



Facultad de Geografía e Historia

**LA FALTA DE COMUNICACIÓN ENTRE EL MUSEO Y EL PÚBLICO;
CONFLICTOS ENCONTRADOS EN EL MUSEO ARQUEOLÓGICO DE
SEVILLA**

Trabajo Fin de Grado
Grado en Historia del Arte
2018/19

Alejandro Reyes Carmona
Tutor: Jorge Ramón Corzo Sánchez

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Justificación	2
1.2 Objetivos.....	2
1.3 Metodología.....	2
1.4 Resumen	2
2. DIMENSIÓN TEÓRICA DE UN MUSEO	3
2.1 Origen y evolución	4
2.2 Definición del museo actual	14
3. LA IMPORTANCIA ENTRE LA COMUNICACIÓN Y EL MUSEO	16
3.1 Departamentos relacionados con la comunicación y educación en Andalucía	19
4. MUSEO ARQUEOLÓGICO DE SEVILLA	22
4.1 Historia Museo Arqueológico	23
4.2 La colección y su disposición.....	26
5. NUEVAS POSIBILIDADES MUSEOLÓGICAS Y MUSEOGRÁFICAS	34
5.1 Estudio del público	39
5.3 Estrategias y recursos visuales	48
5.4 Señalética.....	57
6. RECURSOS TECNOLÓGICOS	61
7. CONCLUSIÓN	64
8. BIBLIOGRAFÍA	66

1. INTRODUCCIÓN

Los tiempos modernos han penetrado en la cultura social de forma inevitable, con lo que es necesario la adaptación de diferentes recursos que han estado en la cultura humana desde hace siglos, uno de estos recursos es el arte y por consiguiente el espacio donde se alberga; el museo. El siglo XX viene marcado por cambios de importancia en los planteamientos culturales estableciéndose un movimiento radical en el clímax artístico. Las nuevas necesidades se abren paso en la cultura museística que a veces se adapta al pensamiento actual, pero otras veces desgraciadamente sigue anclada en las antípodas de los espacios destinados al disfrute del arte. Estas nuevas necesidades del público en los museos van en el sentido del propio contexto social, aparece un nuevo visitante y hay que adaptarse a los nuevos tiempos donde la comunicación entre el museo y el público es crucial para el devenir de una estancia positiva en este entorno.

En la contemporaneidad, la relación entre el museo y el público se ha convertido en necesaria apareciendo así “nuevos” conceptos para establecer en los “viejos” museos. Ante este nuevo paradigma social, el diálogo entre el visitante y el museo se ha convertido en un elemento esencial para las organizaciones y los gabinetes de comunicación que se han ido estableciendo en diferentes sectores de la cultura; los museos no podían quedarse atrás, conscientes de unas necesidades considerables en la sociedad actual para con el discurso y el público. Por ello, en los museos españoles empezaron a surgir departamentos de comunicación o mediación que han ido incrementando sus funciones con el paso del tiempo, aglutinando tareas relacionadas con la gestión de los visitantes y el entorno del museo. Estos departamentos satisfacen las crecientes necesidades comunicativas que las organizaciones museísticas tienen en la sociedad actual, en la que la información y relación con el público en general son valores en alza. Sin embargo, nos encontramos aún en propuestas sin un camino verificado, en planteamientos sin escenario.

En los museos aún no han penetrado de forma directa estas nuevas necesidades de entendimiento con el público, menos aún en la cultura andaluza donde el perfil profesional y las funciones de las secciones del museo dedicadas a cuestiones relacionadas con el entendimiento con el público, si es que en algunos casos las hay, están en el olvido.

1.1 Justificación

La entrada en un museo parece un atractivo tanto cultural como social, un compromiso cuando viajamos a grandes ciudades como París, Madrid o Londres visitar los museos. Pero una vez dentro ¿cómo analizar, observar y entender tantas obras de arte? La respuesta puede ser fácil: tienes que saber un poco de arte, lo que nos lleva a otra pregunta ¿para quién están hecho los museos¹?

La finalidad de esta investigación es poner en duda la definición de museo ofrecida por la ICOM, analizando qué factores aparecen en la teoría y no en la práctica, haciendo hincapié en la comunicación de los museos para con todo tipo de personas sea cual sea su nivel cultural, para finalmente ofrecer soluciones contemporáneas y superar el hecho a veces elitista de los museos para pasar a ser un edificio donde cualquier persona debe sentirse participe en el diálogo con el arte.

1.2 Objetivos

Averiguar y proponer nuevas vías de información y comunicación en un museo alcanzando una organización en base a estas premisas, donde el museo se adapta al público tanto en discurso, así como en arquitectura y en los objetos artísticos.

1.3 Metodología

Para llevar a cabo esta investigación, además de trabajar con la bibliografía necesaria en el ámbito museístico, hemos seleccionado un museo andaluz ubicado en la capital sevillana; el museo arqueológico, este edificio nos va a servir de ejemplo para proponer estas nuevas vertientes en materia comunicativa mediante:

- Análisis del museo.
- Análisis del contenido.
- Análisis del público.

1.4 Resumen

En definitiva, en este trabajo vamos a intentar proyectar un museo “perfecto” con las novedades en materia museológicas y museográficas centrándonos especialmente en

¹ RICO, Juan Carlos: *¿Por qué no vienen a los museos? historia de un fracaso*. Madrid, 2002, p. 13.

el fenómeno de la comunicación en el museo, para ello hemos tomado el museo arqueológico de Sevilla donde a partir de su historia y conocimiento de la colección establecer qué elementos cruciales en la teoría de los museos no aparecen en este espacio y cómo podríamos mejorarlos para no llegar a un edificio sin cultura comunicativa donde la modernidad se sienta cómoda en un entorno a veces cuestionado y anclado en la antigüedad, donde el público encuentre un entendimiento y no un suplicio, donde el edificio y las indicaciones nos guíen en el camino de la exposición y no nos desorienten, donde la tecnología nos ayude y no nos distraiga, donde las vitrinas nos dejen observar, donde las cartelas nos muestren información y no un laberinto de párrafos y donde sobre todo el arte nos muestre el placer de una estancia en un museo.

Palabras clave: museo, comunicación, sociedad, museología, arqueológico.

Abstract: In this project we are going to try to imagine the “perfect” museum with the newest elements of the museum. Particularly the phenomenon of the museum’s communication, with that in mind we’ve taken the Archaeological Museum of Sevilla where, with its history and understanding of the collection, establishes what crucial elements in museum theory are not present in that space and how to improve them. With this in mind, the modern idea of a museum needs to create a culture of communication, without being stuck in the past. Being unable to modernize the museum creates a stressful atmosphere where the guides and directions within the museum leave visitors confused and disoriented. Technology should help not distract, leaving us to observe the art, where signs provide information and not a maze of paragraphs and above all, where art shows us the joy of a visit to a museum.

Keywords: museum, communication, society, museology, archaeological.

2. DIMENSIÓN TEÓRICA DE UN MUSEO

El museo relacionado como espacio destinado al disfrute del público se ha ido fraguando desde el siglo XVIII, a partir de esta centuria poco a poco la sociedad le ha ido dando forma a la definición propia que podemos rastrear en los organismos que se fueron creando para la organización y gestión de estos espacios como la ICOM. El plano teórico de un museo en la cultura actual no establece lazos de unión según el tipo de público que visita el museo, o las necesidades que requiere según el visitante, por lo que la teoría y la práctica anclada en la utopía aún le queda un largo camino por recorrer. En las

siguientes líneas se establecerá una evolución de la noción de museo, para finalmente poner a prueba la definición real.

2.1 Origen y evolución

“Desde el punto de vista etimológico, la palabra museo procede del griego "mouseion" que se aplicó en Alejandría a la institución fundada por Ptolomeo. Esta comprendía un museo científico con parque botánico y zoológico, salas de anatomía e instalaciones para observaciones astronómicas”². Por estas fechas sabemos que ya se les daban nombres a espacios concebidos para guardar obras de arte, es el caso de la *pinacoteca* ubicado en la acrópolis de Atenas, donde colocaban pinturas de Polignoto entre otros artistas³.

Para establecer un recorrido acorde con las exigencias del trabajo es necesario realizar una evolución concerniente a la creación de museos, acudiendo a los antecedentes y evolución del concepto. A partir de este término se ha ido generando según las etapas históricas una perspectiva de esta palabra muy distinta pero poco a poco acercándose a la definición actual, con ello se reflejará la evolución del término y la involución actual para con las necesidades del presente trabajo.

Para avanzar en la evolución del concepto museo es necesario realizar un paréntesis. Ya hemos indagado en el término museo en cuanto a su etimología y sus primeros “usos”, a partir de aquí es necesario “hacer un análisis reflexivo sobre el origen, desarrollo y consolidación del coleccionismo, causante de la génesis de los museos”⁴. Con ello vamos a indagar en la historia del coleccionismo desde las antiguas culturas urbanas orientales hasta finales del siglo XVIII, donde las colecciones empiezan a formar parte del ámbito nacional.

Comenzaremos este largo camino por la historia de las colecciones, desde las antiguas culturas urbanas hasta el XX donde ya aparece el concepto de museo plenamente definido. Iniciaremos esta andadura por estas antiguas culturas donde aún no se puede hablar de coleccionismo como tal, ya que los objetos se tratan especialmente con una

² HERNÁNDEZ HÉRNANDEZ, Francisca: *Manual de Museología*. Madrid, 1994, p. 47.

³ ROJAS, Roberto: “la historia de los museos” en *Los museos en el mundo*. Barcelona, 1973, p. 24.

⁴ LEÓN, Aurora: *EL MUSEO. Teoría, praxis y utopía*. Madrid, 2010, p. 16.

actitud religiosa y ubicados en templos, santuarios y tumbas con un sentido propiamente trascendental⁵.

En estas antiguas civilizaciones urbanas como la egipcia este fenómeno no aparece, al tratarse de objetos estrictamente tratados con un matiz religioso, con actitudes de adoración oración, ubicados en el interior de los templos, apreciándose un sentido trascendental⁶. Este es el camino a seguir, hasta que llegamos a la civilización griega, donde en los espacios sagrados se custodiaban las obras de arte expuestas en los peristilos de los templos, en otros casos se construían alrededor “Thesaurus”, uno de los más conocidos es el de Delfos. Estos espacios son considerados los primeros ejemplos de núcleos museológicos surgidos por la religiosidad popular⁷.

En el helenismo y de la mano de Atalo I aparece un dinamismo cultural, exponiéndose en la acrópolis de Pérgamo estatuas y cuadros. Así se proyecta el interés por el arte y el coleccionismo, también se asiste a un interés en la antigüedad y un enaltecimiento de la historia, una mayor importancia de los bienes culturales⁸.

Llegados a este punto es preciso realizar un punto y aparte, lo que hemos visto con anterioridad ha sido una especie de preparación, un embrión del concepto coleccionista para instalarnos de lleno en el término con una cultura tan conocida como grandilocuente, la romana.

En Roma la imagen es lo más importante, lo es todo, en una sociedad donde la imagen es tan importante, el arte se siente en toda su magnitud de significado. El arte se inserta en el comercio romano, basado en la exportación, expoliación y botines de guerra. Ejemplo de estas cuestiones son los saqueos de Siracusa y de Corinto, con estos saqueos los templos romanos se llenaron de obras de arte griegas que sus dirigentes utilizaron en post de su poder. Desde estos expolios, se convirtió en costumbre que en las campañas militares se volviese con trofeos de guerra, trofeos en forma de objetos artísticos expuestos en lugares públicos como se pudo apreciar en: el pórtico de Catulo, el de

⁵ LEÓN, Aurora: *EL MUSEO...*, op. cit., p. 16.

⁶ GARCÍA SERRANO, Federico: *El museo imaginado: base de datos y museo virtual de la pintura Española fuera de España*. Madrid, 2000, pp. 33-69.

⁷ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca: *Manual de museología*. Madrid, 1994, p. 10.

⁸ PEÑALBA LLULL, Josué: “Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural, *arte individuo y sociedad*, 17, 2007, p. 183.

Metelo, o en el de Livia⁹. Junto a los templos, se habilitan unos espacios reservados a la exposición de trofeos y obras de arte. “En los templos de Venus y Apolo, sobre el Palatino, se exhibían los toros de bronce de Mirón, las grandes puertas de marfil labrado que mostraban la historia de los Nióbidas o esculturas procedentes del frontón de Quíos. Así se exhiben en termas y otros lugares profanos de tal manera que nada tiene que ver su exposición con motivos religiosos”¹⁰. Prueba de ello, es el descubrimiento del Laoconte en 1506, suscitando posteriormente interés en escultores y pintores que iban a contemplarlo¹¹. Ello muestra que el carácter religioso se va diluyendo en post de una categoría de tesoro público, acrecentándose el carácter social con bibliotecas, pinacotecas y todo tipo de esculturas en casas y jardines de las clases pudientes romanas¹².

La adquisición de este tipo de objetos artísticos y su exposición ya sea privada o pública otorgaba un estatus social sin parangón en la cultura romana en todos los sentidos, tanto en el político como en lo referente al gusto, es decir, la obtención de este tipo de manifiesto cultural te daba automáticamente buen gusto unido a ese instrumento de fuerza político-social¹³. Pero el capítulo romano no termina aquí, sino con Marco Agripa quien “quien no solo abrió sus colecciones al público sino que tenía la firme convicción de que el arte debía ser patrimonio de la comunidad”¹⁴.

Llegado el imperio decae la actitud coleccionista, hubo que esperar a la constantiniana para que ese afán coleccionista volviera a establecerse por afán cultural de algunos personajes. Como Constantino Porfígenito que durante las fiestas religiosas y políticas se expusiesen las obras de propiedad real en el *pentapyrgion*, una especie de vitrina como la que hoy contemplamos en los museos¹⁵.

Este tipo de hechos confirman la necesidad de establecer un análisis histórico sobre los museos, y la importancia sobre todo de hacer saber a la población el concepto

⁹ LEÓN, Aurora: *EL MUSEO. Teoría, praxis y utopía*. Madrid, 2010, p. 18.

¹⁰ PUIG COSTA, Manuel: “Sobre el coleccionismo. Introducción a la historia”, en *Discurso de ingreso en la Real Academia Europea de Doctores*. Barcelona, 2017, p. 14.

¹¹ MARTÍN GONZÁLEZ, Juan José: “El Laoconte y la escultura española”, *Boletín del Seminario de Estudios de Arte y Arqueología: BBSA*, 56, 1990, pp. 459-469.

¹² STORCH DE GRACIA y ASECIO, José Jacobo: “Arte griego y coleccionismo en Roma”, en *ARTE DE LAS GRANDES CIVILIZACIONES CLÁSICAS: GRECIA Y ROMA*. Madrid, 2016, p. 348.

¹³ PEÑALBA LLULL, Josué: “Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural, *arte individuo y sociedad*, 17, 2007, p. 184.

¹⁴ ALONSO FERNÁNDEZ, Luis: *Museología y museografía*. Barcelona, 2006, p. 48.

¹⁵ LEÓN, Aurora: *EL MUSEO. Teoría, praxis y utopía*. Madrid, 2010, p. 20.

museístico y su evolución; ¿encontramos en algún museo el origen de esta palabra y su evolución a modo de resumen?

Antes de contestar a preguntas sin respuestas es necesario proseguir con esta andadura histórica para encaminarnos a la Edad Media. En esta etapa histórica el coleccionismo toma el liderazgo total por parte de la iglesia, convirtiéndose de este modo en una especie de museo público. “Los objetos preciosos (salterios, misales, cruces...) que recibe cómo donaciones reales o populares forman el tesoro eclesiástico y son minuciosamente inventariados por monjes ilustrados”¹⁶. Otros objetos eran obtenidos de un modo que nos recuerdan a lo romano; robos, saqueos. En este sentido “las cruzadas van a constituir un acontecimiento importante en la formación de estos tesoros. El saqueo de Constantinopla en 1204 proporcionó un importante botín, surgiendo los tesoros de San Marcos en Venecia y de la Sainte Chapelle en París. Esta acción de "atesorar" más que de coleccionar será el germen de los Museos de la Iglesia: diocesanos, catedralicios, parroquiales y conventuales”¹⁷. Los reyes también tenían su lugar en el Olimpo del coleccionismo, prueba de ello es la figura de Carlomagno, instalando alrededor de sus cortes un aroma renacentista sin parangón¹⁸, Por ello se asiste en la edad media ante este tipo de paradigmas culturales a un antecedente cultural del humanismo renacentista¹⁹.

La Edad Media respecto al coleccionismo asiste a las puertas del Renacimiento a la renovación enfocada por el humanismo, por una lado la iglesia, por otro lado los monarcas y por último aparece la sintonía de la burguesía antes de penetrar en la esfera renacentista, esta burguesía, unido al estilo caballeresco cortesano que se aprecia en los dominios reales y en las cortes señoriales produce una especie de transformación social todo ello bajo la sombra del gótico que con su creciente economía y comercio por parte de la burguesía, nace ese gusto por lo extraño, por lo profano, por la variedad, por el ornamento, ese arte cortesano se vislumbra en las colecciones de libros de Horas minados de los duques de borgoña y de Berry, adoptando un lenguaje naturalista. Asistimos ante el cambio de producto, ante el cambio de cliente, tras la miniatura unida a la aristocracia, aparece la demanda de la burguesía por el arte gráfico, ello pone en consideración otros

¹⁶ LEÓN, Aurora: *EL MUSEO...*, op. cit., p. 20.

¹⁷ HÉRNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca: *Manual de museología*. Madrid, 1994, pp. 12-13.

¹⁸ PIJOÁN, José: *Historia del arte: el arte a través de la historia*. Barcelona, 1914-1916, p. 171.

¹⁹ ERWIN, Panofsky: *Renacimiento y renacimientos en el arte occidental*. Madrid, 1975, pp. 88-89.

grupos sociales, con lo que el mercado artístico se extiende, el arte se abre a modo de puente a una “globalización” cultural ²⁰.

En cuanto a la época por excelencia donde la antigüedad revive de modo inusual, donde lo clásico se convierte en el modo de vida, donde el hombre adquiere una importancia sin igual, en el renacimiento se asiste a una renovación total del coleccionismo. Al valor propiamente placentero de la obra de arte, se suma la razón, el valor formativo, esa educación ante la obra de arte, la mirada cambia, el hombre renacentista asiste complaciente y formado ante la obra de arte²¹.

Durante el Renacimiento la idolatría por la antigüedad era un signo de erudición y educación humanística, por ello los coleccionistas comenzaron a reunir objetos tales como esculturas, gemas, monedas, no solo para su estudio sino para una especie de símbolo de su formación y cultura²². En cuanto al mercado artístico y compradores están compuesto por las cortes, y la burguesía ciudadana encontrándose afinidad entre sus gustos. En principio la burguesía demandaba obras para donaciones eclesiásticas, con el tiempo a raíz de subir peldaños en lo social compraban obras para la propia decoración de sus casas y para poseer así su propia colección. La aristocracia a su vez acumulaba objetos artísticos con un fin hedonista y enciclopedista, aunque en casos especiales como el mecenazgo de los Medici, ello se convertía en una forma de manipulación, de erudición humanística e incluso participación directa en la realización de los encargos²³.

A Este tipo de élite, (posteriormente concederemos un apartado especial a los reyes católicos), el arte no le suscitaba interés simplemente por placer, este tipo de coleccionismo “especial” daba cierto realce social, se buscaba lo auténtico, lo original, dándole un aura especial a la casa reinante, ejemplo de ello sin duda es la colección de camafeos de la familia Medici.

En este contexto no podemos proseguir con nuestras etapas históricas sin hablar de los reyes católicos, ya que fueron los pioneros en las últimas décadas del siglo XV, del tipo de coleccionismo hablado con anterioridad. Lo más característico de la colección real

²⁰ LEÓN, Aurora: *EL MUSEO. Teoría, praxis y utopía*. Madrid, 2010, pp. 21-22.

²¹ NIETO ALCAIDE, Víctor: *El Arte del Renacimiento*. Madrid, 1996, pp. 9-10.

²² PAOLETTI, Jomh T: *El arte en la Italia del Renacimiento*. Madrid, 2003, p. 339.

²³ LEÓN, Aurora: *EL MUSEO. Teoría, praxis y utopía*. Madrid, 2010, pp. 23-26.

fueron los tapices, puede ser considerada una de las mayores del mundo, permitiendo la pervivencia de una gran colección tanto en calidad como en cantidad²⁴.

Podemos apreciar cómo en el Renacimiento el arte se funde con el estatus social, las colecciones toman protagonismo por su autenticidad y sobre todo por el factor único de ellas. Con esta pequeña intromisión en nuestra memoria histórica pasamos las páginas de la historia del coleccionismo para iniciar la andadura por el manierismo.

A mediados del siglo XVI, comienzan a escribirse los llamados tratados teóricos que, pese a la diversidad artística del momento, se mostró independiente del estado del arte, estableciendo juicios de valor sobre los pintores, multiplicando por tanto las influencias artísticas ²⁵ . Observamos cómo los juicios estéticos avanzan hacia la modernidad con la inclusión en el manierismo de la tratadística, aportando factores intelectuales en el panorama cultural del momento.

Abordando el tema del coleccionismo por antonomasia, en el manierismo se contempla un especial interés por lo que ya se vislumbró en la Edad Media como raro, especial, ello se aprecia en colecciones muy variadas, constituidas por minerales, plantas, objetos artísticos y otros elementos de especial interés, formando así un tipo de coleccionismo ecléctico que tendrá su momento culmen en esta etapa²⁶.

Asistimos al siglo XVII, donde el incremento del coleccionismo es apreciable, debido a la ascensión de la burguesía y el monopolio de las monarquías absolutas, unido a ello el coleccionista ya compra simplemente por gusto personal, por placer. Estas premisas son las dadas en todo el siglo XVII, aunque con diferencias apreciables entre los países católicos y protestantes. Relativo al catolicismo ofrece un control sobre las competencias artísticas, relativo a las cuestiones morales, en cambio el protestantismo aboga por la libertad de la sociedad en general, ya sea artista o consumidor del arte. La iglesia católica difunde a través de las personalidades reales (Italia y España) todo tipo de lienzos, esculturas, con una ideología estricta expuesta por los jefes eclesiásticos. En el otro ámbito artístico protestante no siente esa obligación moral artística, por ello se asiste

²⁴ HERRERO CARRETERO, Concha: “La Colección de Tapices de la corona de España. Notas sobre su formación y conservación”, *Arbor: Ciencia, pensamiento y cultura*, 665, 2001, p. 163.

²⁵ TATARKIEWICZ, Wladyslaw: *Historia de la estética*. Madrid, 1991, p. 235.

²⁶ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca: *Manual de museología*. Madrid, 1994, p. 15.

a una libertad de expresión tanto en lo relativo a la cultura como en lo concerniente al arte²⁷.

A partir del siglo XVIII nos vamos acercando poco a poco a la idea de museos de nuestros días, pero aún quedan parámetros por recorrer para llegar a nuestro punto principal del trabajo a realizar; poner en cuestión la idea de museo combatiendo la teoría con la práctica. El arte en este siglo comienza a convertirse en un negocio internacional, El mercado de arte tal y como lo conocemos hoy empieza a surgir en Europa en estas fechas, intensificándose en nuevos países europeos²⁸.

En el siglo XVIII ocurren acontecimientos indispensables para la cultura en general y la cuestión coleccionista en particular. En primer lugar, es necesario hablar del descubrimiento de Pompeya y Herculano. Debido a ello y bajo patrocinio español (Carlos III), se acrecentó el interés por el arte clásico animando aún más si cabe, las excavaciones²⁹. En 1738 comenzaron las excavaciones arqueológicas en Herculano y en 1748 en Pompeya³⁰. Un gran número de colecciones de esculturas, bronce, medallas y diferentes objetos artísticos fueron expuestas en las salas de la villa real de Portici, donde aún se puede apreciar “Herculanense Museum”³¹. El impulso de los estudios arqueológicos se puso en la órbita cultural formándose así colecciones, sentando las bases de los museos con esta perspectiva en el futuro.

Otro acontecimiento para destacar fue la creación de las academias, dato por el cual el neoclásico se estabiliza en ciudades importantes como Viena, Berlín, Madrid, Venecia, Londres siguiendo las directrices de París³². Esta nueva moda de la vuelta a lo clásico reside en buena parte en la difusión de obras claves en teóricos fundamentales para el devenir de la historia del arte como Winckelmann, o Lessing³³. En cuanto a las cuestiones sociales, el arte cortesano desaparece en post del arte burgués, estableciéndose

²⁷ LEÓN, Aurora: *EL MUSEO. Teoría, praxis y utopía*. Madrid, 2010, p. 30.

²⁸ NAVAS FERNÁNDEZ, Alexis: “Evolución y desarrollo del mercado del arte. El auge y consolidación de la fotografía en los mercados internacionales: el caso de Joel Peter Witkin. *Boletín de arte*, 30-31, 2009-2010, p. 487.

²⁹ PÉREZ SAMPER, María Ángeles: *La vida y época de Carlos III*. Barcelona, 1998, p. 83.

³⁰ BIANCHI BANDINELLI, Ranuccio: *Introducción a la arqueología*. Madrid, 1992, p. 104.

³¹ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca: *Manual de museología*. Madrid, 1994, p. 17.

³² HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca: *Manual de...*, op. cit., p.17.

³³ LEÓN, Aurora: *EL MUSEO. Teoría, praxis y utopía*. Madrid, 2010, p. 39.

en Inglaterra la capital de la vida cultural, creándose casas de subastas como Christie's y Sotheby's, incluso hoy día son las entidades más reconocidas de este mercado³⁴.

El hecho revolucionario francés hizo que los coleccionistas del momento se vieran perdidos en sus intereses, debido a la independencia de los artistas para con la idea de arte, también algunos de estos artistas estaban cercanos a la idea de revolución por ello la temática de sus obras resultaba incómoda en los encargos. Europa vive por momentos ambivalentes durante todo el siglo XVIII, revalorizaciones de la Edad Media, el gótico, el arte cristiano, la aparición del neoclásico y junto a la pérdida de interés de estos coleccionistas el arte se encontraba en una burbuja difícil de encontrar su límite y significado³⁵.

El museo público poco a poco se abre paso, hasta fines de esta centuria los coleccionistas mostraban sus colecciones en un entorno privado, bien es cierto que algún acontecimiento especial hacía que estos dueños abrieran sus espacios al público, es el caso de los museos vaticanos que se mostraban al público solamente el viernes santo³⁶. Las galerías privadas, salas, y gabinetes solo se acceden siendo la cúspide de la sociedad, intelectuales, eruditos, críticos, científicos, filósofos.

En la revolución francesa además de la pérdida de noción artística de los coleccionistas, al nacionalizarse los bienes de la corona en 1793, “la grande y pequeña galería del Louvre aparece como museo de la república”³⁷. Esta fecha resulta clave ya que es de obligada referencia para la historia de los museos. De hecho, la evolución de los museos se puede establecer en tres etapas: “la Alejandrina o creación del "Museion", la Renacentista o "Protohistoria" del Museo y la Revolución Francesa o creación del Museo del Louvre”³⁸. A lo largo de esta andadura histórica hemos tenido una visión eurocéntrica respecto al arte, como desgraciadamente se mantiene en la enseñanza de esta parte académica pero otro país surge con fuerza en nuestro panorama.

³⁴ VV. AA: *LA RENTABILIDAD DE LAS OBRAS DE ARTE: ESTUDIO DE LOS ENTORNOS PROPICIOS PARA LA VENTA DE BIENES ARTÍSTICOS Y DE COLECCIÓN*. Madrid, 2016, pp. 104-105.

³⁵ LEÓN, Aurora: *EL MUSEO. Teoría, praxis y utopía*. Madrid, 2010, p. 41.

³⁶ MONTENEGRO VALENZUELA, Jacinto: *La utilización didáctica del Museo hacia una educación integral*. Zaragoza, 2001, p. 34.

³⁷ LEÓN, Aurora: *EL MUSEO. Teoría, praxis y utopía*. Madrid, 2010, p. 51.

³⁸ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca: *Manual de museología*. Madrid, 1994, p. 18.

Es necesario advertir en la cuestión “pública” de los museos, ya que el Louvre por ejemplo no ofrecía a las capas sociales de menor nivel cultural un espacio para el disfrute y para el entendimiento (curioso que los problemas de 1793, sigan apareciendo en 2019).

A mediados del siglo XVIII, algunas colecciones reales pasan directamente a formar parte del patrimonio nacional, British Museum, la Galería Kassel, pero no es hasta el siglo siguiente cuando el pueblo penetra directamente en la esfera de estos nuevos museos. Así se desarrolla un tipo de museos, formado por colecciones de diferente tipo: reales, de personajes ilustres, oficiales, organismos culturales, depositadas en un museo público³⁹. Asistimos en los años venideros a la apertura de este tipo de museos como el Rijksmuseum de Amsterdam por estas fechas ya es museo nacional, la colección de George Beaumont se hace pública dando lugar a la creación de la National Gallery y así nos dirigimos al “siglo de los museos” predominando en Europa Central diferentes museos con colecciones de pintura de todas las épocas, artes suntuarias, mobiliario o escultura clásica⁴⁰.

Siguiendo por la geografía mediterránea encontramos que, en Italia la apertura al público de los museos se debe a la actitud de los papas que fueron incrementando su patrimonio y enriquecimiento de diferentes excavaciones, ya en el siglo XVIII, XIX, comenzaron a fundarse diferentes museos como el museo Sagrado, el Pío Clementino, o la pinacoteca vaticana entre otros. Las colecciones de los Pitti y los Medici forman los museos florentinos, la de los Medici (museo de los Uffizzi en Florencia) aunque la colección de los Medici debido a su extensión, se distribuyeron las esculturas renacentistas y las artes menores al museo arqueológico florentino y las joyas y orfebrería al museo de orfebrería del palacio Pitti⁴¹. En el ámbito español el museo del Prado de Madrid, con la iniciativa de Fernando VII, ordenó que los cuadros del palacio real pasaran al museo junto a obras de Rubens y Tiziano pertenecientes a la real academia de San Fernando, así como obras pertenecientes del Escorial⁴². Esta cuestión hace preciso el

³⁹ PASTOR HOMES, M^a Inmaculada: *Pedagogía museística: nuevas perspectivas y tendencias actuales*. Barcelona, 2011, p. 29.

⁴⁰ GARCÍA SERRANO, Federico: *El museo imaginado: base de datos y museo virtual de la pintura Española fuera de España*. Madrid, 2000, pp. 39-62.

⁴¹ LEÓN, Aurora: *EL MUSEO. Teoría, praxis y utopía*. Madrid, 2010, p. 52.

⁴² <https://www.museodelprado.es/museo/historia-del-museo>. (Consultado el 17-06-19).

comentario de la descontextualización de las obras indispensable para su entendimiento que también en la actualidad aún no se ha superado.

Culminando esta andadura histórica, la perspectiva eurocéntrica es apreciable en el entorno académico en cuanto a la cuestión artística, pero en la segunda mitad del siglo XIX en el panorama artístico apareció América y con ella el coleccionismo se disparó. El coleccionismo americano es muy fuerte, al comprador no le importa la estética o el valor histórico lo que si interesa es dar al país un patrimonio cultural para reafirmar una cierta superioridad ante Europa, y con ello una propia personalidad, destacando una administración privada en los museos públicos⁴³.

El museo americano desde su aparición apuesta por un sentido pedagógico haciendo participe a la sociedad. Ejemplos claros de aperturas de museos en este siglo son: el Metropolitan museum, ofreciendo a parte de su colección universal un boletín de información con las actividades del museo, sentando las bases para los futuros museos americanos; MoMa, museo Whitney, Guggenheim, y sobre todo asistiendo a una innovación que poco a poco en Europa se está contemplando, ¿cómo aproximar a la población con el arte, mediante sistemas de mediación en un entorno moderno y tecnológico?⁴⁴.

Concluimos este apartado con el mundo americano, ya que la política cultural en el ámbito museístico se encuentra varios pasos por delante respecto a los museos españoles que deben fijar una hoja de ruta y enfocar sus miradas y sus metas en el clímax comunicativo americano.

Hemos observado cómo ha evolucionado el concepto de museos y cuáles han sido sus factores para su aparición; donde el coleccionismo y la puesta en escena de la revolución francesa en el contexto de la ilustración han hecho posible la imagen actual de museo.

⁴³ HERNÁNDEZ HÉRNANDEZ, Francisca: “Evolución del concepto de museo”, *Revista general de información y documentación*, 1, 1992, p. 86.

⁴⁴ JIMÉNEZ-CLAVERÍA, Luis: “Museos: de templos del arte a empresas de gestión cultura”, en *Jornadas de Museología. Modelos de Museos y sus Profesionales*. Pamplona, 2006, p. 73.

2.2 Definición del museo actual

Hemos contemplado en las anteriores líneas como se han ido formando los museos sobre todo en el siglo XIX y como gracias a la aristocracia y burguesía han permitido con sus colecciones la creación del museo que hoy día visitamos, pero quizás no en la evolución que todos hubiéramos pensado 100 años atrás. El museo sigue siendo un territorio en el que encontramos obstáculos visibles en ciertos sectores sociales, ya en 1933 Monet señala que la particularidad del arte y la crisis vislumbrante en estos siglos con la idea de arte y sus límites, se soluciona con la realización de un arte que emanase de la colectividad y que la belleza se situase en la cotidianidad. A raíz de este tipo de advertencias de diferentes personalidades como Menéndez Pelayo, Malraux, vieron que los museos se estaban convirtiendo en unas ruinas habitadas por solo unos pocos y que había que ponerle solución⁴⁵. Toda la intelectualidad progresista y la museología naciente por estos años que desde 1927 cuenta con una revista referente llamada “Mouseion” que evolucionará a “Museum” en 1948. Ya por estas fechas el museo se había quedado en las antípodas de las necesidades sociales por ello aparecen congresos organizados por la sociedad de Naciones y en la fundación del ICOM, dependiente del museo⁴⁶. Con ello se estaba abordando una auténtica ciencia museológica que se enfrentase a los problemas del museo, problemas existentes en el pasado, presente y esperemos que no en el futuro. A continuación, las distintas definiciones que ha ido proponiendo la ICOM: desde 1946 se van observando diferentes definiciones de museos establecidas a partir del Comité Internacional de Museos, la última actualización es del 24 de agosto de 2007 según los estatutos del ICOM, aprobados por la 22ª Asamblea General en Viena el 24 de agosto de 2007⁴⁷, la definición es la siguiente;

“un museo es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo”⁴⁸.

⁴⁵ LEÓN, Aurora: *EL MUSEO. Teoría, praxis y utopía*. Madrid, 2010, p. 53.

⁴⁶ LORENTE, Jesús-Pedro: “Las revistas museológicas en la actualidad: una panorámica global”, *MUSEUS E ESTUDOS INTERDISCIPLINARES*, 1, 2013, pp. 1-4.

⁴⁷ <https://icom.museum/es/actividades/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>. (Consultado el 17-06-19).

⁴⁸ <https://icom.museum/es/actividades/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>. (Consultado el 17-06-19).

Este tipo de definiciones son las que todos conocemos y las que todos creemos que se cumplen en un museo, a continuación, detallaremos a un más el concepto de museo desde dentro, es decir, comprobando cuáles son realmente sus agentes, para posteriormente llevarlo a la duda, es decir, si la práctica aparece en la realidad, y no sucumbe a la desaparición de las instituciones. A veces sería necesario recordar tanto al público como a estos agentes cultura qué se entiende por museo desde una proposición científica llevada por un grupo de profesionales y no qué se entiende por museo desde una perspectiva alejada de la novedad. Vista la definición de museo en palabras, en esta especie de mapa conceptual podemos ver el organigrama de un museo en todas sus perspectivas:

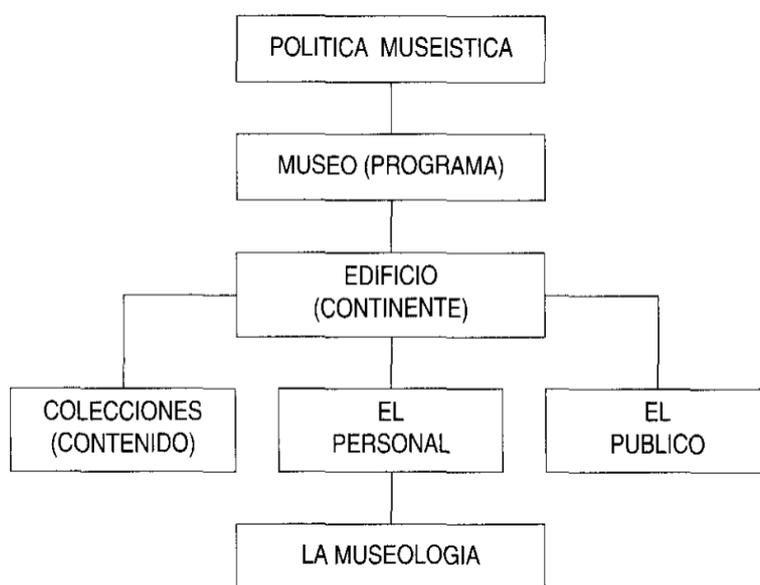


Figura 1: Esquema disposición de un museo.
Fuente: HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca: “Evolución del concepto de museo”, *Revista general de información y documentación*, 1, 1992, p. 90.

Tratado el concepto del museo es necesario al menos añadir una breve información sobre museología para así tener una visión panorámica del tema a tratar para acercarnos más si cabe a nuestro problema actual y tratarlo en el museo arqueológico sevillano. El ICOM la define como una ciencia aplicada, la ciencia del Museo, su papel en la sociedad, los sistemas específicos de búsqueda, conservación, educación y organización. En otras palabras, la museología se ocupa de la teoría del museo, mientras que su “amiga íntima” la museografía estudia los aspectos más técnicos de un edificio tales como iluminación, climatología, adecuación arquitectónica, entre otras cuestiones.

Conviene destacar una fecha clave para el futuro de la museología en 1977, cuando se funda dentro del ICOM, el comité de Museología o ICOFOM. A partir de este instante se indaga en las directrices de esta ciencia que no había quedado resuelta en sus inicios sus funciones fundamentales, y que no aportaban cambios sustanciales en el seno de los museos⁴⁹.

Con estas líneas concluimos este punto no sin antes preguntarnos sobre lo que hemos escrito y leído en definiciones oficiales. ¿Realmente la teoría de lo que es un museo se comprueba día tras día? Es una institución que exhibe, sí, pero ¿a quien exhibe?, ¿cómo exhibe? ¿Hacia qué público va dirigido una exposición?, o cómo el título del libro de Juan Carlos Rico “¿Porqué vienen a los museos?”, ¿las instituciones predicán con el ejemplo? Después de tantos años de evolución de un concepto, ¿una persona sea cual sea su condición cultural al entrar en un museo realmente entiende lo que se muestra? En mi poca experiencia de visitas en los museos, siempre he observado como familias al entrar en el museo del Prado buscando pasar un rato agradable aún sin tener nociones artísticas, se encuentra con una decepción y no estoy hablando del síndrome de Stendhal, esas familias ¿cuánto tiempo tardan en el prado?, ¿cuánto tiempo visualiza una obra?, ¿cuánto tiempo transcurre mientras intenta encontrar una obra? Podría albergar millones de preguntas en estas líneas, pero aún no es el momento, si es el momento en cambio de establecer una conexión directa con la comunicación de los museos.

3. LA IMPORTANCIA ENTRE LA COMUNICACIÓN Y EL MUSEO

Hablar de comunicación es hablar de modernidad, y hablar de modernidad es hablar de información. La era de la información y la comunicación es un hecho en todos los ámbitos de la vida, y más aún en la cultura donde cada vez más los museos se hacen eco de las estrategias comunicativas para atraer al público y hacerlo partícipe de sus colecciones. Estas estrategias las realizan los museólogos y museógrafos basándose en conceptos pedagógicos sirviéndose del entendimiento con el visitante en materia de símbolos, iluminación de textos, en definitiva, acercar el objeto cultural al público de una forma entendible y visible⁵⁰. Tal es la importancia de esta acción que la ICOM ha tratado de definir el concepto: “la comunicación museal se presenta como la manera de compartir

⁴⁹ VV. AA: *Conceptos claves de museología*, París, 2010, pp. 7-59.

⁵⁰ VV. AA: “Museos y Modelos de Comunicación”, *Educación artística: revista de investigación*, 9, 2015, p. 129-130.

los objetos que forman parte de la colección y del mismo modo las informaciones resultantes de las investigaciones efectuadas con los diferentes públicos”⁵¹.

En el ámbito museísticos desde los años 70, como bien hemos comentado anteriormente con la evolución del concepto de museos, se ha puesto en énfasis la importancia de la comunicación entre el objeto y el público, pero ¿cómo comunicar?, esta pregunta tiene respuesta es este cuadro donde nos muestra la proyección comunicativa de los museos:



Figura 2: Esquema comunicación en museos.

Fuente: SANTOS M., Mateos Rusillo: *Manual de comunicación para museos y atractivos patrimoniales*. Asturias, 2012, p. 26.

Como bien indica el esquema se contemplan dos focos diferentes, el interno encargado de “establecer un flujo comunicativo multidireccional (bidireccional en sentido ascendente y descendente, y horizontal) ente los profesionales que nutren los diferentes estamentos y departamentos de la institución, capaz de poner en común toda la información que genera la actividad diaria. Un flujo comunicativo que puede servirse de diferentes medios y soportes comunicativos, como comunicados internos, revistas o blogs corporativos, buzón de sugerencias, reuniones interdepartamentales, etcétera”⁵².

⁵¹ VV. AA: “Museos y Modelos de...”, op. cit., p. 131.

⁵² SANTOS M., Mateos Rusillo: *Manual de comunicación para museos y atractivos patrimoniales*. Asturias, 2012, p. 26.

El siguiente foco el externo, es el encargado de establecer contacto comunicativo con el público, con el visitante, con esas personas que pretenden disfrutar del espacio museístico y que el museo necesita y precisa el funcionamiento de estos dos focos de actuación⁵³.

En los últimos tiempos los museos haciéndose eco de la importancia de la comunicación en sus edificios, han ido creando gabinetes exclusivos de comunicación, prueba de ello son los museos españoles que en la última década han ido aumentando su liderazgo y funciones, en algunos casos esos departamentos de comunicación pasan a llamarse de; “mediación”, un nuevo concepto que se vislumbra sobre todo en la actualidad, un ejemplo de actuación es por ejemplo el Pompidou, en todos sus lugares.

En definitiva, para comunicar en el museo “hace falta la idea, saber decirla, tener el medio para hacerla llegar al público que los usuarios la reciban, respondan y que escuchemos su respuesta”⁵⁴. Por eso he incluido este apartado en el trabajo y sobre todo en mi idea global de trabajo ya que la comunicación en un museo debe ser indispensable para que al menos el visitante observe y no solo observe, sino que mire con la mirada del disfrute a la luz del entendimiento.

La institución se tiene que convertir en una especie de foro romano, en un confluir de ideas en una retroalimentación constante, donde tal retorno se tiene que ver reflejado en esa comunicación donde el visitante participe por medio de encuestas, sugerencias, tests, hojas de reclamaciones y un largo etcétera que aún queda por descubrir, ya que el mundo del museo es un lugar inhóspito, como las necesidades del ser humano.

Pese al conocimiento de la necesidad y al resultado cada vez más optimistas de algunos museos sobre los de alta cuna (Prado, Thyssen, Reina Sofía, Pompidou, Guggenheim) la investigación sigue su curso sobre todo en la aclaración sobre las funciones del departamento de comunicación, el perfil de los trabajadores y conocer su límite de actuación.

Finalizando la cuestión comunicativa, vamos a tratar de aludir a la asignatura de lengua castellana para establecer cuatro elementos clave en la comunicación en los

⁵³ SANTOS M., Mateos Rusillo: *Manual de comunicación para...*, op. cit., p. 26.

⁵⁴ SANTOS GONZÁLEZ, Eugenia: “Museos y comunicación: algunas reflexiones y consideraciones generales”, *series iberoamericanas de Museología*, 3, 2012. p. 81.

museos: *el Museo como emisor inicia el proceso de la comunicación, y para que ésta sea efectiva, selecciona adecuadamente el canal o medio por el cual transmite su mensaje (por presentar un ejemplo, la exposición permanente), con el fin de que el público receptor descodifique el mensaje, lo comprenda y lo responda. Por ello, el mensaje tiene que estar correctamente estructurado, adaptado al receptor. El medio es el canal por el cual “viaja” el mensaje. Cuanto más directo sea, menos interferencias provoca (dentro de nuestro ejemplo, el canal sería toda la infraestructura, desde los propios elementos museográficos de la exposición, hasta la folletería, cartelería, página web, etc.)*⁵⁵.

En nuestro paradigma cultural un museo sin comunicación estaría anclado en la frecuente mediocridad decimonónica.

3.1 Departamentos relacionados con la comunicación y educación en Andalucía

Comunicación, educación y cultura aparecen en Andalucía a raíz de la consecución del régimen autonómico, articulando un entramado de estrategias dirigidas a la sociedad en materia cultural pública en el seno de las políticas culturales⁵⁶. “Desde que la consolidación del estado de las Autonomías permitió a los gobiernos regionales definir y aplicar sus propias políticas, la Junta de Andalucía fue aprobando una serie de planes y programas cuyo objetivo último era el de impulsar el desarrollo regional”⁵⁷. En este contexto aparece el inicio de lo que hubiera sido para Andalucía en materia de comunicación una gran innovación, pero solo se pudo disfrutar unos años, un proyecto de otra época que se mantiene en la memoria cultural andaluza, sin más dilación presentamos el “Plan Especial en Materia de Bellas Artes” de 1985. Bien es cierto que este esfuerzo tiene su lugar en la Consejería de Cultura y que aún hoy día se siguen persiguiendo diferentes estrategias, es decir posteriormente no se hace hincapié particularmente por museos individuales (nuestra cuestión principal) sino por provincias.

El plan de actuación especial en materia de bellas artes se ha configurado con la clara idea de la defensa y protección del patrimonio histórico, a partir de diferentes actuaciones puntuales en el marco geográfico de Andalucía, enmarcadas en una estructura

⁵⁵ SANTOS GONZÁLEZ, Eugenia: “Museos y comunicación: algunas reflexiones...”, op. cit., p. 81.

⁵⁶ PÉREZ YRUELA, Manuel: “La política cultural en Andalucía”, *Revista de investigaciones políticas y sociológicas*, 3, 2012, pp. 65-87.

⁵⁷ VV. AA: “Patrimonio cultural, territorio y políticas públicas. El caso de Andalucía”, *Revista de estudios regionales*, 47, 1997, p. 152.

que alberga investigación, conservación, y divulgación del mismo⁵⁸. En lo que respecta a nuestro contenido aparece la razón por la que hemos añadido este plan en la investigación; “finalmente se ha establecido un hilo conductor entre el conocimiento de este patrimonio en primer lugar, y a continuación su defensa. Para esta tarea se ponen en funcionamiento los Gabinetes Pedagógicos de bellas artes, para paliar en la medida de lo posible, la dicotomía existente entre patrimonio y sociedad o lo que es lo mismo, entre transmisión y protección”⁵⁹. Teniendo las ideas principales por escrito, las imágenes en este caso nos van a dar una visión panorámica de este antiguo plan que nos ayudará a entender su organigrama desde dentro:

JUNTA DE ANDALUCÍA
Consejería de Cultura



Figura 3: portada PAEMBA.
Fuente: CONSEJERÍA DE CULTURA: *Plan de Actuación especial en materia de Bellas Artes*, Sevilla, 1980.

1. **Proyectos de intervención en el Patrimonio Histórico.**
 - 1.1 Proyecto de Coordinación del Plan de Actuación Especial en materia de Bellas Artes.
 - 1.2 Proyecto de diagnóstico y levantamiento planimétrico para declaración del B.I.C.
 - 1.3 Proyecto de Elaboración de Catálogos, Inventarios del Patrimonio Histórico y Cartas Arqueológicas.
 - 1.4 Proyecto de limpieza y consolidación de monumentos y yacimientos arqueológicos.
2. **Proyectos específicos de intervención en los Conjuntos Históricos.**
3. **Proyectos de intervención en los Museos.**
4. **Proyecto divulgativo.**
5. **Balances.**

Figura 4: índice PAEMBA
Fuente: CONSEJERÍA DE CULTURA: *Plan de Actuación especial en materia de Bellas Artes*, Sevilla, 1980.

En estas dos imágenes se muestran la portada y el índice, donde nos centraremos en: 3. Proyectos específicos en museos, para comprobar qué es lo que se hacía allá por 1985 en el panorama relacionado con la comunicación y la divulgación, así como los

⁵⁸ CONSEJERÍA DE CULTURA: *Plan de Actuación especial en materia de Bellas Artes*, Sevilla, 1980, s.

p.
⁵⁹ CONSEJERÍA DE CULTURA: *Plan de Actuación especial...*, op. cit., s. p.

profesionales elegidos y los presupuestos destinados a sufragar los gastos en el museo arqueológico de Sevilla.

3.8 SEVILLA

* Museo Arqueológico

Puestos de trabajo: 2 Arqueólogos, 1 Ayte. Arqueología,
1 Restaurador Arqueología, 1 Técnico
en Pedagogía, 1 Bibliotecario, 1 Gra-
duado Social, 1 Fotógrafo, 2 Guías,
2 Aux. Admvs., 2 Subalternos, 2
Peones

Nº puestos total: 17

Duración: 6 meses, excepto Restaurador Arqueología,
7 meses

Presupuesto global: 11.570.425 ptas.

Figura 5: Apartado 3. Proyectos específicos en museos; 3.8
Sevilla
Fuente: CONSEJERÍA DE CULTURA: *Plan de Actuación
especial en materia de Bellas Artes*, Sevilla, 1980.

Llama la atención la planificación de una gestión en base a un museo específico, y no a un plan por provincias, se contempla la necesidad en un museo de albergar técnicos en pedagogía. Nos encontramos en Andalucía ante el comienzo de una nueva era, un nuevo tiempo donde la necesidad de hacer partícipe en los museos tanto adultos como a niños, de hacer partícipe a una población de la cultura, una cultura elitista en los museos donde este plan especial, la vuelve terrenal, una cultura para todos.

Es el comienzo de los gabinetes pedagógicos, “creados para difundir entre la comunidad educativa en particular, y la sociedad andaluza en general, el patrimonio cultural de Andalucía, siendo esta iniciativa pionera en España. Desde entonces se establece un Gabinete en cada una de las provincias andaluzas como programa conjunto de las Consejerías de Educación y Ciencia y de Cultura. Los Gabinetes Pedagógicos de Bellas Artes dependen orgánicamente de las Delegaciones Provinciales de la Consejería de Educación y funcionalmente de las Consejerías de Educación y de Cultura”⁶⁰.

⁶⁰ TARRASA ANDRADE, Pilar: “Los Gabinetes pedagógicos de Bellas Artes cumplen 20 años”, *PH boletín del instituto andaluz de patrimonio histórico*, 57, 2006, p. 19.

Estos avances nos hablan del adelanto en cultura llegada la autonomía a Andalucía, prueba de ello este plan y el factor que lo genera; la proclamación de la ley de museos en 1984, apareciendo en escena nombres clave como Rafael Román González (Consejero de Cultura) y Bartolomé Ruíz González (Director general de Patrimonio Cultural), siendo la primera que se dictaba en todo el territorio, adelantándose así a las demás autonomías⁶¹. El objetivo del sistema andaluz de museos, y de la ley en general era “crear un telón de fondo, un soporte, que unificase y coordinase los servicios que los museos, cualquiera que fuese su titularidad, ofrecían al ciudadano. Se quería llegar a un estándar de calidad, aunque sin mencionarlo, el cual afectaría desde la conservación de las colecciones al personal cualificado que las atiendan, desde la organización interna en departamentos a los servicios que el museo ofrezca al ciudadano”⁶².

Esto es a todas luces el único intento en Andalucía para unir a la población con el museo, el único intento siempre referido a lo particular, a un museo en cuestión, a partir de aquí estas labores se hacen por provincias, no encontramos esfuerzo específico por museos.

Con ello finalizamos la corta vida de los departamentos de comunicación y educación en Andalucía, el plan de actuación especial en materia de Bellas Artes (PAEMBA), sirvió de introducción a un camino aún sin explorar, a unas estancias olvidadas, que este plan en su corta vida intentó proyectar al mundo de la cultura andaluza.

4. MUSEO ARQUEOLÓGICO DE SEVILLA

Hasta ahora hemos ido desarrollando la historia de los museos y su evolución, y la concepción comunicativa en cuanto a los departamentos en Andalucía. En este edificio vamos a ir desgranando las últimas novedades de cara al sistema de museístico en diferentes aspectos claves (comunicación, cartelería, simbología...). Pondremos a prueba al museo, a Sevilla y sus instituciones para comprobar si tales novedades museológicas y museográficas se han propuesto, y sobre todo si se han llevado a la práctica. Es tiempo de que la ICOM salga a escena en el lugar idóneo, ¿Estará a salvo la definición de museo

⁶¹ LÓPEZ RODRÍGUEZ, José Ramón: *HISTORIA DE LOS MUSEOS DE ANDALUCÍA 1500-2000*, Sevilla, 2010, p. 521.

⁶² LÓPEZ RODRÍGUEZ, José Ramón: *HISTORIA DE LOS MUSEOS DE ANDALUCÍA...*, op. cit., p. 523.

en el museo arqueológico de Sevilla? Esta pregunta la abordaremos en los siguientes puntos, pero primero la historia del museo y su colección.

4.1 Historia Museo Arqueológico

El Museo Arqueológico de Sevilla fue creado a mediados del XIX, debido a una serie de decretos, leyes y órdenes relacionados con la desamortización de los bienes eclesiásticos. La Real orden del Ministerio del interior en 1835 ordenó la clasificación y recogida de bibliotecas, archivos y objetos de arte de diferentes conventos para su posterior clasificación por una junta seleccionadora. Con la ley de 1837, en uno de sus artículos, destinaba a los museos las obras de arte del clero y la iglesia, que se declaraban nacionales. Siguiendo con una cronología histórica para ponernos en órbita, en 1844 se crearon las comisiones provinciales de monumentos, a su cargo debían estar los museos provinciales⁶³. Anteriormente en 1840, se había ordenado que el Museo Arqueológico de Sevilla formara parte del Provincial de Bellas Artes, ambos se trasladaron al convento de la Merced. Ya en 1875 la Comisión Provincial de Monumentos decide trasladar allí objetos que se guardaban en los Reales alcázares. Demetrio de los Ríos habilita para su exposición tres galerías bajas del claustro principal de dicho convento. En 1879, por la real orden del 21 de noviembre se crea oficialmente el llamado “Museo de Antigüedades de Sevilla”⁶⁴. No fue demasiado complicado reunir piezas de este cariz ya que Sevilla al hallarse en el territorio de Itálica, y junto a las colecciones de diferentes personajes importantes se pudo aunar un importante conjunto de obras artísticas germen de lo que se puede apreciar hoy día.

El museo en el siglo XXI cambió de emplazamiento, ya por 1880 se terminan algunas obras de adaptación del convento con cuatro series distintas: arquitectónica, escultórica, epigráfica y cerámica, esta última no llegaría a realizarse⁶⁵. Las instalaciones en cambio son insuficientes para su apertura al público, por lo que la exposición tuvo que reducirse, por ello comienzan a producirse peticiones como las de ampliar las salas, aprobándose tal cuestión en 1904, aportando dos salas más. Pese a ello aún el museo era

⁶³ FERNÁNDEZ GÓMEZ, Fernando. y MARTÍN GÓMEZ, Carmen: *Museo Arqueológico de Sevilla : guía oficial*, Sevilla, 2005, p. 13.

⁶⁴ FERNÁNDEZ GÓMEZ, Fernando. y MARTÍN GÓMEZ, Carmen: *Museo Arqueológico...*, op. cit., pp. 18-19.

⁶⁵ TORRUBIA FERNÁNDEZ, Yolanda. y MONZO LOSADA Patricia: “Museo arqueológico de Sevilla origen, evolución, cambio y continuidad”, *Romula*, 8, 2009, p. 259.

pequeño, no había espacio para tantas piezas, aun así, hubo que esperar algunos años para conseguir un edificio realmente amplio acorde a las exigencias museográficas del momento, y sobre todo acorde al disfrute del público⁶⁶.

Finalizada la exposición iberoamericana de 1929, una gran parte de los pabellones quedaron en desuso, sin ningún tipo de finalidad de entre los cuales algunos de ellos estaban instalados en la plaza de América. Fue en este momento cuando se fraguó realmente la posibilidad de establecer en el museo el llamado “Pabellón del Renacimiento”, ese espacio cumplía las necesidades de la opinión pública; la de exponer con dignidad la serie de esculturas procedentes de Itálica, por otro parte lo más valioso de aquel tiempo⁶⁷. Tal pabellón lo había construido el archiconocido Aníbal González, donde aparece el primer renacimiento español en materia ornamental, junto a los otros dos pabellones que completan el conjunto rodeado de jardines en un entorno monumentalmente maravilloso⁶⁸.

Con la guerra civil diversos pabellones pasaron a tener otros usos como es el caso del comentado, utilizado por Mussolini y sus tropas, llegados a España para intervenir en dicha contienda⁶⁹.

El edificio fue construido para servir de pabellón de Bellas Artes, lugar idóneo para conseguir la categoría de museo por lo que, terminado el conflicto bélico, el Ayuntamiento aceptó la propuesta (cambio de ubicación desde el Convento de la Merced, a la plaza de América) y el Ministerio encargó al profesor Joaquín María de Navascués, Inspector General de Museos arqueológicos que eligiese el edificio más idóneo ⁷⁰, decantándose por el Pabellón Renacimiento por su recuerdo clásico ⁷¹. En 1941 el ayuntamiento por acuerdo municipal, siendo alcalde Miguel Ibarra y Lasso de la vega,

⁶⁶ FERNÁNDEZ GÓMEZ, Fernando. y MARTÍN GÓMEZ, Carmen: *Museo Arqueológico de Sevilla : guía oficial*, Sevilla, 2005, p. 17.

⁶⁷ FERNÁNDEZ GÓMEZ, Fernando. y MARTÍN GÓMEZ, Carmen: *Museo Arqueológico...*, op. cit., p. 17.

⁶⁸ RODRÍGUEZ BARBERÁN, Francisco: “El jardín de las delicias arquitectónicas: la exposición de Sevilla de 1929 y los pabellones americanos”, *APUNTES*, 19, 2006, p. 289-290.

⁶⁹ TORRUBIA FERNÁNDEZ, Yolanda. y MONZO LOSADA Patricia: “Museo arqueológico de Sevilla origen, evolución, cambio y continuidad”, *Romula*, 8, 2009, p. 288.

⁷⁰ VV. AA: “Museo Arqueológico de Sevilla (1879-2017):138 años de historia y alguno más”, *Boletín del Museo arqueológico Nacional*, 35, 2017, p. 440.

⁷¹ LÓPEZ RODRÍGUEZ, José Ramón: “aportaciones a la museografía y la arqueología española: Joaquín María de Navascués, director del Museo Arqueológico Nacional”, en *Actas del V Congreso Internacional de Historia de la Arqueología*, 2018, pp. 460-461.

cede al ministerio de Educación Nacional el edificio para instalar en sus muros el Museo Arqueológico provincial, abriendo sus puertas el 29 de mayo de 1946⁷².

En este contexto ante la falta de medios y profesionales en cuanto a inventariar las obras de arte y ofrecerlas al público, aparece en escena Concepción Fernández-Chicarro y de Dios, que, tras Juan Lafita, pasa a ser directora del museo. Entre sus múltiples menciones y títulos destaca por ser, discípula del Prof. García y Bellido, miembro del cuerpo de conservadores de museos y lo que más nos ocupa impartió clases de museología hasta 1973 en la Universidad de Sevilla, es obvio por tanto que tomara cargo de la situación en cuanto al inventario y clasificación de los fondos del museo⁷³. También ante la falta de rigor científico, la mencionada Dra., da cabida en el museo a personas del sector, estudiantes, realizando así excavaciones arqueológicas, publicaciones de revistas, incluso invitando a realizar conferencias a personalidades del ámbito artístico, coronando todo este conjunto con “La fundación de Amigos del Museo” y proyectando la edición de una revista de divulgación que teoría tenía que llamarse “Itálica” pero que por pormenores del destino, por llamarlo de algún modo nunca apareció⁷⁴.

Este es el panorama histórico en cuanto a la apertura del museo, aunque bien es cierto que, tras la aparición del tesoro del carambolo en 1958, dado su importancia el museo tuvo que adecuar el tesoro, sufriendo así cambios en cuanto a las novedades museográficas crecientes en el siglo XX junto a las necesidades del público para con los museos.

Cerramos este capítulo con el tesoro del carambolo, contemplando así una imagen de museo que iba más allá de la concepción típica de la época respecto a la divulgación y comunicación, pero ¿cómo avanzan estas premisas?, ¿cómo se instalan pasado el tiempo las novedades en el museo?, ¿Ha llegado a actualizarse el museo?, estas preguntas tendrán su luz más adelante, a continuación, nos centraremos en la colección.

⁷² FERNÁNDEZ GÓMEZ, Fernando. y MARTÍN GÓMEZ, Carmen: *Museo Arqueológico de Sevilla : guía oficial*, Sevilla, 2005, p. 18.

⁷³ <http://dbe.rah.es/biografias/33057/concepcion-fernandez-chicarro-y-de-dios>. (Consultado el 29/06/18).

⁷⁴ FERNÁNDEZ GÓMEZ, Fernando. y MARTÍN GÓMEZ, Carmen: *Museo Arqueológico de Sevilla : guía oficial*, Sevilla, 2005, p. 18.

4.2 La colección y su disposición

Dada la magnitud de la colección del museo arqueológico no vamos a realizar un catálogo de piezas sino una aproximación histórica de las piezas más importantes que se añaden a partir del siglo XVIII hasta el siglo XX, mencionando a los personajes e instituciones más importantes.

La presencia de colecciones arqueológicas en la ciudad de Sevilla tiene aún un precedente más antiguo, bien es sabido, los magníficos conjuntos de la Casa Pilatos reunidos en Italia y traídos a Sevilla a partir de 1568 por Per Afán Enríquez de Ribera. Dicha colección fue conservada desde entonces para el uso y disfrute privado de los dueños, siendo accesible exclusivamente para las altas capas de la sociedad⁷⁵.

Las colecciones del primer Museo Arqueológico público de Sevilla, se habían formado con anterioridad, sobre todo en el siglo XVIII, aunque es cierto que algunas piezas se remontan incluso al XVII vinculándose con el yacimiento de Itálica. Así la colección básica del museo público del XIX, arranca del último cuarto del XVIII, y corresponde a la que Francisco de Bruna conforma en el Real Alcázar de Sevilla, decano de la Real Audiencia desde 1746, en 1765, nombrado teniente- alcalde pudo ejercer con facilidad sus aficiones culturales y coleccionistas, propias de un hombre de su talla. Reunió por tanto una importante y variada colección arqueológica, la cual incluía un conjunto de antigüedades procedentes de Andalucía occidental, aunque las mejores piezas eran las que venían de itálica⁷⁶. El rumor de los logros en ciudades como Pompeya y Herculano, que se estaban excavando por esos días, hizo que Bruna iniciase las primeras excavaciones en el año 1781, en ese mismo año apareció el torso de Diana Cazadora, en la década de los ochenta irán apareciendo en Santiponce, diferentes esculturas de gran calidad como el “Trajano” desnudo, o un emperador deificado. Estos descubrimientos cambian de manos, uno los Consigue Bruna para su colección y los otros los frailes del Monasterio de San Isidoro⁷⁷. Estos descubrimientos hoy día podemos contemplarlos en

⁷⁵ AMORES CARREDANO, Fernando: *La colección arqueológica municipal de Sevilla: 1886-2014: historia y perspectivas*, Sevilla, 2015, p. 13.

⁷⁶ BELTRÁN FORTES, José. y LÓPEZ RODRÍGUEZ José Ramón: “Historia de las colecciones del Museo arqueológico de Sevilla”, *Horti Hespèridum. Studi di storia del collezionismo e della storiografia artistica*, II, 2012, pp. 96-97.

⁷⁷ LÓPEZ RODRÍGUEZ, José Ramón: “Historia de una escultura: un viaje a través del coleccionismo público en Sevilla”, en *Arqueología, coleccionismo y antigüedad: España e Italia en el siglo XIX*. Sevilla, 2004, pp. 286-287.

el museo, pero inicialmente fueron trasladados al alcázar, en particular al “palacio gótico” una construcción de la época de Carlos V que había sido reconstruida tras su debilitamiento a causa del terremoto de Lisboa de 1755⁷⁸. “El destino de estas esculturas recuperadas en Itálica era completar la colección que Francisco de Bruna había ideado formar en los salones de los citados Reales Alcázares de Sevilla, que denominó Colección de Inscripciones y Antigüedades de la Bética”⁷⁹.

Otro personaje de gran importancia que aparece en la escena coleccionista es Juan de Córdoba, un gran aficionado a las antigüedades, al igual que su padre y que ocupó diferentes cargos en el entorno público, como oidor de la Audiencia de Valladolid y de Sevilla. Se propuso recoger restos romanos que se encontraban en los territorios de su marquesado, formando una importante colección que colocó en la villa que se había construido en Lora de Estepa⁸⁰. En 1788, llegó a oídos de Francisco de Bruna unos dibujos de las esculturas existentes en Lora de Estepa realizados por Alejandro del Barco⁸¹. “Fue Bruna a Estepa el 17 de mayo de 1789, visitando a fray Alejandro en su celda, y a raíz de aquí se produjo el traslado de la citada colección desde Lora a Sevilla”⁸², para integrarse así en la citada colección. “Además, a finales del siglo se incorporaron a la colección reunida por Bruna diversas copias en yeso sacadas de las principales esculturas clásicas de la antigua colección de vaciados de Anton Rafael Mengs, que había sido conformada en Italia, pero que regaló al Rey Carlos IV de España, trasladándose a Madrid”⁸³. Carlos IV donó tales vaciados a la Academia Madrileña de Bellas Artes de San Fernando y de éstos sacaron moldes, saliendo así copias para Sevilla realizadas por José Pagniucci⁸⁴.

⁷⁸ LÓPEZ RODRÍGUEZ, José Ramón: “Historia de una escultura: un viaje...”, op. cit., p. 287.

⁷⁹ BELTRÁN FORTES, José. y LÓPEZ RODRÍGUEZ José Ramón: “Historia de las colecciones del Museo arqueológico de Sevilla”, *Horti Hesperidum. Studi di storia del collezionismo e della storiografia artistica*, II, 2012, p. 97.

⁸⁰ LÓPEZ RODRÍGUEZ, José Ramón: “Historia de una escultura: un viaje a través del coleccionismo público en Sevilla”, en *Arqueología, coleccionismo y antigüedad: España e Italia en el siglo XIX*. Sevilla, 2004, pp. 98.

⁸¹ DEL BARCO, Alejandro: *La antigua Ostippo y actual Estepa*, Sevilla, 1994, p. 249.

⁸² LÓPEZ RODRÍGUEZ, José Ramón: “En los orígenes del Museo Arqueológico de Sevilla: dos esculturas Thoracatas y la colección de Juan de Córdoba Centurión. Una propuesta de identificación”, *SPAL*, 26, 2017, p. 327.

⁸³ BELTRÁN FORTES, José: “La antigüedad romana como referente para la erudición española del siglo XVIII”, en *Iluminismo e ilustración : le antichità e i loro protagonisti in Spagna e in Italia nel XVIII secolo*. Roma, 2003, p. 99.

⁸⁴ BELTRÁN FORTES, José. y LÓPEZ RODRÍGUEZ José Ramón: “Historia de las colecciones del Museo arqueológico de Sevilla”, *Horti Hesperidum. Studi di storia del collezionismo e della storiografia artistica*, II, 2012, p. 99.

Observamos por tanto en este devenir histórico cómo a partir de las piezas de Itálica y de este tipo de personajes, en la escena sevillana se conforma un clímax romano precedente de lo que se proyecta hoy en el museo arqueológico, con una categoría en las piezas dignas de ser exhibidas en el pabellón del renacimiento pero que a partir de las necesidades museológicas crecientes en el siglo XX, tal exhibición necesita cambios sustanciales, no basta solamente con mostrar al público obras monumentales de un pasado romano grandilocuente. Prosigamos entonces por la línea evolutiva de las colecciones que irán conformando en el futuro el museo y cómo se gestan:

La colección de Bruna se ubicó en el citado Palacio Gótico en el Real Alcázar de Sevilla, en diferentes estancias, por una parte, en el patio delantero del edificio llamado, “Patio de María Padilla”, se colocaron numerosos restos como lápidas, capiteles, aras, y diferentes piezas. El otro espacio característico es el “salón de las estatuas”, aquí se encontraban todas las piezas romanas reunidas por el coleccionista, “junto a una colección de estatuas de yeso, vaciadas de las regaladas por Mengs a Carlos III”⁸⁵.

Por desgracia no tenemos noticias de cómo estaban dispuestas las estatuas en el salón, que tanto revuelo y admiración causó en esos tiempos. Con la muerte de Francisco de Bruna y Ahumada en 1807, el destino de las colecciones era una incógnita. Ya que se generó la problemática entre lo privado y lo público, entre lo perteneciente a Bruna y a la corona. “Conviven así los cuadros, el monetarios y los yesos con la Colección de Antigüedades de la Bética y con las colecciones particulares de Bruna”⁸⁶.

A partir de los trabajos de Bruna, las excavaciones en Itálica no se detuvieron nunca, y por tanto no dejaron de aparecer objetos y obras de arte que en el futuro recaerán en el museo, aunque algunas piezas importantes se perderán, sobre todo en el contexto de la Guerra de la Independencia Española y el reinado de Fernando VII ⁸⁷, donde la colección quedó abandonada, con una pérdida importante de piezas, particularmente las

⁸⁵ LÓPEZ RODRÍGUEZ, José Ramón: “Historia de una escultura: un viaje a través del coleccionismo público en Sevilla”, en *Arqueología, coleccionismo y antigüedad: España e Italia en el siglo XIX*. Sevilla, 2004, p. 287.

⁸⁶ LÓPEZ RODRÍGUEZ, José Ramón: “Historia de una escultura: un viaje...”, op. cit., p. 288.

⁸⁷ FERNÁNDEZ GÓMEZ, Fernando. y MARTÍN GÓMEZ, Carmen: *Museo Arqueológico de Sevilla : guía oficial*, Sevilla, 2005, p. 15.

de menor formato y todos los vaciados de yeso que copiaban piezas de gran singularidad de la colección Mengs⁸⁸.

Con la muerte de Fernando VII podríamos establecer el germen del coleccionismo público y la formación del Museo Arqueológico de Sevilla. A estas colecciones se añadieron los objetos extraídos en las excavaciones oficiales de Itálica, realizadas en entre 1839 y 1843 por Ivo de la Cortina, así como el resto de los descubrimientos en la ciudad romana, a partir de 1863, en este caso por Demetrio de los Ríos⁸⁹. Estas cuestiones ocurren en el período de Isabel II, auspiciando así el ascenso al poder de los liberales y con ello las excavaciones a Itálica de forma permanente y con cierto orden en comparación con años anteriores.

En este contexto, “buena parte de las esculturas e inscripciones debieron trasladarse, en 1842, desde el Archivo del Gobierno Civil al Museo Provincial, sito en el ex convento de la Merced, en tardío seguimiento de la real orden de 16 de diciembre de 1840, en que se establecía que los materiales arqueológicos de Itálica se trasladaran a esa institución”⁹⁰. Encontramos pues por estas fechas dos colecciones con un cariz público en Sevilla, la constituida por Bruna y la del Museo de Sevilla.

No podemos finalizar este capítulo sin detenernos en Francisco Mateos Gago y en la colección municipal, que se compró con la finalidad de instalar un Museo Arqueológico Municipal, el museo llegó realmente a instalarse con un conjunto de piezas del convento de los capuchinos, donativos y sobre todo con la colección de epigrafía, metalistería, cerámica y Vidriera de Mateos Gago. Posteriormente también adquiriría su colección de monedas a las que se añadieron 800 ejemplares más donados por el secretario del ayuntamiento Manuel Sánchez Pizjuan. Finalmente D. Manuel Fernández Peña cedería

⁸⁸ BELTRÁN FORTES, José. y LÓPEZ RODRÍGUEZ José Ramón: “Historia de las colecciones del Museo arqueológico de Sevilla”, *Horti Hesperidum. Studi di storia del collezionismo e della storiografoa artistica*, II, 2012, p. 100.

⁸⁹ <http://www.museosdeandalucia.es/web/museoarqueologicodesevilla/las-colecciones>. (Consultado el 30/06/19).

⁹⁰ BELTRÁN FORTES, José. y LÓPEZ RODRÍGUEZ José Ramón: “Historia de las colecciones del Museo arqueológico de Sevilla”, *Horti Hesperidum. Studi di storia del collezionismo e della storiografoa artistica*, II, 2012, p. 103.

en depósito al ayuntamiento la colección de D. Juan Peláez y barrón, unas 1900 piezas procedentes la mayoría de excavaciones⁹¹.

La figura de Mateos Gago es difícil gestionarla en tan pocas líneas, en el tema que nos ocupa podemos describirlo como un interesado desde muy joven por las antigüedades y la numismática. Su mentalidad y criterios se sitúan dentro de la tradición anticuaria. Por su elevada formación participó en las nuevas corrientes de investigación y catalogación de las monedas antiguas que entonces propugnaba Antonio Delgado. Era un gran conocedor de la cultura, y de las antigüedades en general con un gran conocimiento de la cultura romana, destacó no solo en la numismática, también en las antigüedades en un sentido anticuario de goce personal y acumulación casi sin límites⁹².

En definitiva podemos concluir esta parte histórica respecto a la colección del Museo Arqueológico de Sevilla con un breve resumen de la evolución de su colección para encaminarnos a su disposición; la colección inicial estaba integrada por los fondos procedentes de las desamortizaciones del siglo XIX y de las excavaciones de Itálica a las cuales vino a unirse ya en los años 40 del siglo XX la colección municipal, cedida en calidad de depósito por el Ayuntamiento de Sevilla, hoy día el museo conserva más de 60.000 piezas entre objetos en propiedad y depósito⁹³.

En cuanto a la disposición del museo he creído oportuno apoyarme en imágenes mejor que en palabras, ya que considero que es más conveniente abordar este parte del trabajo de forma más esquemática debido a la magnitud del conjunto; desarrollar cómo se disponen las salas en el museo por medio de Imágenes a mi parecer quedara más claro y conciso:

⁹¹ FERNÁNDEZ GÓMEZ, Fernando. y MARTÍN GÓMEZ, Carmen: *Museo Arqueológico de Sevilla : guía oficial*, Sevilla, 2005, pp. 14-15.

⁹² AMORES CARREDANO, Fernando: *La colección arqueológica municipal de Sevilla: 1886-2014: historia y perspectivas*, Sevilla, 2015, pp. 19-20.

⁹³<http://www.museosdeandalucia.es/web/museoarqueologicodesevilla/propuestas-de-recorrido>. (Consultado el 30/06/19).

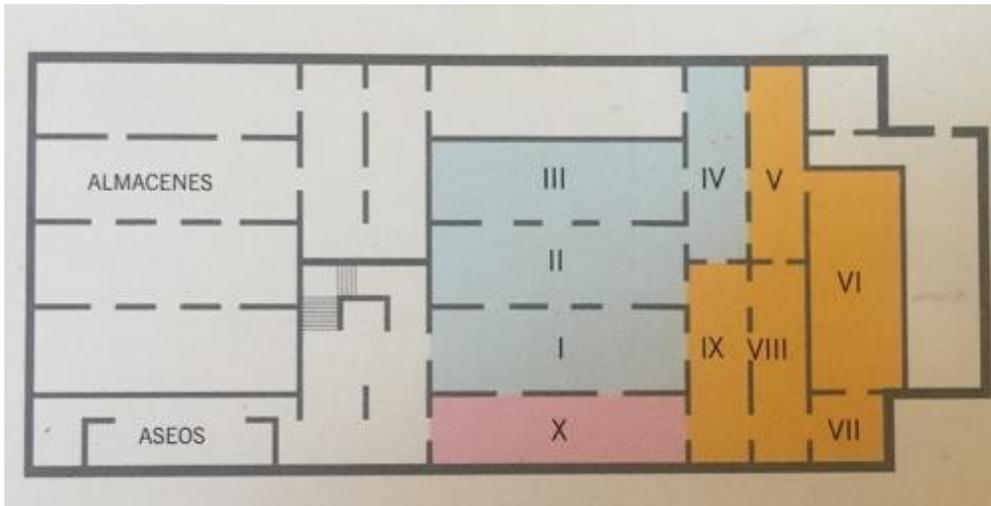


Figura 6: Plano de la planta baja, Museo Arqueológico Sevilla.
 Fuente: FERNÁNDEZ GÓMEZ, Fernando. y MARTÍN GÓMEZ, Carmen: *Museo Arqueológico de Sevilla : guía oficial*, Sevilla, 2005.

	Salas I - IV	Paleolítico - Edad del Bronce
	Salas V - IX	Cultura Tartésica
	Salas X - XI	Cultura Iberoturdetana
	Salas XII - XXV	Periodo Romano
	Sala XXVI	Antigüedad Tardía
	Sala XXVII	Edad Media y Moderna

Figura 7: Disposición de las salas, Museo Arqueológico Sevilla.
 Fuente: FERNÁNDEZ GÓMEZ, Fernando. y MARTÍN GÓMEZ, Carmen: *Museo Arqueológico de Sevilla : guía oficial*, Sevilla, 2005.

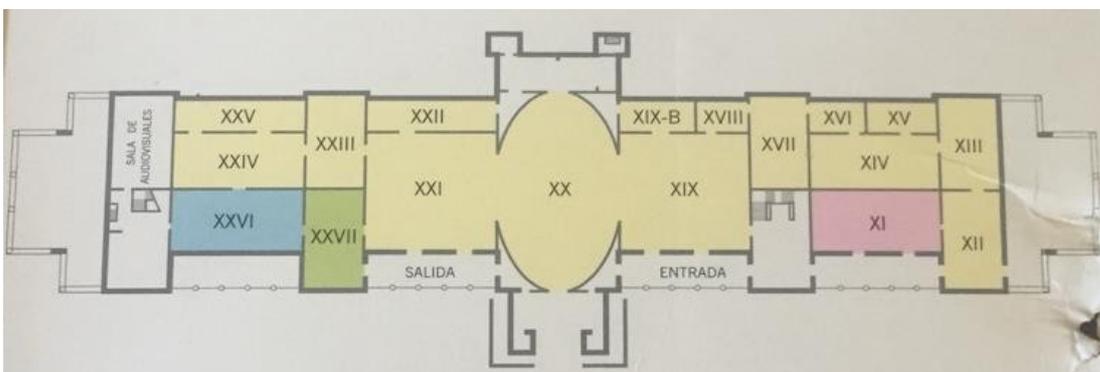


Figura 8: Plano de la planta principal, Museo Arqueológico Sevilla.
 Fuente: FERNÁNDEZ GÓMEZ, Fernando. y MARTÍN GÓMEZ, Carmen: *Museo Arqueológico de Sevilla : guía oficial*, Sevilla, 2005.

A continuación, vamos a desarrollar un breve recorrido por estas primeras plantas estableciendo así lazos de unión con las imágenes dándole un contenido específico:

“El primero de estos recorridos nos lleva a las salas de Prehistoria, donde se encuentran los materiales procedentes del yacimiento de la Edad del Cobre de Valencina de la Concepción: objetos de cerámica, piedra, cobre y hueso; que deben fecharse entre el año 2.500 y el 2.000 a.C. Sin olvidar el conjunto de ídolos, caracterizados por sus grandes ojos en forma de soles, que son considerados como las más antiguas representaciones, en nuestro suelo, de la divinidad”⁹⁴. En el ámbito de la Protohistoria aparecen dos áreas diferenciadas, pero con relación en cuanto al discurso se refiere, destacando en la primera de ellas los marfiles de Carmona.

La ordenación del mundo romano difiere respecto a la prehistórica. En estas primeras salas primaba la ordenación cronológica para poder entender los procesos humanos de esos grupos prehistóricos. “Con Roma ese proceso continúa y se consuma, hasta hacer de toda la península una unidad, que quedará posteriormente integrada en otra todavía superior, el imperio Romano, del que Hispania será una provincia más. A esa unidad esencial del mundo romano responde básicamente la ordenación de las piezas arqueológicas en las salas de nuestro museo”⁹⁵. Destacamos por tanto obras como: Venus, Mercurio, Diana, los mosaicos, o los retratos imperiales destacando los de Trajano y Adriano.

Comentadas estas consideraciones el tesoro del carambolo aparece en escena en una planta especial:

⁹⁴<http://www.museosdeandalucia.es/web/museoarqueologicodesevilla/propuestas-de-recorrido>. (Consultado el 30/06/19).

⁹⁵ FERNÁNDEZ GÓMEZ, Fernando. y MARTÍN GÓMEZ, Carmen: *Museo Arqueológico de Sevilla : guía oficial*, Sevilla, 2005, p. 109.

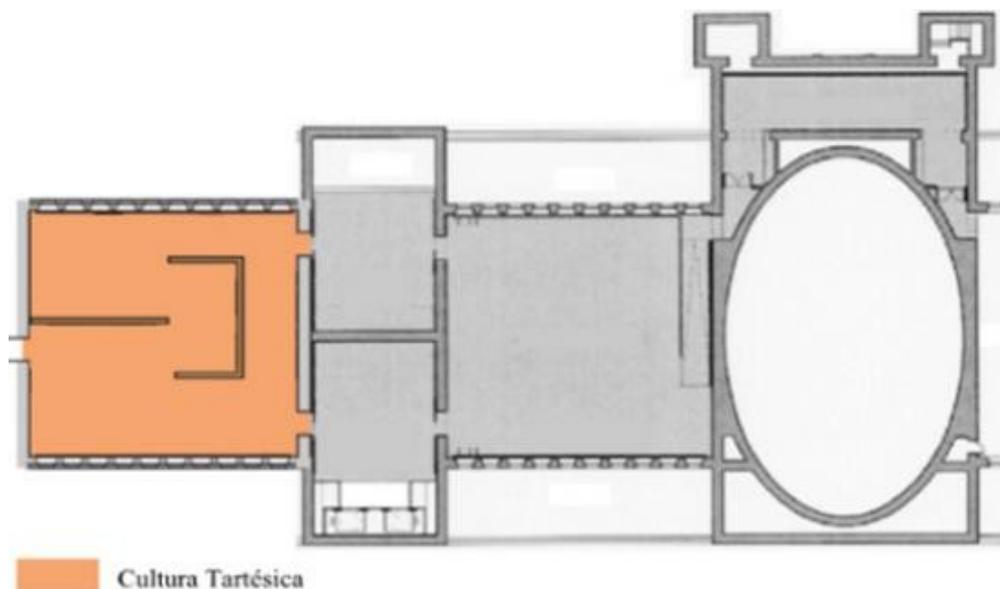


Figura 9: Plano de la primera planta, Museo Arqueológico Sevilla.
 Fuente: FERNÁNDEZ GÓMEZ, Fernando. y MARTÍN GÓMEZ,
 Carmen: *Museo Arqueológico de Sevilla : guía oficial*, Sevilla,
 2005.

Concerniente a la planta primera aparece la sala monográfica dedicada a “El tesoro del Carambolo”. “En ella se muestra una reproducción del tesoro en relación con su contexto original: un santuario dedicado a divinidades fenicias. Podemos ver también la representación de la diosa fenicia Astarté, realizada en bronce y sentada, con los pies sobre un escabel en el que aparece el texto más antiguo que se conoce en la Península, entre los siglos VIII y VII a.C. Se incluyen en los contenidos de la sala otros tesoros, como el de Ébora y Mairena, y otros santuarios del entorno, como los de Coria o Lebrija”.

Con este breve recorrido por las plantas principales del museo cerramos este capítulo para dirigirnos a la modernidad, durante estas líneas hemos realizado una investigación evolutiva estrictamente histórica para conseguir una mirada objetiva tanto de la evolución del concepto de museo como de las colecciones del museo arqueológico y su disposición. Esto nos ha servido como base consistente para afrontar las novedades museológicas y museográficas de nuestro presente, unas novedades que intentaremos abordar de la formas más conveniente y accesible al entendimiento, para verterlas en el museo arqueológico y poner a prueba sus instalaciones y poner en tela de juicio las definiciones de la ICOM, unas definiciones del concepto global de museo que poco a poco se vislumbran en la escena mundial en las principales potencias empresariales que toman partido del público y sus necesidades.

Este devenir histórico también servirá para presenciar los cambios culturales en el organigrama sevillano, en particular en el museo en cuestión, contemplaremos cuáles son las novedades (si las hay) respecto a años atrás. Ello nos servirá también para afrontar el desafío del arte, un desafío que en las instituciones culturales cada vez es más difícil de superar, un camino equiparando al Sísifo, que sugiere una lenta agonía que el plan de actuación especial en materia de bellas artes casi logra conseguir sus objetivos, pero llegó a su fin demasiado pronto.

Es la hora de la comunicación, el tiempo de los museos y el público, es un hecho y no hay posibilidad de involución, el arte se ha vuelto hacia nosotros, los museos necesitan una labor, consagrar el valor social y educativo del arte. Estas líneas nos han servido para comprobar el factor elitista del arte en tiempos antiguos, el carácter privado de las colecciones, el carácter clasista de los museos. La historia de los museos nos ha dado un camino para la superación ante los errores de los antiguos museos, es de obligado cumplimiento superar este desafío y convertir el espacio museístico en un entorno para el disfrute y el entendimiento. Veremos en los siguientes apartados qué porcentaje de éxito tienen estas cuestiones en la actualidad.

5. NUEVAS POSIBILIDADES MUSEOLÓGICAS Y MUSEOGRÁFICAS

En esta ocasión abordaremos las novedades en cuanto a estos dos conceptos, uno de ellos aparece en la antigüedad y el otro a partir del siglo XX. La museografía comienza a aparecer en escena en el Renacimiento donde el coleccionismo privado es pieza fundamental en el devenir social, donde el hombre es el organizador de las piezas artísticas ⁹⁶. “Como disciplina, el objetivo crucial de la museografía es el estudio sistemático, la clasificación ordenada y seleccionada y la exposición clara y precisa de los fondos del museo, adaptando el edificio a las necesidades museológicas y museográficas e introduciendo métodos eficaces para su comprensión. Desde la perspectiva artística ofrece uno de los puntos más esenciales para la estética, el arte, la sensibilidad y la Museología”⁹⁷. A través de una metodología expositiva la museografía debe promover cualidades tales como la imaginación, inspiración, la sensibilidad, y por supuesto la educación y la comunicación objeto-público.

⁹⁶ LEÓN, Aurora: *EL MUSEO. Teoría, praxis y utopía*. Madrid, 2010, p. 104.

⁹⁷ LEÓN, Aurora: *EL MUSEO. Teoría, praxis...*, op. cit., pp. 109-107.

Comentadas las características principales del concepto museográfico, tal y como se observa en el título es tiempo de indagar en las últimas “noticias” de la museografía. La comunicación en este caso entra en escena y sobre todo el concepto de “didáctica”. Resulta fundamental crear conexiones con el público en base al producto expositivo; productos que sean comprendidos por todo tipo culturas, es en esta parte específica donde interviene la didáctica. Para alcanzar a este público es necesario una red de conocimiento en base a informaciones complementarias, herramientas de interpretación, realizar una labor de “inclusión” social con la exposición, una labor donde el público se sienta identificado con todo lo que genera el objeto⁹⁸.

“¿Qué es lo que distingue la museografía clásica de la museografía didáctica? Quizás la distinción más fundamental es que la museografía didáctica no concibe la exposición como una experiencia solamente estética. El escaparatismo, el diseño o la arquitectura no son museografía, aun cuando suelen ser elementos auxiliares fundamentales. La museografía didáctica la concebimos como un espacio tecnológico relacional, donde inciden las aportaciones y saberes de diversas ciencias y disciplinas tecnológicas, que tiene sentido en tanto se incide en la acción o en la creación del artefacto o producto museográfico”⁹⁹. La museografía didáctica es un espacio interdisciplinar, donde la cantidad de conocimiento en el museógrafo sobre objetos, ciencias, técnicas comunicativas, tecnologías mecánicas, didáctica y las diferentes formas de construir el conocimiento tendrá una efectividad total en cuanto a los diferentes retos que se le afronte, referente a problemas de su índole. Por ello, desde la perspectiva de la museografía didáctica, la afirmación; “no se puede explicar lo que no se conoce”, con los museos ocurre lo mismo, no se puede museizar lo que desconocemos, tampoco se puede museizar lo que desconocemos. Informar, contextualizar, o hacer comprensible un objeto de estudio, va unido a un conocimiento científico de este, para dirigir al público por la senda del entendimiento¹⁰⁰.

En conclusión, “el objeto de la museografía es mostrar, dar a conocer, comunicar diferentes objetos de estudio históricos, geográficos, artísticos, patrimoniales,

⁹⁸ LLONCH MOLINA, Nayra. y SANTACANA, Joan: *Claves de la museografía didáctica*. Lleida, 2011, p. 12.

⁹⁹ LLONCH MOLINA, Nayra. y SANTACANA, Joan: *Claves de la museografía...*, op. cit., p. 12.

¹⁰⁰ *Ibidem*,

tecnocientíficos, biológicos, etc., a un determinado horizonte destinatario, mediante la intervención en un espacio a musealizar”¹⁰¹.

En cuanto a la ciencia Museológica, aparece bien entrado el siglo XX. “El postulado fundamental de la Museología radica en la rigurosa planificación de las funciones museísticas y la metódica ordenación de los fondos, regulándolo conforme a unos teoremas razonados para los fines perseguidos y atentos a las innumerables actividades creadoras del hombre y a sus diversas preferencias; todo ello exige de la ciencia museológica unos principios de estructuración sistemática para analizar, seleccionar y poner en valor todas las manifestaciones creadoras del hombre en concordancia con los niveles socioculturales e intelectuales que integran el museo”.

El título de este apartado nos hace ver el cambio sustancial que han tenido los museos en los últimos tiempos. Las nuevas tendencias de la museología; es atisbar el cambio en el mundo de los museos, durante estos últimos años, comenzando por el aumento de la cantidad de museos en el mundo, unido a su transformación radical: ya sea en relación con la comunicación (concerniente a la exposición o al desarrollo del museo como medio para establecer enlaces comunicativos); o a la transformación del patrimonio, unido a lo contemporáneo u orientado al público y sus necesidades¹⁰². Estos cambios se hacen perceptibles en la creación de organismos específicos para tratar especialidades museísticas ya comentadas anteriormente como el ICOFOM.

Dos elementos han tenido una gran influencia sobre el pensamiento y devenir de la museología: los avances tecnológicos, por un lado, y los mecanismos de la economía, por el otro. Con la aparición de internet y de las nuevas tecnologías de información y comunicación el museo entra en un nuevo entorno, un nuevo espacio donde la “cibermuseología” es un hecho. “La evolución en la manera de concebir los mecanismos económicos constituye también un dato de vital importancia para comprender especialmente las relaciones entre el museo y el mercado del arte, aquel que Doyen explica a través del patrimonio etnográfico; pero es sobre todo, la crisis económica y paralelamente el desarrollo de lógicas colaborativas y participativas lo que más ha influenciado el pensamiento museal contemporáneo: las contribuciones de Agostino, de

¹⁰¹ SANTACANA, Joan. y SERRAT ANTOLÍ, Núria: *Museografía didáctica*. Barcelona, 2007, p. 56.

¹⁰² MAIRESSE, François: “Nuevas tendencias de la museología”, *ICOFOM Study Series*, 43a, 2015, p.18.

Moolhuisen y de Radice, entre otras, testimonian la importancia actual de este modo de funcionamiento particular de la institución”¹⁰³. Establecemos pues que, poco a poco es clave en el panorama museológico la comunicación con el público, donde aparece la educación y mediación como elementos principales, pero todo ello parece estancarse cuando la exposición comienza a montarse, ¿cómo montar una exposición? ¿Se tiene en cuenta al público? O en cambio, ¿es el artista o la institución quien dirige la exposición y su montaje en base a sus objetivos económicos? El panorama del ICOM testimonia diferencias fundamentales en materia de postulados e investigaciones de diferentes autores en distintos países y contextos, tanto en lo que concierne a su estado de desarrollo como en relación con el patrimonio o los públicos, pero ello al fin y al cabo es el fin último del ICOFOM; reunir, ubicar geográficamente y sintetizar el conjunto de propuestas ligadas al campo museal¹⁰⁴. Dadas estas diferencias y discusiones entre los principales autores de esa “nueva museología”, “expresión *nouvelle muséologie* que ha sido la contraseña de un levantamiento que, bajo el apostolado de jefes como George Henri Rivière, Hugues de Varine-Bohan, o André Desvallées, vino a sacudir el mundo de los museos primeramente en Francia y Québec, luego en el África francófona y en los países europeos más cercanos a Francia, mientras que en el Reino Unido, los Estados Unidos de América y en el Canadá anglófono es donde más está propagándose la *critical museology*”¹⁰⁵. Aunque es en inglés donde realmente queda registrado el término “nueva museología” en un artículo de los norteamericanos G. Mills y R. Grove de 1958, pese a ello con G. H. Rivière y sus seguidores se extiende¹⁰⁶. Este “movimiento” museístico da paso a la mencionada “museología crítica”. Tras la ambivalencia en los discursos planteados en el siglo XX en el ámbito de la museología, han surgido diversas formulaciones postmodernas del museo, donde la “crítica institucional” es un hecho por parte de los artistas, curadores y diferentes personalidades que cuestionan las bases museísticas incluso dentro de estos templos culturales donde la museografía se hace partícipe de estos interrogantes¹⁰⁷, es el caso del Birmingham Museum, en la sección antropológica de la galería 33, donde aparece signos de interrogación en sus vitrinas. Ha

¹⁰³ MAIRESSE, François: “Nuevas tendencias de...”, op. cit., pp. 19-20.

¹⁰⁴ <http://network.icom.museum/icofom/L/1/>. (Consultado el 04/07/19).

¹⁰⁵ LORENTE, Jesús Pedro: “Nuevas tendencias en la teoría museológica: a vueltas con la Museología crítica”, *Museos.es: Revista de la Subdirección General de Museos Estatales*, 2, 2006, p. 26.

¹⁰⁶ LORENTE, Jesús Pedro: “Nuevas tendencias en la teoría...”, op. cit., p. 26.

¹⁰⁷ LORENTE, Jesús Pedro: “Estrategias museográficas actuales relacionadas con la museología crítica”, *Complutum*, 26, p. 112.

sido sobre todo en universidades donde inicialmente se ha desarrollado este movimiento, dedicado a las diferentes propuestas de museografías interactivas. Es un discurso crítico común y repetido en la cultura norteamericana relacionada con este ámbito, dentro de un contexto de renovación de muchas áreas del saber, tanto en la historia del arte, como en antropología, arqueología, entre otras disciplinas, siempre con la terminación crítica junto a ellos¹⁰⁸.

Un hecho importante en el entorno español que ha dado pie a profundizar en este tipo de publicaciones ha sido el I Simposio Internacional sobre Museología Crítica, organizado por el Museo del Patrimonio Municipal de Málaga, donde “las ponencias y los debates desarrollados durante el evento nos habían demostrado a todos que ese principio de «pensar el museo» que había regido la construcción del MUPAM era lo realmente importante, que la lógica era el territorio en el que el museólogo debe moverse para materializar un proyecto por y para la sociedad que ha de participar con su presencia y consumo en el museo”¹⁰⁹. Con este pequeño análisis en el entorno malagueño, las últimas vertientes en cuanto a museología y museografía poco a poco están llegando a nuestra cultura, aunque bien es cierto que aún queda un largo camino por recorrer.

En conclusión, estas novedades tienen un avance en otras culturas como la norteamericana, donde se aboga que los museos no eludan responsabilidades, sino que la hagan explícita. Con este tipo de cuestionamientos y escritos, nuestra investigación está encontrando su momento, apareciendo poco a poco las entrañas del problema de nuestros días, en este sentido los museos de arte moderno y contemporáneo se comportan de forma distinta a los que podemos llamar tradicionales, ya que proponen una nueva actitud, no basándose en una mera evolución histórico-artística, sino una variedad en cuanto a diferentes puntos de vista. Ello nos lleva a lo que llama Aurora León; Tipologías museológicas según la disciplina, donde el rasgo que más propiamente define a un museo es la hetero/homogeneidad de su contenido¹¹⁰. Por lo tanto, ¿parece una misión imposible englobar tareas de comunicación y mediación sea cual sea el discurso? En el siguiente gráfico observaremos las diferentes disciplinas para poner fin a esta andadura por la contemporaneidad en cuanto a la museografía y la Museología.

¹⁰⁸ LORENTE, Jesús Pedro: “Museología crítica: Museos y exposiciones como espacios públicos de controversia y participación colectiva”, *art.es*, 52, 2012, p. 100.

¹⁰⁹ SAURET GUERRERO, Teresa: “El Museo del Patrimonio Municipal desde la Museología crítica”, *museo y territorio*, 4, 2011, p. 141.

¹¹⁰ LEÓN, Aurora: *EL MUSEO. Teoría, praxis y utopía*. Madrid, 2010, p. 114.

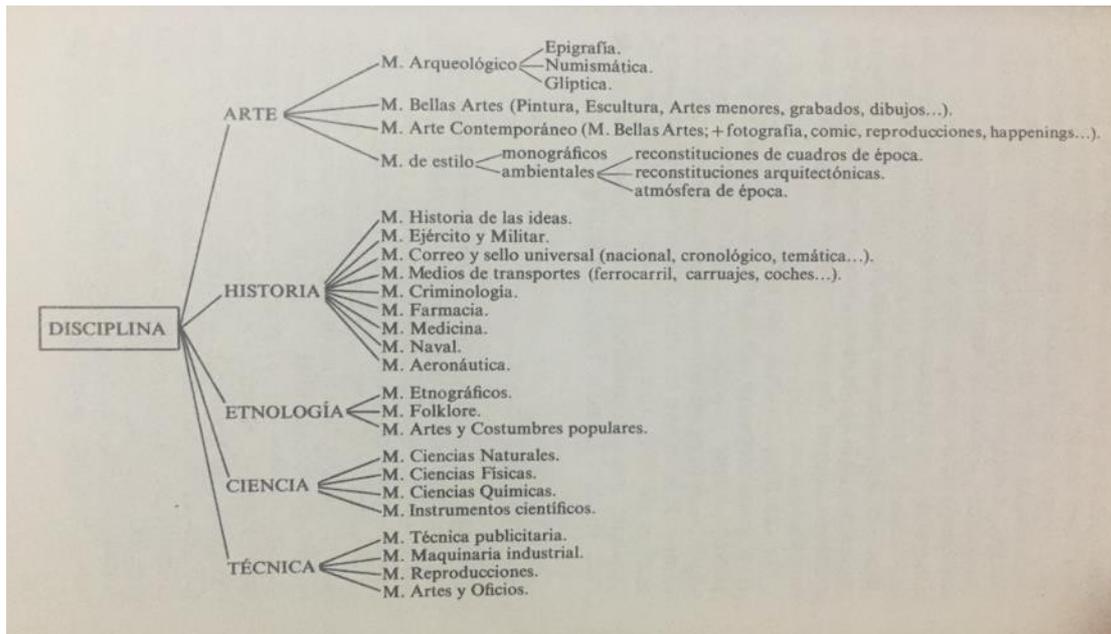


Figura 10: Esquema tipologías museísticas según la disciplina.
Fuente: LEÓN, Aurora: *EL MUSEO. Teoría, praxis y utopía*. Madrid, 2010.

5.1 Estudio del público

Llegó el momento de hablar de las personas, de la sociedad, de los niños, de los adultos, de las personas mayores, de esa conexión entre colección, exposición y el público, donde en este paradigma cultural cada vez se le da más importancia y cobra más sentido un estudio somero del público en el museo para mejorar su entendimiento para con la institución.

El público entendido como esa porción de la sociedad que visita un museo es, junto con las colecciones y el edificio ese complejo puzzle que supone la planificación de un museo, ello conlleva a la afirmación siguiente; el público es un pilar clave para el funcionamiento y las actividades esenciales del museo. Aunque hemos observado en la parte histórica de la investigación no hay que olvidar que esa imagen de museo elitista y lejano ha cedido su lugar a una concepción de museo como una institución al servicio del público, lo que lleva a un interés en conocer a la sociedad, sus necesidades, a establecer un diálogo de entendimiento necesario para conseguir los resultados pertinentes; el placer

estético o el mero divertimento, unido obviamente a una de las finalidades de la institución que es la de captar la atención de los visitantes¹¹¹.

Para realizar un estudio del público más concreto, realizaremos una especie de evolución según qué tipo de países aportan estas novedades para finalmente centrarnos en el caso español. El iniciador de esta tendencia es Francis Galton, el precursor de la Psicología Diferencial, empleaba en sus ratos libres, a observar y analizar a los visitantes de los museos victorianos de su época. De forma más documentada, las primeras investigaciones sobre visitantes de museos con cierto rigor respecto a los datos, aparecen a finales de los años veinte en los Estados Unidos por la Asociación Americana de Museos, que realiza un encargo a Edward Robinson, un profesor de Psicología de la Universidad de Yale, un estudio sobre el comportamiento del público entre 1925 y 1927, pese a ello no es hasta los años setenta cuando en realidad este tipo de actuaciones se consolida ¹¹² . Con el transcurrir del tiempo comenzamos a comprobar diferentes aportaciones de autores principales que van surgiendo como; Harris Shettel y Chanler G. Screven, formulaciones que serán decisivas para el desarrollo de esta investigación en el campo teórico y metodológico. A partir de este tipo de aportaciones la evolución es muy apreciable, coincidiendo con los cambios socioeconómicos, que comienzan a producirse en las instituciones sin ánimo de lucro, como los museos, que debido a las nuevas políticas (liberales), la transformación es de obligado cumplimiento en organizaciones autosuficientes¹¹³.

A principio de los años noventa, la Asociación Americana de Museos realiza una serie de recomendaciones para aumentar el cariz educativo en los museos norteamericanos entre las que pueden destacarse las siguientes: Realizar un análisis del público para sacar conclusiones tales como; ¿quién visita el museo? O, ¿cuál es la intención del visitante? A partir de estos datos realizar los métodos de análisis documentando así los datos establecidos para futuras mejoras. Aplicar tales resultados a la consecución de exposiciones y programas, evaluando la efectividad de estas, fomentando así la revisión y experimentación para la mejora de la experiencia educativa

¹¹¹ ARIAS SERRANO, Laura: “El papel del público en el museo de hoy”, *Boletín de la ANABAD*, 2-3, 1990, p. 179.

¹¹² PÉREZ SANTOS, Eloísa: “EL PÚBLICO Y EL MUSEO”, *Mus-A: Revista de los museos de Andalucía*, 10, 2008, p. 21.

¹¹³ PEREZ SANTOS, Eloísa: “EL PÚBLICO Y EL MUSEO”, *Mus-A: Revista de...*, op. cit., p. 21.

del visitante. Establecer una estructura clara y concisa respecto a toma de decisiones para la elaboración de idóneas exposiciones y actividades que implique una comunicación e intervención entre el personal del museo y el público¹¹⁴.

Este tipo de actividades y apoyo institucional a los estudios de público en los museos en los Estados Unidos tuvo su influencia en la puesta en marcha del Programa de Evaluación de Exposiciones y Museos, por el cual los museos examinan sus exposiciones en evaluaciones sistemáticas incluyendo ayudas económicas para llevar a cabo este tipo de acciones, auspiciando la investigación de público tanto en el país como en el resto del mundo¹¹⁵.

“Por su parte, en Europa, tras el periodo de recuperación de la segunda posguerra, las investigaciones acerca del público en museos y exposiciones comienzan a rodar en aquellos años, aunque no aparece un auténtico cuerpo de investigadores hasta los años setenta, en especial en el British Museum of Natural History de Londres”¹¹⁶. Desde Gran Bretaña se establece en distintos países europeos, es el caso de Francia en los años ochenta y Alemania cuando empiezan a partir de instituciones oficiales a investigar en materia de estudios de público en los museos¹¹⁷.

Los Estudios de Visitantes en el caso español se desarrollan con posterioridad comparados con Estados Unidos y los países europeos mencionados anteriormente. Los primeros trabajos sobre visitantes de museos se realizan en los años ochenta, por García Blanco, o Sanz y Medina entre otros¹¹⁸. En estas primeras investigaciones prima más el carácter voluntario que el profesional y científico aún en el prisma español no está instalado un estudio profundo del público en los museos. El trabajo de mayor índole en cuanto a la amplitud y desarrollo de los datos expuestos fue el realizado en España sobre los visitantes en 1997 por la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales del Ministerio de Educación y Cultura sobre el público en cuatro museos: el Museo

¹¹⁴ COCHRAN HIRZY, Ellen: *excellence and equity : education and the public dimension of museums*. Washington, D.C, 1992, p. 16-28.

¹¹⁵<https://www.aam-us.org/programs/ethics-standards-and-professional-practices/code-of-ethics-for-museums/> (Consultado el 07/07/2019).

¹¹⁶ MONTEAGUDO FERNÁNDEZ, José: *Iniciación a los estudios de visitantes en museos*. Saarbrücken, 2014, p. 21.

¹¹⁷ MONTEAGUDO FERNÁNDEZ, José: *Iniciación a los estudios de...*, op. cit., p. 21.

¹¹⁸ PÉREZ SANTOS, Eloísa: “EL PÚBLICO Y EL MUSEO”, *Mus-A: Revista de los museos de Andalucía*, 10, 2008, p. 22.

Arqueológico Nacional, el Museo Nacional de Artes Decorativas, el Museo Cerralbo y el Museo Nacional de Antropología. Este estudio recogió todo tipo de datos; “frecuencia de visitas, tales como totales y medias anuales y mensuales, útiles para conocer el ritmo de visitas a lo largo del año, y, consiguientemente, poder programar las actividades de acuerdo con dicho ritmo”¹¹⁹.

Otra actividad más a destacar es el esfuerzo realizado por la “Subdirección General de Museos Estatales, se está realizando en estos momentos para dar un impulso definitivo a este tipo de investigaciones. La reciente creación del Laboratorio Permanente de Público de Museos (cuyas líneas generales de actuación se presentan en este dossier) ha conllevado también una exhaustiva revisión de todos los estudios previos que sobre el público se han venido realizando en los últimos años en los museos de titularidad estatal”¹²⁰.

Tristemente los estudios de visitantes en nuestro país han puesto de manifiesto unas carencias apreciables; en primer lugar, la escasez de trabajos realizados (apenas siete museos estatales han realizado un estudio de perfil de público visitante). En segundo lugar, algunos de estos estudios se han realizado con una pobre metodología llegando en algunos casos al desconocimiento. Por último, la mayoría de estas investigaciones no han tenido la suficiente repercusión como para poder expandirlas por el país estableciendo sinergias positivas entre museos aportando y compartiendo datos para la mejora de este tipo de investigaciones¹²¹.

Hemos establecido un camino teórico y evolutivo sobre los visitantes en los museos desde una perspectiva, a continuación, lo abordaremos desde una forma práctica en el Museo Arqueológico de Sevilla comprobando cuáles eran esas estrategias de recogidas de datos. Durante esos primeros años en otra sede, el Museo Arqueológico de Sevilla adoptó medidas para mejorar su visión de cara a la sociedad, con el objetivo de aumentar el número de visitantes en el museo, sea cual sea su condición¹²². Así se

¹¹⁹ GARCÍA BLANCO, A., PÉREZ SANTOS, E., y ANDONEGUI, M. O: *Los visitantes de museos: un estudio del público en cuatro museos*. Madrid, 1999, p. 5.

¹²⁰ PÉREZ SANTOS, Eloísa: “EL PÚBLICO Y EL MUSEO”, *Mus-A: Revista de los museos de Andalucía*, 10, 2008, p. 25.

¹²¹ PÉREZ SANTOS, Eloísa: “EL PÚBLICO Y EL MUSEO”, *Mus-A: Revista de los museos de...*, op. cit., p. 25.

¹²² TORRUBIA FERNÁNDEZ, Yolanda. y MONZO LOSADA Patricia: “Museo arqueológico de Sevilla origen, evolución, cambio y continuidad”, *Romula*, 8, 2009, p. 307.

establece diferentes líneas para la recogida de datos, como por ejemplo, “la anotación, primero fuera de las estadísticas generales y después incluidas dentro de ellas, de las visitas colectivas y de escolares, que irán tomando importancia y protagonismo a medida que vaya avanzando el siglo XX”¹²³. Con esta clase de avances poco a poco se va abordando la cuestión comunicativa, por ello en mayor medida desde los años ochenta, se produce un esfuerzo estadístico no sólo para llevar un recuento óptimo, también para conocer el significado social de tales cambios en cuanto a las estadísticas. Durante estos años se realiza una especie de literatura científica en torno a los visitantes y su comportamiento, a ello se le suma una serie de técnicas en países como Rusia y Estados Unidos a través de entrevistas, encuestas, observación y análisis¹²⁴.

Culminando esta cuestión es importante destacar cómo a partir de estas fechas este tipo de práctica irá añadiéndose al paradigma museístico en general, una práctica que no solo trata de anotar el número de visitantes sino también de una preocupación por ese público potencial. De esta forma, la comunicación poco a poco entra en escena de forma sustancial, ya que se va intentando poco a poco contar con la opinión de los visitantes, creando por tanto un museo a la medida de la sociedad en lo máximo posible, ejemplo de ello son las palabras de Fernando Fernández, director del museo por estos años, “no hay que montar las salas del museo solo para la comprensión de esos interminables grupos de escolares de diez a catorce años. Hay que comunicar a todos los niveles”¹²⁵. En definitiva, se contempla como en el paradigma sevillano a partir de 1975 se intenta llevar a cabo este tipo de novedades que hemos ido desgranando por años, llegando a establecerse una opinión generalizada en los museos de todo el mundo; el público es un factor crucial para el devenir del museo y la colección, por ello llevar a cabo un recuento de visitantes, posibles visitantes, extranjeros, horarios, es crucial para las mejoras de los servicios del propio museo. A continuación, para finalizar este apartado vamos a aportar las estadísticas del 2018 en los principales museos de Sevilla en base a los visitantes desde Enero hasta Octubre.

¹²³ TORRUBIA FERNÁNDEZ, Yolanda. y MONZO LOSADA Patricia: “Museo arqueológico de...”, op. cit., p. 308.

¹²⁴ FERNÁNDEZ GÓMEZ, F. ; LINEROS ROMERO, R. y OLIVA ALONSO, D: “Museo y estadística. Proyecto de aplicación al Arqueológico de Sevilla”, *Museos*, 3, 1984, p. 146.

¹²⁵ FERNÁNDEZ GÓMEZ, F. ; LINEROS ROMERO, R. y OLIVA ALONSO, D: “Museo y estadística. Proyecto de aplicación...”, op. cit., p. 147.

Sevilla	en	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	T
Centro Andaluz de Arte Contemporáneo	9.991	26.427	11.020	13.406	42.750	15.744	13.030	14.192	14.422	23.424	184.406
Museo Arqueológico de Sevilla	5.736	7.921	3.146	7.293	7.498	6.079	4.275	3.847	5.554	8.496	59.845
Museo de Artes y Costumbres Populares de Sevilla	4.989	6.039	2.453	5.782	6.501	5.021	2.610	3.424	5.069	5.968	47.856
Museo de Bellas Artes de Sevilla	44.337	70.475	80.736	39.823	34.976	27.562	16.461	8.967	18.918	25.240	367.495

Figura 11: Estadística de visitantes en los principales museos sevillanos

Fuente: https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/estadisticas/13/03/museos18_3.pdf (Consultado el 12/07/19).

5.2 Adaptación arquitectónica

La arquitectura es en el ámbito museístico un elemento fundamental, quizás podríamos afirmar que, en la historia del arte no existe ninguna otra actividad donde el edificio adquiera tanta importancia como medio de comunicación, a excepción de la práctica religiosa¹²⁶.

Hemos comprobado en la parte histórica de los museos como la arquitectura desde tiempos muy antiguos ha tenido un lugar privilegiado¹²⁷. Es en la segunda mitad del siglo XVIII cuando el espacio comienza a cambiar, el museo se nutre de público y con ello empezaron las nuevas necesidades tanto en la colección como en los conocimientos arquitectónicos. Estas necesidades se convierten en problemas en el siglo XX con la denominada “crisis de los museos, una crisis tipológica y espacial sin precedentes. Es decir que, mientras otros ámbitos expositivos comienzan a desarrollar criterios específicos e independientes, el museo pierde influencia, lo que conlleva a una separación radical de las diferentes especialidades, hasta llegar al momento actual en que, como ya hemos indicado repetidas veces, permanecen aisladas”¹²⁸. Como bien indica Juan Carlos Rico, el espacio, la museología y la museografía permanecen en conflictos con la arquitectura o mejor dicho según qué tipo de arquitectura donde las novedades son difíciles o casi imposibles de imponer en edificios históricos convertidos a museos.

¹²⁶ THOMPSON, J: *Manual of curatorship : a guide to museum practice*. Boston, 1992, p. 498.

¹²⁷ Desde época clásica, las musas tenían su propio espacio en la antigua Grecia.

¹²⁸ RICO NIETO, Juan Carlos: *Manual práctico de museología, museografía y técnicas expositivas*. Madrid, 2006, p. 81-82.

Aunque bien es cierto que con llegada de las vanguardias y la crisis comentada anteriormente la modernidad jugó su papel y la arquitectura comenzó a cambiar sobre todo a raíz de la creación del Moma en 1929, cuyo objetivo principal fue poner al alcance de todos los públicos ese arte tan elitista de la cultura estadounidense del momento. Tras diez años de su apertura comenzaron las ampliaciones y las novedades, siendo el primer museo construido en altura y con ascensores y con las características propias del Estilo Internacional: “arquitectura como volumen, no como masa; regularidad, pero no simetría; confianza por la satisfacción estética basada en la cualidad intrínseca de los materiales elegantes; finas proporciones; y perfección técnica en vez de ornamento aplicado”¹²⁹. Este estilo pese a su utilización y presencia en el entorno Americano también tiene su lugar en la crítica ya que es complicado concebir un museo perfecto respecto a la arquitectura y la colección, más si cabe “en la aplicación arquitectónica a los museos actuales, es una estandarización de los modelos, que tienen en el llamado "Estilo Internacional" su más cómodo recurso, un estilo por lo demás contaminado por el eclecticismo propio de la Postmodernidad. Esto, a mi entender, resulta preocupante, dado que, tanto si se trata de un museo de nueva planta como si no, se tiende a configurar de acuerdo a un patrón o modelo, que para nada parece tener en cuenta factores tan importantes como el contexto geográfico e histórico donde se va a construir, siendo por consecuencia totalmente indiferente a su destino”¹³⁰.

En los museos de vieja planta entran en conflicto otra serie de percepciones arquitectónicas, para la praxis museológica supone un problema realizar novedades en este tipo de espacios. Sobre todo, en el hecho de la rehabilitación de un edificio de carácter históricos para con las necesidades museísticas actuales. A este problema presumiblemente no le podemos encontrar una solución directa ya que cada planta de un edificio se ha creado para una función totalmente distinta a las exigencias de un museo por lo que su intervención resulta cuanto menos complicado. Las instituciones y arquitectos tienen que conseguir auténticos milagros para crear una armonía en el presente de edificios del pasado, o en cambio se tendrá que proponer un museo de nueva planta en la que los costes económicos pueden multiplicar las exigencias anteriores. Se ofrecen dos

¹²⁹ FALCÓN MERAZ, José Manuel: “La arquitectura del museo: testigo y evidencia de la época”, *Arquitecturavista*, 2, 2012, p. 140.

¹³⁰ MARTÍN MARTÍN, Fernando: “REFLEXIONES EN TORNO AL MUSEO EN LA ACTUALIDAD”, *Laboratorio de Arte*, 7, 1997, p. 270.

posibles opciones a la adaptación arquitectónica-museológica: “renunciar al sentido primigenio del edificio y estrangular su concepción unitiva o no renunciar a su entidad estilística y fabricar un cocktail-museo en el que las disonancias y disparidades pueden llegar al punto de anular las funciones museísticas”¹³¹.

Respecto a la colección dentro de los patrones de la adaptación arquitectónica “los audaces diseños creados por esos demiurgos de la modernidad museológica que son los arquitectos, y es el hecho insoslayable de la colección en total prioridad a su continente. Un museo no es un buen edificio por muy de autor que sea -no nos confundamos- un museo es ante todo la colección que alberga, siendo ésta la que lo define y le otorga entidad frente a otros. Esto, que el elemental sentido común admite, a veces no parece tener su correlación práctica, y de hecho, últimamente se han visto ejemplos en donde el proyecto arquitectónico precede a los contenidos sin que estos existan y sin saber con certeza cuál va a ser su función concreta”¹³².

Con estas apreciaciones teóricas pasaremos a comentar desde dentro nuestro museo centrándonos en el aspecto comunicador, es decir en las obras de arte y su relación con el entorno. Realizaremos un análisis respecto a los espacios tanto público como privados para comprobar si la colección responde a nuestras necesidades. Desde el punto de vista de la distribución de espacios en el museo, esta zona ocupa el 35 % del total aproximadamente, lo que demuestra una distribución del museo antigua y no acorde con las nuevas directrices de la museología que, sin restar su importancia a la exposición, defienden un mayor espacio en el museo para actividades didácticas, servicios para el público o exposiciones temporales. Además, no existen zonas de descanso en todo el recorrido de la exposición permanente, siendo la única zona sin colecciones la situada en el tránsito de la planta baja al sótano y viceversa, para lo que hay que pasar por el vestíbulo¹³³.

Estos resultados muestran la necesidad del museo de abordar una reorganización en base a las necesidades de la contemporaneidad, por lo que será necesaria una intervención que posiblemente sea cuantiosa y que lleve al cierre temporal del museo,

¹³¹ LEÓN, Aurora: *EL MUSEO. Teoría, praxis y utopía*. Madrid, 2010, p. 204.

¹³² MARTÍN MARTÍN, Fernando: “REFLEXIONES EN TORNO AL MUSEO EN LA ACTUALIDAD”, *Laboratorio de Arte*, 7, 1997, p. 271.

¹³³ TORRUBIA FÉRNANDEZ, Yolanda. *Proyecto de rehabilitación del Museo Arqueológico de Sevilla*, Granada, Universidad de Granada, 2007, p. 184

pero en eso consiste a veces el esfuerzo si se quiere conseguir algo importante más si cabe en materia cultural, como dice el refranero español, siempre tan sabio; “el que algo quiere algo le cuesta”, el Museo Arqueológico de Sevilla necesita querer algo y sobre todo creer en sí mismo.

El museo arqueológico sevillano consciente de su atraso arquitectónico para con lo museístico, en 2009 se aprobó una ampliación de la mano de Vázquez consuegra. Con ella se intentaba dar sentido a un programa que defina a un museo moderno en base a exposiciones temporales, investigación almacenes, cafetería y un largo compendio de elementos propios del presente en los grandes museos. Una de las misiones es “encontrar una relación fluida y continua con el exterior (allá donde no sea incompatible con el recorrido expositivo) y también de evocar esa espacialidad perdida en algunas áreas del edificio que, por otra parte, convengan a las piezas expuestas. En todo caso, la operación principal del proyecto se desarrolla sobre su eje central. Una operación que trataría de rescatar el espacio del óvalo central como vestíbulo principal del Museo añadiendo, ya fuera del edificio, un nuevo sistema de comunicación vertical, ligero y acristalado, entre los tres niveles del mismo”¹³⁴. En estas muestras del proyecto podemos apreciar la idea del momento;

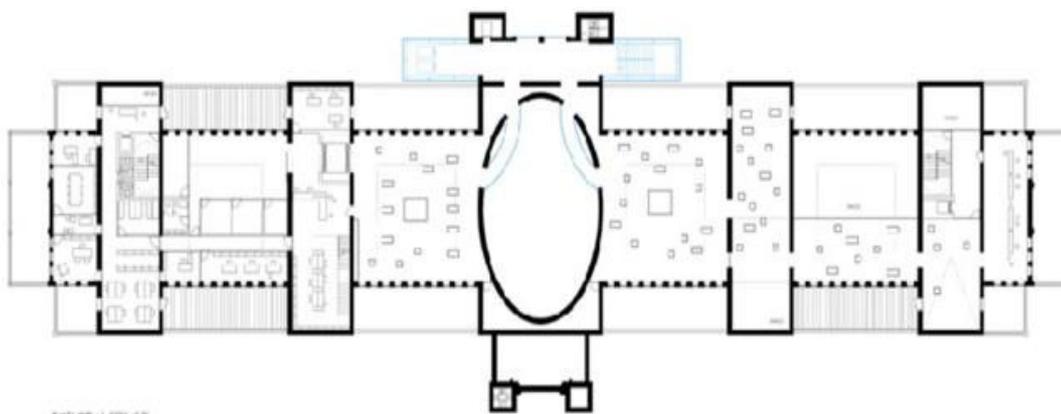


Figura 12: Plano de la nueva ampliación, planta nivel +1.
Fuente: <http://www.culturaydeporte.gob.es/giec/dam/jcr:79d5acb8-30be-4c00-b990-044ccd2d05a3/marqsevilla.pdf>

¹³⁴<http://www.culturaydeporte.gob.es/giec/dam/jcr:79d5acb8-30be-4c00-b990-044ccd2d05a3/marqsevilla.pdf> (Consultado el 13/07/19).



Figura 13: Ejemplo de la nueva concepción del interior de las salas, destacando la transparencia.

Fuente:

<http://www.culturaydeporte.gob.es/giec/dam/jcr:79d5acb8-30be-4c00-b990-044ccd2d05a3/marqsevilla.pdf>.

Estas dos imágenes sobre todo la que tiene que ver con la nueva concepción de los objetos artísticos en las salas, dejan claro la nueva disposición del Museo Arqueológico de Sevilla en el discurso museográfico destacando la visión, la transparencia y la comunicación entre el exterior y el interior, una utopía museística que esperamos que se convierta en realidad y no de pie a realizar este tipo de trabajos en el futuro.

5.3 Estrategias y recursos visuales

El nombre de este apartado quizás lleve a confusión, pero he creído conveniente titularlo así ya que la colección y los objetos en el espacio se conforman en base a estrategias, estrategias visuales conforme a las necesidades de la sociedad, ¿cómo montar una exposición? Una pregunta muy complicada de responder ya que el tipo de visitante puede ser muy diferente según la cultura. Para esta cuestión el estudio del público es crucial ya que podemos establecer tres tipos de visitante; un primer grupo, se compondría por un público que permanece poco tiempo en el interior, mostrando mayor interés en las obras emblemáticas por ello su recorrido es corto. Un segundo grupo, estaría compuesto por universidades, colegios, en definitiva, por el entorno académico. Por último, las

visitas individuales, en este caso específicas, continuas, de poco tiempo de duración¹³⁵. Ante esta ambivalencia de necesidades resulta muy complicado realizar estrategias museográficas en base a la disposición de los objetos artísticos, pero trataremos de proponer las cuestiones principales respecto a cómo se deberían disponer esos objetos en las salas de los museos.

Antes de proseguir con estas estrategias es necesario establecer la evolución de la arqueología y como sus objetos se disponen en los museos, para llevarlos a análisis. La arqueología hasta mediados del siglo XIX no tuvo aceptación oficial, debido entre otros acontecimientos al reconocimiento de la gran antigüedad del hombre, el sistema de las tres edades realizado por Thomsen y la demostración de la teoría de la evolución. A finales del siglo XIX, se desarrolla el método tipológico, hecho por el cual, proporcionó las bases para la elaboración de las secuencias cronológicas. Como consecuencia se dio respuesta a la datación de los objetos. “Esta concepción positivista de la arqueología fundamentaba todo su saber en el estudio del objeto arqueológico, ello supuso una cierta mitificación del objeto debido a que éste se convirtió en el centro de estudio y análisis de toda la investigación arqueológica. Cuando el objeto entraba en el museo, lo único que se pretendía era exponerlo para su contemplación”¹³⁶. En Estas palabras de Francisca Hernández se establece una aproximación a los objetos arqueológicos en un museo, pero establecemos contacto con finales del XIX y principios del XX, es decir, han pasado algunos años para albergar en estos museos otra serie de elementos comunicativos en consonancia con la sociedad del nuevo siglo.

La museología trata de encontrar soluciones y vías desarrollo a los museos arqueológicos, en crecimiento constante, con una labor especial para ubicar las diferentes piezas. Pero encontramos un desequilibrio entre objeto y espacio habitable, donde aparecen los problemas como el amontonamiento de piezas en almacenes que no cumplen las necesidades requeridas. “Para ello, se debe ofrecer una técnica especializada al servicio de la conservación y el montaje de las piezas y una organización sistemática por

¹³⁵ RICO, Juan Carlos: *¿Por qué no vienen a los museos? historia de un fracaso*. Madrid, 2002, pp. 14-15.

¹³⁶ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca: *El museo como espacio de comunicación*. Gijón, 1998, p. 100.

medio de ordenadores, inventarios y catálogos en los que se proceda a la expedición de la historia completa de la obra, desde su descubrimiento hasta su presentación en sala”¹³⁷.

Tras la Segunda Guerra Mundial nos vamos acercando a nuestro tiempo, comienzan a renovarse la mayoría de las instalaciones museísticas. Al interés ya sabido por el objeto se le suma la información, el valor documental e histórico a través de la fotografía, textos explicativos y diferentes elementos que ayudan al entendimiento. Siguiendo la evolución hasta nuestros días en los años setenta nuevos aspectos de la tecnología y economía se abren en el esquema cultural. Ya en los años ochenta se intenta buscar que las exposiciones sean dinámicas, entrando en juego el factor comunicativo, provocando así un diálogo entre la colección y el visitante, con el fin del entendimiento de esas sociedades antiguas, tanto en su aspecto espiritual como material, utilizando la exposición como medio para la comprensión, nos encontramos ya en una etapa de rigor científico de esta disciplina. La exposición se concentra en el discurso expositivo a través de múltiples criterios, siendo el más utilizado el criterio cronológico convirtiéndose en el eje de la exposición¹³⁸.

“En la actualidad se está ampliando este concepto a un nuevo tipo de museo conocido como "parque arqueológico", que intenta potenciar no sólo un determinado yacimiento "in situ", sino también todo su entorno”¹³⁹.

A continuación, abordaremos las estrategias museográficas en base a las características expositivas, añadiendo algunos ejemplos del museo arqueológico sevillano, unos ejemplos que aportaremos no por creencia personal, sino apoyado en las directrices museográficas y museológicas, ya que este trabajo no trata de verter una crítica feroz sin fundamento sobre el museo, simplemente identificar problemas existentes que no deberían de permitirse en una colección de tal índole, para una posible intervención en el futuro.

El afán de los museos en la actualidad de facilitar la comunicación y hacer más placentero la estancia en el museo, permite que el visitante perciba un ambiente agradable

¹³⁷ LEÓN, Aurora: *EL MUSEO. Teoría, praxis y utopía*. Madrid, 2010, p. 100.

¹³⁸ HERNÁNDEZ HÉRNANDEZ, Francisca: *Manual de Museología*. Madrid, 1994, p. 147.

¹³⁹ HERNÁNDEZ HÉRNANDEZ, Francisca: *Manual de...*, op. cit., p. 148.

e idóneo para la comunicación con las obras, esta comunicación se realiza a través de una serie de estrategias y recursos visuales para que el público se sienta cómodo en su estancia en el museo desde principio a fin¹⁴⁰, con ello vamos a aportar algunas de esas estrategias en las salas de los museos para ponerlas en práctica en nuestro citado museo.

Tras valorar personalmente mi estancia hace unas semanas en el Museo Arqueológico de Sevilla comprobé que, en comparación con otros museos nacionales, el sevillano se encuentra a años luz de la actualidad museística en todos los sentidos. Pero para que esto no se convierta en un mero ensayo de mi apreciación personal sobre piezas, iluminación, seguridad y todas las cuestiones que albergan un museo, me detendré principalmente en el espacio museístico, incluyendo algunas apreciaciones sobre iluminación, para en el siguiente punto tratar el tema de la señalética

En cuanto a la ordenación de la colección, la lógica expositiva del Museo Arqueológico de Sevilla se basa en primer lugar en las salas de prehistoria, situadas en el sótano siguiendo un orden cronológico. En las salas de arqueología romana encontramos diferencias, podríamos llamarla como una lógica expositiva heterogénea. Tras esta mirada general del recorrido pasaremos a comentar los aspectos esenciales respecto a la idea principal del trabajo de investigación, “La falta de comunicación entre el museo y el público”, una falta de comunicación que apreciaremos en las siguientes líneas aportando también otro tipo de problemáticas museológicas y museográficas, como bien hemos señalado anteriormente.

Respecto al espacio, un itinerario claro evitará que el visitante al recorrer las salas se sienta perdido y desorientado, a su vez debe contar con salas cuya amplitud permita la adecuada exhibición de las piezas para lo que se buscará la relación armónica entre el espacio de las obras y el espacio disponible¹⁴¹. Observamos pues en esta imagen como esta premisa no se consigue en las salas de prehistoria donde además de una temperatura inadecuada, la imposibilidad de visualizar según qué piezas resulta muy complicado si en las salas encontramos público.

¹⁴⁰ ARIAS SERRANO, Laura: “El papel del público en el museo de hoy”, *Boletín de la ANABAD*, 2-3, 1990, p. 184.

¹⁴¹ ARIAS SERRANO, Laura: “El papel del público...”, op. cit., p. 184.



Figura 14: sala I, Museo arqueológico de Sevilla.
Fuente: elaboración propia.

Otras de las consideraciones esenciales es el efecto lumínico, bien es sabido que la luz puede modificar colores y deteriorar materiales, pero en el caso del metal, el cristal, la piedra y la cerámica, salvo algunas excepciones no se ven afectador por la iluminación¹⁴². Tanto en la parte física del museo como en la psicológica que incide directamente en el espectador, la iluminación o en este caso la buena iluminación se antoja crucial para el disfrute de los objetos artísticos¹⁴³, tanto en el plano físico como en el psicológico. Aportamos otro ejemplo significativo de la parte romana donde la iluminación deja mucho que desear, bien es cierto que la sala anterior contemplamos gran claridad en las estancias, pero ello no es óbice para encontrar una sala de un museo en estas condiciones de oscuridad.

¹⁴² THOMSON, Garry: *El museo y su entorno*, Madrid, 1998, p. 13.

¹⁴³ ARIAS SERRANO, Laura: “El papel del público en el museo de hoy”, *Boletín de la ANABAD*, 2-3, 1990, p. 184.



Figura 15: sala XXI, Museo Arqueológico de Sevilla.
Fuente: elaboración propia.

Siguiendo con las estrategias visuales, Francisca Hernández propone dos vertientes en cuanto a la lógica expositiva separando así la museografía simbólica y la temática. Centrándonos en el apartado romano, podríamos afirmar que nos encontramos estas dos percepciones en las diferentes salas. En el caso de la simbólica, los objetos por su calidad y su historia son el centro de la exposición, pero son el centro de la exposición también debido a que tienen en sí una simbología implícita que alude a un contexto concreto, este tipo de obras de arte para la correcta comunicación con el público debe explicarse en su totalidad y con claridad ya que si no se entiende, el público a veces no unido a estos temas se desentiende de la obra, por ello hay que aumentar el esfuerzo en este tipo de participantes en materia comunicativa¹⁴⁴. Nuestro museo a veces se encuentra con esta problemática con diferentes piezas donde la información no es precisa o no se encuentra cercana a la obra, como se muestra a continuación;

¹⁴⁴ HÉRNANDEZ HÉRNANDEZ, Francisca: *Los museos arqueológicos y su museografía*. Gijón, 2010, pp. 23-34.

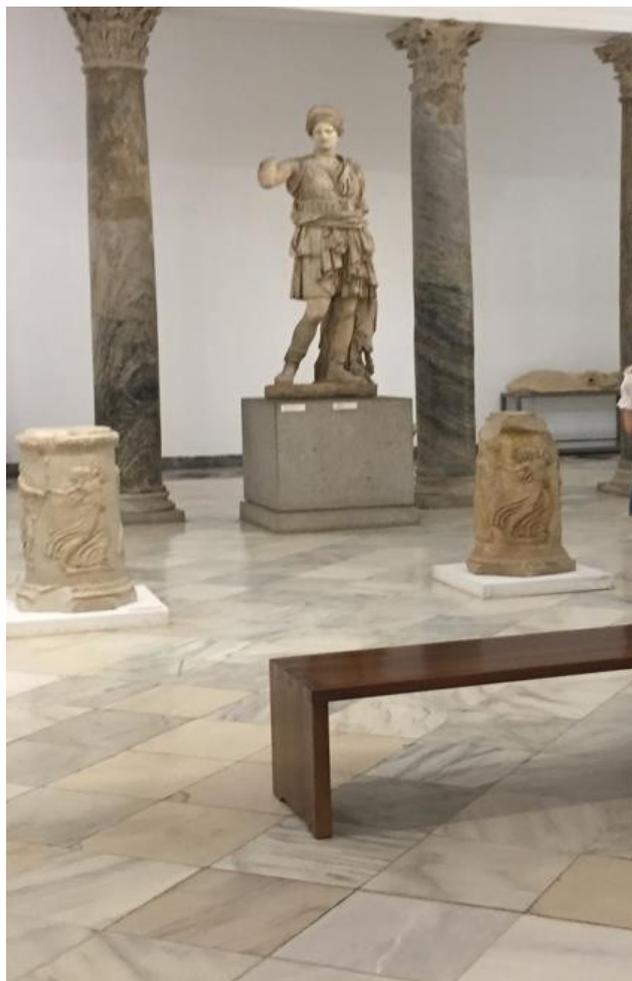


Figura 16: Diana Cazadora, sala XIX. Museo arqueológico de Sevilla
Fuente: elaboración propia.

También encontramos esa exposición temática durante gran parte de la exposición, en otras palabras, encontramos una ordenación de diferentes objetos siguiendo una línea argumental que ayude al visitante a entender tanto las piezas como la idea principal de su emplazamiento y disposición¹⁴⁵. En nuestro caso, esta exposición temática aparece en algunas vitrinas, aunque no de un modo coherente ya que se presentan problemas visuales como se refleja en esta imagen, donde el texto explicativo no facilita la lectura ni el entendimiento de la pieza.

¹⁴⁵ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca: *Los museos arqueológicos y su...*, op. cit., pp. 31-32.



Figura 17: máscara de teatro, Museo Arqueológico de Sevilla.
Fuente: elaboración propia.

Ya culminando con los elementos que hemos captado en el museo y comparándolos con las novedades museográficas durante gran parte de la exposición, podemos observar el criterio llevado a cabo por los museógrafos basándose en algunos casos en la acumulación, tanto en el espacio, o vitrinas, ello nos lleva a la “antigüedad museográfica” donde al visitante le hace perder el valor real de la obra de arte en post del amontonamiento artístico ¹⁴⁶ . A continuación, se añaden otros ejemplos de estos problemas encontrados en el museo, problemas que nos llevan a una falta de comunicación total y que ponen en duda la “exposición” en un museo. La exposición como tal es uno de los valores principales de un museo, lo que distingue realmente su categoría. “Se acepta la idea de que las exposiciones son la cara visible del museo y por estas el visitante juzga la institución. Se considera también una de las herramientas más importantes para el diálogo y la concienciación de las que dispone el museólogo. Se entiende que es en el proceso de mostrar o exponer donde se establecen las relaciones entre el museo y el visitante y en el cual se produce el acercamiento y diálogo con la comunidad. Es, por tanto, evidente que las exposiciones son parte importante del museo,

¹⁴⁶ ARIAS SERRANO, Laura: “Nuevos planteamientos museográficos en los museos de arte contemporáneo: de las primeras críticas al museo en los albores del siglo XX a los actuales “microrrelatos”, *complutum*, 26, 2015, pp. 134-143.

más si reconocemos que, como veíamos en el primer capítulo, puede haber exposiciones sin museo, pero no puede haber museos sin exposiciones”¹⁴⁷. ¿Cumple por tanto estas palabras el Museo Arqueológico de Sevilla?, no solo el ejemplo sevillano podríamos realizar una infinidad de trabajos de este tipo en un gran número de museos nacionales y extranjeros. Sin más dilación aportamos dos ejemplos gráficos para finalizar esta parte del trabajo que nos ayudarán a comprender mejor las afirmaciones anteriores.



Figura 18: sala XI, Museo Arqueológico de Sevilla
Fuente: elaboración propia

¹⁴⁷ VV. AA: *Museografía y conservación*. Madrid, 2019, p. 58.



Figura 19: Vitrina sala VI, Museo arqueológico de Sevilla.
Fuente: elaboración propia.

5.4 Señalética

En el diseño de una exposición no sólo intervienen los objetos artísticos, siempre se llega a un punto donde hay que plantear qué serie de mecanismos de orientación elegir para que en teoría guíen al público durante la visita, en esto principalmente se basa la señalética, en otras palabras; una familia, persona, o matrimonio, no tenga que preguntar constantemente en qué sitio está tal obra, o ¿Dónde está la sala III?, o peor aún ¿Dónde está la salida?

En nuestro museo este “problema” es lo que más me ha llamado la atención dentro de mi estancia en él, a continuación, vamos a ir mostrando ejemplos apoyados de novedades en cuanto a esta temática.

Una de las principales misiones que debe tener un museo del museo es garantizar una exposición capaz de transmitir el mensaje al visitante, por lo que tenemos que tratarla como soporte crucial de la información, además de como espacio para la interacción; se trata pues de crear un clímax de significación. Ello se logra con el conjunto óptimo de los medios técnicos enfocados hacia el buen funcionamiento de los recorridos, sin obviar la necesidad de mostrar un confort ambiental continuo en la exposición¹⁴⁸. El visitante como

¹⁴⁸ DELGADO VIGUERA, Rosa: “Estrategias y recursos de comunicación en la exposición permanente”, *Sociedad: boletín de la Sociedad de Amigos de la Cultura de Vélez-Málaga*, 12, 2013, p. 21.

hemos visto en el apartado dedicado al público ha cambiado totalmente, ya no es considerado un receptor de información, se ha convertido en una personalidad activa dentro del museo, por lo que la difusión debe ser atractiva, presentándose así una información de tinte científico, pero a la vez estimulante.

En lo concerniente a las exposiciones arqueológicas, es imprescindible vehicular la información de modo claro y conciso para orientar, ante obras de tiempos pretéritos que en algunos casos necesitan una ayuda extra, y que la señalética puede ofrecer pero que en algunos casos ha caído en el olvido como es el caso del Museo Arqueológico de Sevilla donde estas cuestiones a veces se encuentran en el umbral de la desinformación. Un ejemplo claro son las cartelas, aunque de forma más generalizada los textos explicativos que en el museo. En esta cuestión principalmente nos vamos a centrar, ya que incide en mayor medida en el recorrido de la exposición y la que más visibilidad tiene¹⁴⁹.

La cartelería tradicional es un elemento técnico museográfico que más se utiliza y mejor acogida tiene dentro de una exposición, ya que permite transmitir la información de cualquier objeto artístico de una forma rápida y concisa, además también sirve de soporte para proseguir con el desarrollo del guion de la exposición a veces con una carga estética apreciable, donde entra en juego el diseño gráfico. El texto no debe sobreponerse a la información que desprenden las obras por sí mismas, tiene por tanto que profundizar sobre aspectos relevantes del propio discurso sin exceder demasiado el tiempo y la información, para evitar en el visitante una sobrecarga de datos. De este modo, los textos serán realizados por el personal técnico del museo, el mediador en este caso o el museólogo (en muchas ocasiones el director del museo) es el encargado de transformar esa sobrecarga posible de información y de adaptar los textos científicos en textos divulgativos, respondiendo así a las necesidades propias de estas instituciones; desarrollar un discurso coherente, sin olvidar la adecuación del discurso en el público, teniendo que dar cobertura a las necesidades planteadas por el visitante. A la hora de realizar los textos hay que tener en cuenta diferentes aspectos: “diferentes contenidos, características de

¹⁴⁹ CARRATALÁ GUIJARRO, MARTA. *LA ARQUEOLOGÍA Y LA MUSEOGRAFÍA EN ESPACIOS DE PRESENTACIÓN DEL PATRIMONIO: ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO*. Tesis Doctoral inédita. Granada: Universidad de Granada, 2018, p. 67.

legibilidad y confort visual, condiciones de atracción, atención y comprensión, así como la interrelación entre los soportes y los contenidos informativos”¹⁵⁰.

Tras estas claves en materia comunicativa para con los textos explicativos aportamos algunos ejemplos donde precisamente la comunicación se encuentra instalada en el olvido en las salas del museo.



Figura 20: Vista de una vitrina desde el exterior. Museo Arqueológico de Sevilla.
Fuente: elaboración propia

¹⁵⁰ DELGADO VIGUERA, Rosa: “Estrategias y recursos de comunicación en la exposición permanente”, *Sociedad: boletín de la Sociedad de Amigos de la Cultura de Vélez-Málaga*, 12, 2013, p. 21.

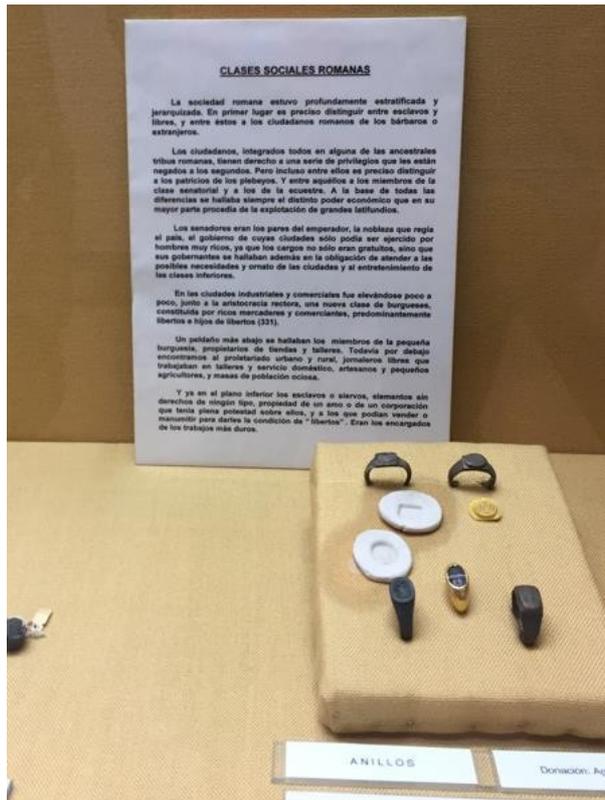


Figura 21: Texto explicativo en el interior de una vitrina. Museo Arqueológico de Sevilla. Fuente: elaboración propia.

En estos casos se muestra con claridad la incapacidad del museo para adherirse a las novedades museográficas y museológicas, con estos dos ejemplos propias de la apertura del museo cualquier visitante con cierta dificultad de visión o simplemente poco apegado a este tipo de culturas se siente totalmente en un naufragio de información, donde el museo se encuentra en total responsabilidad de acudir a este tipo de público mediante la exposición. Pese a ello el museo cuenta con todo tipo de material adecuado para la correcta información como textos introductorios, hojas de sala o paneles y cartelas, el problema es que la teoría no está actualizada y se cae con facilidad en una falacia museística¹⁵¹.

Culminando este apartado poco a poco nos aproximamos a la finalización de la investigación, una investigación en este caso, que ha servido para poner en duda la exposición como medio de información, una información a veces desfasada y fuera de

¹⁵¹ PADRÓ, Carla: “La museología crítica como una forma de reflexionar sobre los museos como zonas de conflicto e intercambio”, en *Museología crítica y arte contemporáneo*. Zaragoza, 2003, pp. 53-54.

contexto, inadmisibles en estos tiempos que dejan esclarecer el deber de la cultura de las comunidades autónomas, en este caso Andalucía para la mejora y adecuación de los espacios a las necesidades de la sociedad para que no pase este tipo de circunstancias, ejemplos desgraciadamente que ponen al Museo Arqueológico de Sevilla en un siglo que es el actual; ¿Cómo afronta un visitante de un museo del siglo XXI estas fotografías tomadas del propio museo?

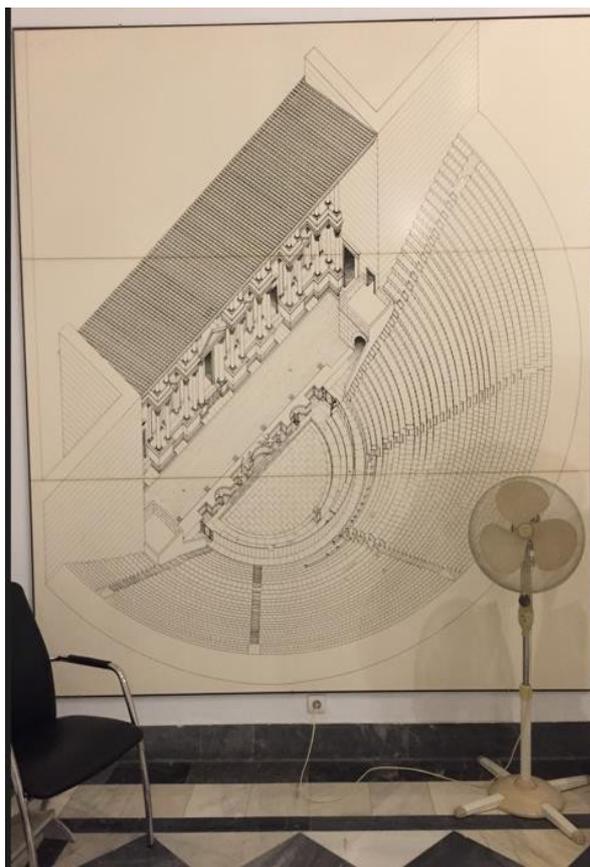


Figura 22: cartel sala XIX, Museo arqueológico de Sevilla.
Fuente: elaboración propia



Figura 23: cartel que indica las salas de prehistoria, Museo Arqueológico de Sevilla.
Fuente: elaboración propia

6. RECURSOS TECNOLÓGICOS

La tecnología es un hecho en la concepción de los museos hoy en día. En nuestra sociedad del momento difícilmente un museo puede sobrevivir sin el aumento de las novedades tecnológicas. Es cierto que anteriormente, la tecnología parecía impensable en los museos sobre todo en Estados Unidos. Desde hace unos años, ha aparecido en los debates museísticos la cuestión tecnológica unida a los peligros que puede conllevar en la exposición, es decir, si “demasiada” tecnología puede incurrir en factores negativos en la obra de arte, por lo que se afronta el reto tecnológico con cuidado y parsimonia. Lo que

tenemos claro es que una cosa es tener cuidado con la tecnología en los museos y otra bien distinta es prescindir de ella. “El uso de nuevos lenguajes tecnológicos; permite integrar en el discurso museográfico la exhibición contextual de sus colecciones ayudándose de la riqueza que supone el uso integrado en el discurso expositivo de estos nuevos recursos”¹⁵².

Mientras que, en el primer tercio del siglo XX el panorama cultural penetra en la escena tecnológica, la mayoría de los museos de este periodo no se unen a la causa de la tecnología, se mantienen distantes a su experimentación o incorporación. Si el museo desde mediados del siglo XX pasó a tener las funciones que hemos estado viendo anteriormente como institución conservadora, educadora y centrada en la comunicación además se le ha adherido las nuevas tecnologías, por lo que se debe seguir explorando diferentes posibilidades que se avecinan ante la realidad digital¹⁵³.

Con estas ideas claves vamos a ir generalizando la tecnología en el museo, es decir, qué aspectos son esenciales en el presente, sin hacer un listado de novedades, aparatos, o posibles productos tecnológicos. Todo ello orientado a la exposición para posteriormente hacer una breve incursión en nuestro museo para indicar que tipo de tecnología aparece en él.

En cuanto a la relación de la tecnología con la exposición se deben contemplar en ella diferentes aspectos claves: el uso de recursos y lenguajes tecnológicos como apoyo y fortalecimiento de la colección y del proyecto expositivo en cuestión, facilitar la comunicación mediante objetivos didácticos siempre dentro del paradigma de la utilización de la tecnología como ayuda y no como desviación de la obra de arte, la tecnología no debe restar importancia a la colección ni provocar saturación en el visitante¹⁵⁴. En definitiva, los recursos tecnológicos son un complemento para una mejora de la exposición, proponer un nivel mayor en materia de comunicación ya sea a través de

¹⁵² DELGADO VIGUERA, Rosa: “Estrategias y recursos de comunicación en la exposición permanente”, *Sociedad: boletín de la Sociedad de Amigos de la Cultura de Vélez-Málaga*, 12, 2013, p. 25.

¹⁵³ CARRERAS MONFORT, César: “Diagnosis sobre el estado de la aplicación de las tic en el Mundo del Patrimonio en España”, en *Difusión del patrimonio cultural y nuevas tecnologías*, Sevilla, 2008, pp. 88-101.

¹⁵⁴ DELGADO VIGUERA, Rosa: “Estrategias y recursos de comunicación en la exposición permanente”, *Sociedad: boletín de la Sociedad de Amigos de la Cultura de Vélez-Málaga*, 12, 2013, p. 25

páginas webs, vídeos, códigos QR, redes sociales, todas estas cuestiones pueden nutrir los valores tradicionales de un museo para instalarlo en la modernidad.

En el museo Arqueológico de Sevilla tras la mencionada visita, solamente observé un recurso tecnológico en todas las salas, un recurso que se antoja cuanto menos corta en comparación con la magnitud de la colección y lo que se podría generar. A continuación, mostramos el “recurso” tecnológico en la habilitación de una sala especial para albergar la copia de “el tesoro del carambolo”.



Figura 24: panel, sala monográfica dedicada a “El Carambolo”. Museo Arqueológico de Sevilla.
Fuente: elaboración propia.

Este es el único elemento visible relacionado con la comunicación y la tecnología en el museo, una especie de panel táctil (que no es táctil) con una vista del carambolo. con esta imagen finalizamos este apartado, quizás demasiado corto en mi opinión, pero la exposición no me ha dado pie a proseguir con las líneas de la tecnología, en definitiva, hemos realizado un aspecto de las generalidades de la tecnología en los museos, para

finalmente realizar lo que llevamos haciendo en todo el trabajo de investigación, (que pronto llega a su fin) poner a prueba la idea de museo para con las necesidades comunicativas de la actualidad.

7. CONCLUSIÓN

Es el momento de concluir esta modesta investigación, una investigación que me ha servido para ahondar en el mundo de los museos desde una perspectiva totalmente distinta a la habitual, para averiguar que existen infinidad de autores de diferentes culturales que abogan y creen en un museo “perfecto” ese museo que hemos intentado buscar en estas páginas y que desgraciadamente ni esos autores ni esta investigación han logrado esclarece ¿cómo es un museo perfecto? O, ¿cómo es la exposición ideal?, pero lo que si hemos encontrado son las necesidades de la población en estas instituciones, unas instituciones a veces ancladas en la tradición pero que ya es hora de renovar, es tiempo de cambiar de aires, de que las instituciones públicas tengan conciencia de la importancia de un museo en la actualidad, y sobre todo tengan conciencia de las necesidades básicas que deben establecerse en los museos y que hemos intentado mostrar en clave comunicativa a lo largo de estas líneas. No es ni mucho menos tarde para solucionar los errores del pasado, el tiempo lo mejor que tiene entre otras cosas es que a veces se puede recuperar, y los museos pueden encontrarse en el camino de su verdadera definición. Esta investigación nos ha mostrado cómo se precisan muchas más cuestiones que una buena colección y unos buenos muros para crear un museo, se necesita sobre todo un equipo de profesionales que estén dispuestos a mostrar esa colección, a enseñar la colección, a comunicar con los objetos artísticos, a encontrar las historias escondidas en cada obra de arte, todo ello es posible mediante el esfuerzo de las instituciones para realzar a la cultura al espacio que se merece.

En la introducción del trabajo hemos intentado encontrar la senda de la utopía museística, quizás la ambición se apoderó de la investigación, pero es crucial que estemos concienciados en buscar la perfección expositiva, así como los museos se nutren de obras de arte, también se nutren de personas, así como ocurre con los edificios, un museo “despoblado” cae en el abandono, en la desaparición cultural, en el inframundo expositivo. Ello desgraciadamente está pasando en nuestro mencionado museo arqueológico, su colección grandilociente se siente pérdida en un mar de involución constante, unas estatuas que se muestran sin vida ante su paisaje desolador, fuera de

órbita, fuera de conciencia expositiva, una conciencia que espero que llegue a algo más que un mero trabajo de fin de Grado o fin de Máster, es por ello el fin último de mi esfuerzo, un esfuerzo que no reside en la crítica, ni en la mera acusación cultural, todo lo contrario, un esfuerzo por la búsqueda de un museo como merece la colección, que los sevillanos se sientan orgullosos, que las obras en sí mismas sonrían, y junto a ellas, las personas, los niños, los adultos, las personas mayores, extranjeros, ese es el fin último y la conclusión final de esta investigación, mover un poco los cimientos culturales de quien lea estas líneas de un alumno de historia del arte que, preocupado por la situación de los museos en Sevilla, requiere una renovación para que el arte tome el lugar que merece en nuestra sociedad. Una sociedad en gran parte perdida en el horizonte artístico, un lugar complicado para la convivencia pero que el museo debe desprender facilidad para el entendimiento, facilidad para el diálogo, ¿para qué entonces vamos a los museos?, unos irán para simplemente observar una obra, otros para mostrar la tendencia cultural, otros por fanatismo artístico, otros por el entorno académico, pero en todos nosotros sea cual sea el motivo de la visita, el museo nos tiene que ayudar a encontrar la solución a nuestros deseos, la solución a nuestra mirada, una mirada necesitada de comunicación.

Culminando tristemente las líneas de esta investigación, los museos están preparados para el cambio, ya muchos lo están realizado, promoviendo actividades totalmente novedosas, pero todo reside en el cariz de la economía en la disposición de los gobiernos, en establecer esfuerzos reales por los museos, unos edificios que pueden atraer a propios y extraños en busca del conocimiento, del aprendizaje de la historia, de las tradiciones, incluso del futuro, un museo no es un edificio obsoleto donde se albergan obras antiguas, un museo es un lugar para el disfrute, para el deleite personal donde la falta de comunicación debe desaparecer, donde el público aprenda a mirar, a leer, a observar, a criticar. Estas instituciones deben saber que dar la espalda a los valores que transmite un museo como la educación, solo nos lleva a la desorientación moral, el apartarnos de la cultura lleva a separarnos de la propia racionalidad, a una desaparición del concepto de ser humano, para orientarnos hacia el salvajismo. Un museo y el ser humano tienen que ser capaces de evitar el fatal futuro de una vida sin cultura, y ello nos lleva directamente a las paredes del museo, el museo como institución crucial en el fortalecimiento de los valores educativos debe creer en la cultura como creo abiertamente, debe apostar por el saber hacer, por la moralidad, por la ética, por la racionalidad, por la definición total del porqué somos seres humanos, unos seres humanos que realmente

creen en la cultura, creen en los museos, sino cómo se explica este trabajo y la infinidad de estudiosos, profesores, escritores, políticos (en algunos casos) que aún creen en el combate abierto en favor de un museo mejor, un museo lleno de amor, un amor que no lo deben desprender las obras, sino el hombre al pisar el suelo de un paraíso artístico donde esos sentimientos no deben desaparecer y convertirse en tristeza y desapego humanístico, por ello mi título de este trabajo académico debe quedar en el futuro obsoleto, falto de criterio y sobre todo no debe repetirse jamás, porque una falta de comunicación en un museo nos llevará al ostracismo artístico. Y culmino definitivamente estas líneas llamando al estrado a Leonardo da Vinci para que con su palabra nos deleite ante el futuro silencio de letras en el papel; “la belleza perece en la vida pero es inmortal en el arte”.

8. BIBLIOGRAFÍA

ALONSO FERNÁNDEZ, Luis: *Museología y museografía*. Barcelona, 2006.

AMORES CARREDANO, Fernando: *La colección arqueológica municipal de Sevilla: 1886-2014: historia y perspectivas*, Sevilla, 2015.

ARIAS SERRANO, Laura: “El papel del público en el museo de hoy”, *Boletín de la ANABAD*, 2-3, 1990, p. 179.

ARIAS SERRANO, Laura: “Nuevos planteamientos museográficos en los museos de arte contemporáneo: de las primeras críticas al museo en los albores del siglo XX a los actuales “microrrelatos”, *complutum*, 26, 2015, pp. 134-143.

BELTRÁN FORTES, José: “La antigüedad romana como referente para la erudición española del siglo XVIII”, en *Iluminismo e ilustración : le antichità e i loro protagonisti in Spagna e in Italia nel XVIII secolo*. Roma, 2003, p. 99.

BELTRÁN FORTES, José. y LÓPEZ RODRÍGUEZ José Ramón: “Historia de las colecciones del Museo arqueológico de Sevilla”, *Horti Hesperidum. Studi di storia del collezionismo e della storiografia artistica*, II, 2012, pp. 96-97.

BIANCHI BANDINELLI, Ranuccio: *Introducción a la arqueología*. Madrid, 1992.

CARRATALÁ GUIJARRO, MARTA. *LA ARQUEOLOGÍA Y LA MUSEOGRAFÍA EN ESPACIOS DE PRESENTACIÓN DEL PATRIMONIO: ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE*

LA DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO. Tesis Doctoral inédita. Granada: Universidad de Granada, 2018, p. 67.

CARRERAS MONFORT, César: “Diagnosís sobre el estado de la aplicación de las tic en el Mundo del Patrimonio en España”, en *Difusión del patrimonio cultural y nuevas tecnologías*, Sevilla, 2008.

COCHRAN HIRZY, Ellen: *excellence and equity : education and the public dimensión of museums*. Washington, D.C, 1992.

CONSEJERÍA DE CULTURA: *Plan de Actuación especial en materia de Bellas Artes*, Sevilla, 1980.

DEL BARCO, Alejandro: *La antigua Ostippo y actual Estepa*, Sevilla, 1994.

DELGADO VIGUERA, Rosa: “Estrategias y recursos de comunicación en la exposición permanente”, *Sociedad: boletín de la Sociedad de Amigos de la Cultura de Vélez-Málaga*, 12, 2013, p. 21.

ERWIN, Panofsky: *Renacimiento y renacimientos en el arte occidental*. Madrid, 1975.

FALCÓN MERAZ, José Manuel: “La arquitectura del museo: testigo y evidencia de la época”, *Arquiteturarevista*, 2, 2012, p. 140.

FERNÁNDEZ GÓMEZ, F. ; LINEROS ROMERO, R. y OLIVA ALONSO, D: “Museo y estadística. Proyecto de aplicación al Arqueológico de Sevilla”, *Museos*, 3, 1984, p. 146.

FERNÁNDEZ GÓMEZ, Fernando. y MARTÍN GÓMEZ, Carmen: *Museo Arqueológico de Sevilla : guía oficial*, Sevilla, 2005.

GARCÍA BLANCO, A., PÉREZ SANTOS, E., y ANDONEGUI, M. O: *Los visitantes de museos: un estudio del público en cuatro museos*. Madrid, 1999.

GARCÍA SERRANO, Federico: *El museo imaginado: base de datos y museo virtual de la pintura Española fuera de España*. Madrid, 2000, pp. 33-69.

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca: “Evolución del concepto de museo”, *Revista general de información y documentación*, 1, 1992, p. 86.

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca: *El museo como espacio de comunicación*. Gijón, 1998.

HÉRNANDEZ HÉRNANDEZ, Francisca: *Los museos arqueológicos y su museografía*. Gijón, 2010.

HERNÁNDEZ HÉRNANDEZ, Francisca: *Manual de Museología*. Madrid, 1994.

HERRERO CARRETERO, Concha: “La Colección de Tapices de la corona de España. Notas sobre su formación y conservación”, *Arbor: Ciencia, pensamiento y cultura*, 665, 2001, p. 163.

JIMÉNEZ-CLAVERÍA, Luis: “Museos: de templos del arte a empresas de gestión cultura”, en *Jornadas de Museología. Modelos de Museos y sus Profesionales*. Pamplona, 2006, p. 73.

LEÓN, Aurora: *EL MUSEO. Teoría, praxis y utopía*. Madrid, 2010.

LLONCH MOLINA, Nayra. y SANTACANA, Joan: *Claves de la museografía didáctica*. Lleida, 2011.

LÓPEZ RODRÍGUEZ, José Ramón: “aportaciones a la museografía y la arqueología española: Joaquín María de Navascués, director del Museo Arqueológico Nacional”, en *Actas del V Congreso Internacional de Historia de la Arqueología*, 2018, pp. 460-461.

LÓPEZ RODRÍGUEZ, José Ramón: “En los orígenes del Museo Arqueológico de Sevilla: dos esculturas Thoracatas y la colección de Juan de Córdoba Centurión. Una propuesta de identificación”, *SPAL*, 26, 2017, p. 327.

LÓPEZ RODRÍGUEZ, José Ramón: “Historia de una escultura: un viaje a través del coleccionismo público en Sevilla”, en *Arqueología, coleccionismo y antigüedad: España e Italia en el siglo XIX*. Sevilla, 2004, pp. 286-287.

LÓPEZ RODRÍGUEZ, José Ramón: *HISTORIA DE LOS MUSEOS DE ANDALUCÍA 1500-2000*, Sevilla, 2010.

LORENTE, Jesús Pedro: “Estrategias museográficas actuales relacionadas con la museología crítica”, *Complutum*, 26, p. 112.

LORENTE, Jesús Pedro: “Museología crítica: Museos y exposiciones como espacios públicos de controversia y participación colectiva”, *art.es*, 52, 2012, p. 100.

LORENTE, Jesús Pedro: “Nuevas tendencias en la teoría museológica: a vueltas con la Museología crítica”, *Museos.es: Revista de la Subdirección General de Museos Estatales*, 2, 2006, p. 26.

LORENTE, Jesús-Pedro: “Las revistas museológicas en la actualidad: una panorámica global”, *MUSEUS E ESTUDOS INTERDISCIPLINARES*, 1, 2013, pp. 1-4.

MAIRESSE, François: “Nuevas tendencias de la museología”, *ICOFOM Study Series*, 43a, 2015, p.18.

MARTÍN GONZÁLEZ, Juan José: “El Laoconte y la escultura española”, *Boletín del Seminario de Estudios de Arte y Arqueología: BBSA*, 56, 1990, pp. 459-469.

MARTÍN MARTÍN, Fernando: “REFLEXIONES EN TORNO AL MUSEO EN LA ACTUALIDAD”, *Laboratorio de Arte*, 7, 1997.

MONTEAGUDO FERNÁNDEZ, José: *Iniciación a los estudios de visitantes en museos*. Saarbrücken, 2014.

MONTENEGRO VALENZUELA, Jacinto: *La utilización didáctica del Museo hacia una educación integral*. Zaragoza, 2001.

NAVAS FERNÁNDEZ, Alexis: “Evolución y desarrollo del mercado del arte. El auge y consolidación de la fotografía en los mercados internacionales: el caso de Joel Peter Witkin. *Boletín de arte*, 30-31, 2009-2010, p. 487.

NIETO ALCAIDE, Víctor: *El Arte del Renacimiento*. Madrid, 1996.

PADRÓ, Carla: “La museología crítica como una forma de reflexionar sobre los museos como zonas de conflicto e intercambio”, en *Museología crítica y arte contemporáneo*. Zaragoza, 2003.

PAOLETTI, Jomh T: *El arte en la Italia del Renacimiento*. Madrid, 2003.

PASTOR HOMS, M^a Inmaculada: *Pedagogía museística: nuevas perspectivas y tendencias actuales*. Barcelona, 2011.

PEÑALBA LLULL, Josué: “Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural, *arte individuo y sociedad*, 17, 2007, p. 183.

PÉREZ SAMPER, María Ángeles: *La vida y época de Carlos III*. Barcelona, 1998.

PÉREZ SANTOS, Eloísa: “EL PÚBLICO Y EL MUSEO”, *Mus-A: Revista de los museos de Andalucía*, 10, 2008, p. 21.

PÉREZ YRUELA, Manuel: “La política cultural en Andalucía”, *Revista de investigaciones políticas y sociológicas*, 3, 2012, pp. 65-87.

PIJOÁN, José: *Historia del arte: el arte a través de la historia*. Barcelona, 1914-1916.

PUIG COSTA, Manuel: “Sobre el coleccionismo. Introducción a la historia”, en *Discurso de ingreso en la Real Academia Europea de Doctores*. Barcelona, 2017.

RICO NIETO, Juan Carlos: *Manual práctico de museología, museografía y técnicas expositivas*, Madrid, 2006.

RICO, Juan Carlos: *¿Por qué no vienen a los museos? historia de un fracaso*. Madrid, 2002.

RODRÍGUEZ BARBERÁN, Francisco: “El jardín de las delicias arquitectónicas: la exposición de Sevilla de 1929 y los pabellones americanos”, *APUNTES*, 19, 2006, p. 289-290.

ROJAS, Roberto: “la historia de los museos” en *Los museos en el mundo*. Barcelona, 1973.

SANTACANA, Joan. y SERRAT ANTOLÍ, Núria: *Museografía didáctica*. Barcelona, 2007.

SANTOS GONZÁLEZ, Eugenia: “Museos y comunicación: algunas reflexiones y consideraciones generales”, *series iberoamericanas de Museología*, 3, 2012. p. 81.

SANTOS M., Mateos Rusillo: *Manual de comunicación para museos y atractivos patrimoniales*. Asturias, 2012.

- SAURET GUERRERO, Teresa: “El Museo del Patrimonio Municipal desde la Museología crítica”, *museo y territorio*, 4, 2011, p. 141.
- STORCH DE GRACIA y ASECIO, José Jacobo: “Arte griego y coleccionismo en Roma”, en *ARTE DE LAS GRANDES CIVILIZACIONES CLÁSICAS: GRECIA Y ROMA*. Madrid, 2016.
- TARRASA ANDRADE, Pilar: “Los Gabinetes pedagógicos de Bellas Artes cumplen 20 años”, *PH boletín del instituto andaluz de patrimonio histórico*, 57, 2006, p. 19
- TATARKIEWICZ, Wladyslaw: *Historia de la estética*. Madrid, 1991.
- THOMPSON, J: *Manual of curatorship : a guide to museum practice*. Boston, 1992.
- THOMSON, Garry: *El museo y su entorno*, Madrid, 1998.
- TORRUBIA FÉRNANDEZ, Yolanda. *Proyecto de rehabilitación del Museo Arqueológico de Sevilla*, Granada, Universidad de Granada, 2007, p. 184.
- TORRUBIA FERNÁNDEZ, Yolanda. y MONZO LOSADA Patricia: “Museo arqueológico de Sevilla origen, evolución, cambio y continuidad”, *Romula*, 8, 2009, p. 259.
- VV. AA: “Museo Arqueológico de Sevilla (1879-2017):138 años de historia y alguno más”, *Boletín del Museo arqueológico Nacional*, 35, 2017, p. 440
- VV. AA: “Museos y Modelos de Comunicación”, *Educación artística: revista de investigación*, 9, 2015, p. 129-130.
- VV. AA: “Patrimonio cultural, territorio y políticas públicas. El caso de Andalucía”, *Revista de estudios regionales*, 47, 1997, p. 152.
- VV. AA: *Conceptos claves de museología*, París, 2010.
- VV. AA: *LA RENTABILIDAD DE LAS OBRAS DE ARTE: ESTUDIO DE LOS ENTORNOS PROPICIOS PARA LA VENTA DE BIENES ARTÍSTICOS Y DE COLECCIÓN*. Madrid, 2016.

VV. AA: *Museografía y conservación*. Madrid, 2019.

Recursos web:

http://dbe.rah.es/biografias/33057/concepcion-fernandez-chicarro-y-de-dios_

<http://www.culturaydeporte.gob.es/giec/dam/jcr:79d5acb8-30be-4c00-b990-044ccd2d05a3/marqsevilla.pdf>.

<http://www.museosdeandalucia.es/web/museoarqueologicodesevilla/las-colecciones>.

<http://www.museosdeandalucia.es/web/museoarqueologicodesevilla/propuestas-de-recorrido>.

<https://icom.museum/es/actividades/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>.

<https://www.aam-us.org/programs/ethics-standards-and-professional-practices/code-of-ethics-for-museums/>.

<https://www.museodelprado.es/museo/historia-del-museo>.