Úbeda, ciudad que preside la céntrica región de la Loma. Se podría haber optado por iniciar esta ruta en otras ciudades de la Provincia, como la misma capital, o la cercana Baeza (que comparte con Úbeda el nombramiento de Ciudad Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO). Finalmente hemos optado por Úbeda por varios motivos:

- **Razones cuantitativas:** por el hecho de que Úbeda conserve bastantes más ejemplos pictóricos renacentistas de todo el Santo Reino, lo que facilitaría la creación de una ruta menor dentro de la propia Ciudad, visitando varios edificios con pinturas: Hospital de Santiago, Iglesia de San Pablo, Palacio Vázquez de Molina, etc.

- **Razones de calidad:** si bien es cierto que tenemos ejemplos de pinturas medievales en Baeza, Torredonjimeno o Jaén (de calidad y originales en el panorama andaluz), hemos de tener en cuenta el hecho histórico de que fue en Úbeda donde vinieron los pintores Aquiles y Mayner para pintar las casas de Francisco de los Cobos, siendo el núcleo primigenio de difusión de la pintura renacentista.

- **Razones expositivas:** si bien muchas de las ciudades que estarían dentro de la ruta podrían habilitar zonas de exposición de excelente calidad, sin duda alguna la mejor presentación de esta ruta pictórica sería en una sala histórica que presentase decoración pictórica, pudiendo optar entre varias de las existentes en Úbeda. Obviamente no podríamos elegir un lugar de exposición que estuviese ligado con el culto, con lo cual descartaríamos la creación de ese centro en un templo. Tendríamos que optar bien por algún templo en donde no se celebre culto u otro edificio con un carácter público como sería el Palacio Vázquez de Molina o el Hospital de Santiago.

- **Razones turísticas:** el reciente nombramiento de las ciudades de Úbeda y Baeza (3 de julio de 2003) como Ciudades Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, a la que antes me he referido, ha supuesto un fuerte espaldarazo al turismo en ambas localidades. De hecho, los últimos estudios demuestran que este factor es el causante del aumento en un 25% del total de visitantes desde su nombramiento.

Una vez vistas estas razones, hemos optado por utilizar la antigua sala capitular del Palacio Vázquez de Molina, en la que actualmente se ubican las oficinas de la Escuela-Taller de Úbeda, como sede del centro de recepción de visitantes. Con ello cumplimos un doble objetivo: tenemos una sede adecuada, perfectamente integrada en la ruta (debido a la existencia de pinturas murales) y revitalizaríamos este espacio, que por su decoración no merece ser lugar de oficinas.

Aparte de las razones antes mencionadas hemos de tener en cuenta otro factor como es la reciente creación del Centro Municipal de Interpretación Turística (CMIT), ubicado en los sótanos del Palacio. En este centro se exponen las siguientes áreas temáticas:

- La cultura del Renacimiento.
- Francisco de los Cobos, mecenas de las artes.
- La Plaza Vázquez de Molina.
- Las artes del fuego: cerámica y forja.

Si a estas temáticas unimos la de "La pintura mural en el Renacimiento", se lograría dar una visión bastante global del Renacimiento en Jaén.

EL CENTRO DE VISITANTES

La crisis de las teorías museológicas tradicionales ha facilitado la aparición de las experiencias de renovación y nuevas formas de gestión y dinamización del patrimonio. En este contexto se sitúa el desarrollo de la interpretación, entendida como método para ofrecer lecturas y opciones para un uso activo del patrimonio, haciendo servir para ello toda clase de recursos de presentación y animación.

La interpretación parte de unos testimonios culturales y/o naturales que se han desarrollado en un lugar concreto, e intenta conseguir la dinamización del patrimonio en su contexto original. Por ello persigue la recuperación 'in situ' y la máxima contextualización posible de los recursos patrimoniales, rechazando la idea del objeto como valor en sí mismo, al margen de su función y su entorno.

«La interpretación persigue la conversión del patrimonio en un producto, si bien hay que dejar claro que el "producto", en términos comerciales, no es el propio patrimonio, sino las experiencias y servicios creados en torno suyo. En este sentido, la interpretación nos sirve como método para desarrollar productos y servicios, a partir del patrimonio, pero basados en la propia conservación del patrimonio»⁹.

Los centros de interpretación son equipamientos que acogen un conjunto de servicios destinados a la presentación, comunicación y explotación de un patrimonio. En ellos confluyen distintos medios destinados a la comunicación del patrimonio: exposición, montajes audiovisuales, visitas guiadas, etc. y suelen desarrollarse a partir de la dinamización 'in situ' de unos recursos naturales, un yacimiento arqueológico, un monumento, un conjunto urbano, un sitio, etc.

Tal y como nos comenta Jorge Morales¹⁰, el concepto "centro de visitantes" es relativamente nuevo: proviene de la evolución de los antiguos museos de los parques norteamericanos. Con el tiempo el centro de visitantes ha ido derivando de las figuras de centro de información y centro de interpretación. En la actuali-

dad se tiende a identificar “centro de interpretación” con “centro de visitantes”, lo cual ha desvirtuado el significado de la interpretación del patrimonio.

«Muchos de los erróneamente llamados “centros de interpretación” se limitan sólo a informar, a entregar una visión en compartimentos estancos, y a veces el despliegue de tecnología y materiales es tal que llegan incluso a enmascarar el mensaje pretendido»¹¹.

La fuerte tendencia a construir centros de visitantes -especialmente en EEUU, Canadá, Reino Unido y España-, ha distorsionado el concepto mismo de la interpretación. Muchos de estos centros fueron construidos para resolver los problemas que ocasionaba el impacto de visitantes en ciertos lugares, concentrando gran número de personas en un punto que, en teoría, estaba bajo control de uso y manejo. Sin embargo, la figura del centro de visitantes es un polo de atracción tal que, en muchos casos, su infraestructura ha sido incapaz de soportar la demanda, creando más problemas de los que tenía previsto solucionar.

La alternativa para corregir este fallo consistía en “descentralizar” el centro mediante el diseño de itinerarios guiados en los alrededores del área en cuestión, o potenciar la dispersión del público mediante la oferta de itinerarios autoguiados.

De los centros de visitantes se espera que proporcionen algo más que una orientación e interpretación inicial. Son diseñados para estimular a los visitantes a recorrer el lugar, presentar una síntesis comprensible de sus valores, facilitar un entendimiento y brindar una información que dé profundidad y amplitud a toda la visita. «En definitiva, una de las principales funciones del centro de visitantes es acoger al público como si fuese un invitado: le da la bienvenida, le satisface algunas necesidades básicas y le invita a conocer la casa (la casa es toda el área)»¹².

El centro de recepción debe ser un edificio que esté perfectamente integrado dentro de la trama urbana de la ciudad, siguiendo las formas de la arquitectura tradicional del lugar. Lo más importante que debe presentar es un equipamiento moderno, es decir, que sea eficaz, funcional, sorprendente por su contenido... y, lo que es más importante, que sea humano (adaptado para los discapacitados: con rampas, espacios adecuados, W.C., etc.).

Como comentamos anteriormente, el lugar elegido es el Palacio de las Cadenas, ubicado en la Plaza de Vázquez de Molina, en Úbeda.

Las zonas de este centro de recepción son las siguientes:

- **Vestíbulo:** lo que fuera zaguán y apeadero del Palacio, reconvertido posteriormente en la iglesia del convento dominico. Este espacio está diseñado para satisfacer una serie de necesidades básicas para el visitante, como son el descanso, el refugio ante las inclemencias del tiempo, etc.

En el vestíbulo debe existir una mesa de información, debidamente atendida por personal cualificado¹³, con un teléfono de uso interno. Además debe tener asientos para los visitantes, percheros o casilleros, paneles informativos...



Palacio Vázquez de Molina, Úbeda (Jaén)

- **Servicios higiénicos:** ubicados en uno de los ángulos del patio, junto a la puerta trasera. Deben estar separado por sexos, y adaptados para discapacitados en sillas de ruedas (al menos uno).

- **Salón auditorio:** ubicado en los bajos del Palacio, en la zona donde hasta hace poco tiempo se ubicaba el Museo de Alfarería. Únicamente se reservaría un pequeño espacio de los bajos, ya que el resto del espacio funciona como lugar de exposición para el CMIT.

Este salón-auditorio deberá tener capacidad suficiente como para alojar grupos numerosos de visitantes. Presentará un pequeño escenario algo más elevado del suelo, y estará dotado con una cabina de

proyección para audiovisuales. Asimismo deberá estar equipado para megafonía, iluminación especial al escenario, insonorización, ausencia de ventanas, salidas de emergencia, etc.

- **Sala de exhibiciones:** uno de los componentes básicos del centro, «pues en él se entrega la interpretación al público general, interpretación que será de “segunda mano” e invitará a conocer el lugar y sus rasgos sobresalientes (afuera, in situ, de “primera mano”)¹⁴».

Hemos optado por utilizar lo que fuera la Sala Capitular del convento, junto a la escalera, que se haya decorada con pinturas¹⁵. En la zona central de este espacio se instalará un muro central, a modo de *spina*, en la que se ubicarían una serie de paneles que ilustren la pintura mural de la Provincia de Jaén. Hemos optado por este método para evitar ocultar las pinturas, con el fin de que el visitante pueda ver la obra original conforme va asimilando la información ofrecida en los paneles.

En estos paneles dos simpáticos personajes -inspirados en el arte renacentista-, serían los encargados de explicar al visitante la función de la pintura mural, las técnicas, iconografía, artistas, etc. Posteriormente se podrán emplear estos personajes para crear diversos objetos de recuerdo de la visita: peluches, llaveros, etc., sirviendo igualmente para ilustrar folletos u otro material didáctico¹⁶.

Un aspecto importante a tener en cuenta es la iluminación de la sala y su efecto en la exhibición. Hemos de tener en cuenta que esta sala muestra los rasgos propios de la pintura mural jiennense y, en sí misma, es la obra de arte.

- **Zona de usos administrativos:** el Palacio Vázquez de Molina es la sede del Ayuntamiento y del Archivo Histórico-Municipal. Por esta razón ya estaría solventado la disposición de espacios administrativos, almacenes, sala de primeros auxilios, etc.

- **Cafetería y lugar para venta de recuerdos:** por estética e imagen no es conveniente que estén ubicados en el mismo edificio. Por ello optamos por instalaciones preexistentes en la trasera Plaza del Ayuntamiento: la cafetería del cercano Hotel “María de Molina” y los locales de las empresas turísticas “Atlante”, “Andrés de Vandelvira” y “Artificis”.

- **Estacionamiento:** aunque no es parte del edificio, si entra dentro del equipamiento del centro de visitantes. Zonas para aparcar serían el cercano barrio del Alcázar, lugar donde existe un parking gratuito.

El uso público de espacios con valor patrimonial no está reñido con la conservación, e incluso ayuda a ésta al darle sentido mediante la incorporación del concepto de «aprovechamiento sostenido», tal y como lo define Jorge Miranda¹⁷.



Este autor define el *uso público* como un área de la gestión que trata de todos los temas relacionados con el uso que hacen los visitantes de un lugar con valor patrimonial, garantizando la integridad del bien patrimonial. El uso público se puede entender como un conjunto de funciones que ocurren en el proceso de la visita, proceso a través del cual se establece el contacto entre los visitantes y el lugar visitable, desde que toman la decisión de visitarlo hasta que lo abandonan y llegan a sus hogares.

El concepto de recepción está ligado a la idea de servicio, es decir, a la calidad y forma de atender a los visitantes, teniendo en cuenta quienes son y de donde vienen. El proceso de la visita es el siguiente:

- **Anticipación:** el momento en que los visitantes, estando en sus hogares, deciden visitar un determinado lugar.

- **Viaje de ida:** el lugar puede ser el final del viaje o una fase intermedia de un viaje más largo; la distancia es un factor clave que determina el tipo de público.

- **Estancia en el lugar:** aquí pueden o no satisfacer las necesidades creadas en un primer momento. En esta fase hay que tener en cuenta dos elementos negativos que conviene evitar: el estrés (demasiadas ofertas y actividades) como el aburrimiento (pocas ofertas y monotonía).

- **Viaje de regreso:** si el lugar del destino es el punto final del viaje, se pasa directamente al siguiente punto.

- **Fase de recuerdo post-visita:** en esta fase es cuando se obtienen los recuerdos, materiales o inmateriales, que confirma tu estancia en determinado lugar.

Ante todo hay que tener en cuenta que el uso público es un servicio, por lo cual deberemos de intentar que la experiencia del público sea lo más grata posible, y que se produzca una recepción humana, profesional y de calidad. Los objetivos a alcanzar con una buena gestión del uso público serían los siguientes:

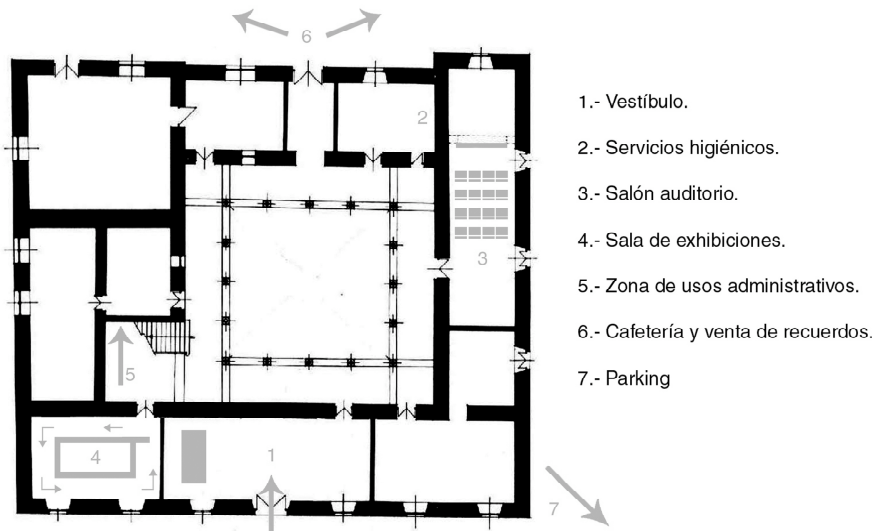
- **Para el visitante:**
 - **Satisfacción de sus necesidades.** Dar la bienvenida, orientación, información, favorecer la autonomía y la autoconfianza en el visitante.
 - **Para el recurso: uso adecuado del lugar.** Promover el respeto y el aprecio por aquellos rasgos visitados, evitar congestiones en zonas frágiles, explicar políticas de gestión.
 - **De servicio: actuaciones adecuadas al visitante y al lugar.** Proporcionar unos mensajes de óptima calidad y unos equipamientos racionales y efectivos.

Para garantizar la buena gestión de los servicios de uso público en espacios con valor patrimonial hay que tener en cuenta varios factores que, en opinión de Jorge Morales¹⁸, son los siguientes:

- **Capacidad administrativa:** las instituciones tienen que tener en cuenta el valor de las tareas necesarias para presentar el patrimonio al público, reconociendo y asumiendo disciplinas especializadas para ello (la pedagogía y la interpretación, entre otras). Debe haber la posibilidad de crear y mantener Unidades de Uso Público o Servicios Pedagógicos y de Interpretación, y la dotación presupuestaria para un mantenimiento adecuado de esos servicios.
- **Personal cualificado:** se debe contar con expertos en información, en recreación, en interpretación y en pedagogía. Se debería promover la formación específica de profesionales y el reciclaje de técnicos en otras profesiones.
- **Planificación:** planes de uso pedagógico, planes de información y planes de interpretación sobre la base de una planificación global previa y la zonificación de los espacios con valor patrimonial.

En cuanto al tipo de público que nos encontraremos éste será heterogéneo, de distintas edades, procedencias, intereses, formación, etc. Lo único que tienen en común estas personas es que están en su tiempo de ocio y que, por ello, no desean actividades educativas o algo que les recuerde al colegio; posiblemente tampoco busquen interpretación y en la mayoría de las veces no son conscientes de que necesitan información y orientación.

La interpretación es la función de uso público que contribuye a que la gente satisfaga sus expectativas, además de satisfacer otras necesidades que todo público trae siempre consigo (como las de conocer y comprender). La interpretación debiera ser concebida como un servicio público: la culminación de la puesta en valor de unos rasgos del patrimonio histórico-artístico, para su uso y disfrute por todo tipo de personas que se encuentren en su tiempo de ocio visitando un determinado lugar.



Antigua Sala Capitular (actual sede Escuela-Taller de Úbeda).
 Futura Sala de Exhibiciones del Centro de visitantes.

Gracias a los servicios interpretativos se puede mejorar el estado de conservación de un determinado patrimonio. Ello se logra gracias al mensaje interpretativo, que Morales define como «el tratamiento de los contenidos para ser presentados al público»¹⁹. Es aquel lenguaje que busca el mensaje apropiado para una determinada audiencia, buscando revelar una verdad oculta sobre el patrimonio, sólo conocida por técnicos, investigadores y especialistas en la materia.

Junto con la interpretación hay otras funciones que se deben poner a disposición del público en diferentes momentos del proceso de la visita. Estas funciones son la divulgación, la información/orientación y la recreación.

- **La divulgación:** puede dar a conocer la existencia de los valores de un sitio y puede influir en la decisión de ir a visitarlo, entrando dentro de la fase de “anticipación”.

- **La información / orientación:** es necesaria en varias fases de la visita, desde el momento de los preparativos del viaje, el viaje en sí y la estancia en el lugar, ya que contribuirá a solventar cuestiones organizativas del viaje (alojamiento, carreteras, distancias, horarios, etc.). La información influirá en las expectativas de los visitantes si anticipan una visión realista de los valores del lugar.

- **La recreación:** se resuelve con adecuaciones destinadas al descanso y a actividades deportivas, así como con infraestructuras para la simple contemplación de los valores de un sitio: miradores, senderos, asientos, zonas de juego, etc.

NOTAS

¹ MARTIN GUGLIELMINO, M. «Reflexiones en torno a la difusión del Patrimonio Histórico». *Difusión del Patrimonio Histórico*. Cuaderno nº VII del IAPH. Sevilla: Junta de Andalucía, p. 15.

² CASTELLÓN SERRANO, F. / MARTÍNEZ MADRID, R. / PÉREZ SÁNCHEZ, M. T. / RUIZ GARCÍA, A. «Los Gabinetes Pedagógicos de Bellas Artes y la difusión del Patrimonio Histórico». *Difusión del Patrimonio Histórico*. Cuaderno nº VII del IAPH. Sevilla: Junta de Andalucía, p. 119.

³ RAVÉ PRIETO, J. L. «Difusión del Patrimonio Histórico en Andalucía». *Difusión del Patrimonio Histórico*. Cuaderno nº VII del IAPH. Sevilla: Junta de Andalucía, p. 99.

⁴ *Ibidem*, p. 101.

⁵ *Plan General de Bienes Culturales*. Sevilla. Consejería de Cultura, 2000. pp. 56-59.

⁶ RAVÉ PRIETO, J. L. Op. Cit., p. 109.

⁷ PÁEZ LÓPEZ, J. «Las rutas culturales como creación cultural: el ejemplo de “El Legado Andalusi”». [En] VV.AA. *Turismo cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza*. Valladolid: Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2000, pp. 247-258.

⁸ Era frecuente que muchos pintores de Jaén traspasaran sus fronteras y trabajaran en provincias cercanas como fueron Granada o Córdoba, ejerciéndose desde allí un trasvase pictórico a otras provincias como Sevilla, Málaga, Ciudad Real, etc. Asimismo también era frecuente la presencia de artistas extranjeros, especialmente italianos, en nuestras tierras que ejercieron un especial influjo en otros pintores autóctonos.

⁹ PADRÓ WERNER, J. «La interpretación: un método dinámico para promover el uso social del patrimonio cultural y natural». *Difusión del Patrimonio Histórico*. Cuaderno nº VII del IAPH. Sevilla, Junta de Andalucía, p. 10.

¹⁰ MORALES MIRANDA, J. *Guía para la interpretación del Patrimonio*, Sevilla. Consejería de Cultura. 1998, p. 259.

¹¹ *Ibidem*, pp. 259-260.

¹² *Ibid*, p. 263.

¹³ El personal debe ser adecuado y suficiente como para *atender al público* en sus necesidades básicas, no para guiarlo en las exhibiciones.

¹⁴ MORALES MIRANDA, J. *Guía...*, p. 266

¹⁵ ALMANSA MORENO, José Manuel. «Las pinturas murales del Palacio Vázquez de Molina de Úbeda». *Boletín del Instituto de Estudios Giennenses*, n. 186, julio-diciembre 2003.

¹⁶ Agradecemos a la diseñadora Ana Rodríguez Macías por el diseño de estos dos simpáticos personajes: Caris y Atlas, inspirados en las cariátides y atlantes del Palacio Vázquez de Molina de Ubeda.

¹⁷ MORALES MIRANDA, J. «El contexto y utilidad de la interpretación del Patrimonio». *III, IV y V Jornadas Andaluzas de Difusión*. Sevilla, Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, 2002, pp. 71-79.

¹⁸ *Ibidem*, p. 73.

¹⁹ *Ibid.*, p. 75.