

La comunicación de los centros museísticos eclesiásticos en Castilla y León
Communication of ecclesiastical museum centers in Castile and León



174

Emilio de Domingo Angulo

Doctor en Comunicación del Patrimonio (Universidad de Burgos). Profesor Asociado del Área de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Burgos.

Resumen

Desde hace unas décadas, estamos percibiendo cómo la sociedad en general está demandando el poder disfrutar del patrimonio. También la iglesia es consciente de este mensaje y se muestra cada vez más abierta a mostrar, en mayor medida a cómo venía sucediendo hasta ahora, aquellas obras y objetos que tan celosamente guardaba en sus iglesias, monasterios y conventos. Un buen ejemplo de ello es que la iglesia se está incluso sumando a la nueva corriente museística de los centros de interpretación, con la apertura de algunos.

En este artículo pretendemos examinar el estado actual de la comunicación expositiva de los centros museísticos eclesiásticos castellano-leoneses, conocidos por medio del estudio desarrollado, de la gran disparidad que existe entre ellos, sometidos como están al análisis de la “nueva museología” en la cual entendemos deben estar presentes recursos didácticos e interpretativos.

También abordamos, en un pequeño apartado que hemos titulado “La difusión exterior de los centros museísticos eclesiásticos”, la manera en que estos equipamientos culturales se dan a conocer al gran público y el uso que hacen de Internet y de las tecnologías de la información y la comunicación, puestos a su disposición.

Palabras clave: Comunicación. Centros Museísticos. Patrimonio eclesiástico. Museos.

Abstract

In the past few decades we are being witness of how the society in general is demanding to enjoy its own heritage. Also the Church is conscious of this message and seems to be more and more open to show, at a larger extent than before, the works of art and cultural properties that used to preserve so jealously in its churches, monasteries and convents in the past. A good example in this regard is the Church joining to new museum trends with the opening of several interpretation centres.

In this article, we will focus on the state of play of the communication of the museums belonging to the Church in Castile and Leon. We are very much aware, through the study we have carried out, of the big diversity among them regarding the ways they communicate, and we will analyse them from the point of view of the so called “new museology”, that incorporates both didactic and interpretative resources.

We will also deal, in a small indent entitled “The external dissemination of the Church museum centres”, with the way these cultural installations are offered to the public and the use of the internet and the information and communication technologies at their disposal.

Keywords: Communication. Museum centers. Ecclesiastic heritage. Museums.



Emilio de Domingo Angulo

Profesor Asociado del Área de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Burgos. Imparte clases en el Máster de Patrimonio y Comunicación. Universidad de Burgos. Licenciado en Geografía e Historia (Universidad de Valladolid). Máster en Patrimonio y Comunicación (Universidad de Burgos). Doctor en Comunicación del Patrimonio (Universidad de Burgos).

Integrante del Grupo de Investigación Comunicación y Patrimonio. (CAYPAT). Universidad de Burgos. Ha participado como ponente en varios congresos nacionales sobre comunicación del patrimonio. Ha sido comisario de diversas exposiciones en Burgos y provincia. Tiene publicados dos libros como autor y dos en colaboración con distintos integrantes del grupo CAYPAT.

Contacto: eddangulo@ubu.es

1.- Introducción

Si los centros museísticos, en estos momentos, están adquiriendo un protagonismo y una universalidad como nunca tuvieron, se debe sobre todo a la demanda por parte de los ciudadanos al derecho a disfrutar del patrimonio que en ellos se exhibe. Todas esas piezas y obras que nos muestran, son los vestigios materiales de nuestra historia, constituyendo un documento inigualable. Uno de los elementos patrimoniales más reconocibles para nosotros, raíz profunda y seña de identidad de nuestro pueblo como muestra de la profesión de una fe y que forma parte de nuestra historia, cultura y civilización (Sancho, 1991: 5-6), lo constituye el patrimonio cultural de la iglesia. Dentro de todo este rico patrimonio podemos destacar, no solo las iglesias, monasterios, conventos, capillas ermitas, etc, sino todos los objetos y obras de arte conservados en ellos, como son los retablos, pinturas, esculturas, orfebrería, eboraria, órganos, ropas y ornamentos textiles, sin olvidarnos de los códices y documentos. A ellos, habría que sumar otras expresiones como los ritos y manifestaciones festivas y conmemorativas que tienen una función social peculiar, y que, en un momento determinado, son susceptibles de pasar a formar parte de la colección en un centro museístico. En el caso concreto de los centros museísticos eclesiásticos exhiben las creaciones artísticas realizadas para el servicio divino, que expresan la fe y que son un extraordinario instrumento para evangelizar a cuantos las contemplan¹.

Estos monumentos han tenido y tienen una finalidad cultural, como lugar de oración, y todos los objetos y obras que conservan también tienen una función pastoral, evangelizadora, catequética, litúrgica y de identificación eclesial, abierta a toda la comunidad de los hombres y no solo a los católicos (Iguacén, 1991: 34). La importancia de conservar y acrecentar este bien con el que nos sentimos identificados y unidos a nuestra propia cultura y a nuestras raíces, ha propiciado una serie de acuerdos entre la Iglesia y el Estado para su custodia, conservación y difusión (Ibid: 37-60). Además, es un hecho constatable en todo el estado, que la organización no gubernamental que posee más patrimonio y gestiona más museos es la Iglesia católica (Ballart, 2007: 31).

Sólo en Castilla y León, en 1986, Gómez Rascón (Gómez, 1986: 10-11), en su catálogo de los museos eclesiásticos selecciona 36, según las pautas universalmente aceptadas del ICOM, prescindiendo de otros que, con poco rigor, utilizan el nombre de museo. En 2003, Jorge Juan Fernández, en su catálogo: Museos y Colecciones de Castilla y León (Fernández, 2003: 9-15), lo amplía a 79, repartidos por todas las provincias de Castilla y León. Sin embargo, la Asociación de museólogos de la Iglesia de España en 2017, solamente recoge en su catálogo 22 centros, poniendo el énfasis en los museos catedralicios y diocesanos y obviando prácticamente el resto².

La clasificación que podemos hacer está definida por la procedencia de las obras que acogen y quedaría resumida en los siguientes tipos: diocesano, catedralicios, parroquiales, monásticos, de cofradías, de instituciones religiosas y de carácter mixto (Hernández, 1994: 103) (De la Peña, 2012: 156), además de algunos centros de interpretación.

Desde hace unas décadas, comprobamos, cómo la Iglesia ha desarrollado su necesidad de compartir ese patrimonio mueble que guardaban celosamente en sus ámbitos

¹ <<http://www.conferenciaepiscopal.es/comision-episcopal-de-patrimonio-cultural/>> [Consulta: 10-06-2017].

² <<http://www.museosdelaiglesia.es/museos/>> [Consulta: 10-06-2017].

arquitectónicos para sacarlo a la luz y disfrute de todos. Por supuesto que catedrales e iglesias, hace más de un siglo, ya contaban con museos, pero nunca con la proliferación a la que estamos asistiendo en estos momentos. Una transmisión de conocimiento que va a permitir, además, valorar ese patrimonio y por tanto protegerlo de manera más decidida.

Los museos eclesiásticos en Castilla y León han sufrido una gran transformación museográfica y desde el punto de vista expositivo e incluso didáctico, como por ejemplo el museo Oriental de los Agustinos en Valladolid, el de Santa Teresa en Ávila o el de San Isidoro de León. En este último, se ha cambiado el hilo conductor de la exposición que sigue un criterio histórico cronológico, tratando de interrelacionar continente y contenido, es decir, los espacios expositivos con las piezas que se muestran en cada uno de ellos (Jaén, 2016: 15). Sin embargo otros todavía conservan una museografía clásica.

Está muy bien el poner en valor y exhibir todo este legado, estas colecciones y obras, pero entendemos que hay que hacerlo con un criterio didáctico y educativo, con conocimiento de a quién va dirigido, no simplemente para subrayar obras de importancia. Es necesario exponer el patrimonio religioso de una manera clara y accesible, aplicando los nuevos criterios museográficos, los cuales, además de potenciar su valor histórico y cultural, enfatizan de una manera elocuente su función pastoral. Los diversos valores que transmite el patrimonio religioso no tienen que ser excluyentes sino complementarios (De la Peña, 2012: 164). El visitante actual no busca solamente la visión artística de los objetos, sino mayor información y de manera más rápida: conocer cómo se han realizado, por qué surgieron en aquel lugar y aquella época, quiénes fueron sus mecenas o promotores, qué materiales y técnicas usaban, cuál era su función, qué dio origen a esa festividad, a esa representación, etc. y todo ello como una búsqueda de la identidad del individuo frente a la globalización cultural. Debemos potenciar que las obras cuenten su historia, valiéndonos de diferentes medios y recursos; conseguir que el visitante salga comprendiendo lo que ha visto, que haya vivido una experiencia y además se haya divertido. Creemos que al patrimonio eclesiástico todavía le falta comunicarse de manera más efectiva y transmitir su mensaje a través de un lenguaje actual, que no es otro, que el que ponen a nuestro alcance los medios modernos de la información y la comunicación.

2.- Objetivos

El objetivo principal de este artículo es proceder, a través de una amplia muestra de los centros museísticos eclesiásticos repartidos por la extensa Comunidad de Castilla y León, a la investigación y análisis de la comunicación de ese patrimonio museístico eclesiástico, tanto de manera externa como interna; cómo se ha desarrollado a lo largo del tiempo en los escasos centros museísticos que han existido en Castilla y León, hasta que a partir de un momento dado, se han sumado una serie de nuevos museos y otros equipamientos surgidos recientemente con el nombre genérico de centros de interpretación, constituyendo el rico y diverso panorama con el que contamos en la actualidad.

El contexto en que han surgido estos espacios culturales, su razón de ser, su puesta en escena, los elementos museográficos y técnicos que utilizan para acercar al público ese bien patrimonial, cómo se publicitan y los distintos medios de comunicación por el que

se dan a conocer, lo que aportan al mundo de la cultura y el turismo van a ser otros de los objetivos de este artículo de investigación.

3.- Metodología

En cuanto a la metodología, hemos partido de un enfoque teórico sobre la llamada “nueva museografía”, por medio de la consulta de numerosa bibliografía, estudios y publicaciones aparecidos sobre las nuevas técnicas de comunicación vinculadas al mundo de la museología, como son las técnicas museográficas, la forma de presentar el patrimonio desde el análisis de la comunicación educativa y didáctica del patrimonio, las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación al servicio de estas nuevas instalaciones, así como estudios de público y de los servicios que ofrecen los espacios museísticos a la sociedad.

Partiendo de la idea de que prácticamente todo comunica en el terreno museístico, desde el edificio, pasando por la exposición de las colecciones, la museografía, las personas que atienden dicho espacio, los servicios que prestan, etc., concebimos una ficha técnica elaborada *ad hoc*, para llevar a cabo el trabajo de campo y de recogida de datos. Por medio de esta herramienta, hemos recopilado información sobre aquellos recursos que utiliza el centro museístico, tanto para su comunicación interna, es decir, la exhibición y comunicación de las colecciones con el visitante, como para su difusión externa. Otro recurso muy útil a la hora de analizar la museística de estos centros, ha sido la propia observación directa de su exposición, así como la visita a sus páginas webs y otros canales. Este análisis nos ha proporcionado una serie de resultados que pondrán en evidencia la forma en que se comunica el patrimonio museístico eclesiástico, en relación con las nuevas tendencias de la museografía y que al final, y como colofón, quedarán plasmados en las conclusiones.

4.- La comunicación museográfica: esa asignatura pendiente

Como ya hemos indicado, la comunicación museística ha mejorado mucho y se hace evidente en unos centros museísticos más que en otros. Por ejemplo, en el Museo de la Colegiata de San Isidoro de León, se ha corregido el discurso narrativo, se ha mejorado la relación con el público poniendo a su disposición diferentes medios como hojas explicativas en cada sala, se han adaptado las visitas a los más pequeños con una selección de piezas acompañadas de imágenes y realizado talleres bilingües (Jaén, 2016:22). Pero a pesar de ello, todavía percibimos que la comunicación que proporcionan los centros museísticos eclesiásticos, en muchos casos, se basa todavía en frías cartelas y paneles que acompañan a las piezas y obras, con textos repletos de nombres, datos y fechas, generalmente, con poca repercusión en el visitante, que cuando abandona el lugar, ya no se acuerda de casi nada de lo que ha leído. A muchas de las exposiciones les falta un hilo argumental coherente. Por ejemplo, una catedral, un monasterio, es o ha sido un organismo vivo, donde los sacerdotes y monjes hacen su vida, oran, trabajan en diversos oficios, hacen música, están organizados bajo una regla, y en otros tiempos copiaban códices y generaban cultura; un lugar donde el pueblo manifiesta su fe, todo ello se puede ver reflejado en las piezas que se nos muestran en los centros museísticos; están ahí expuestas, pero si no se saben interpretar, el visitante no lo percibe. La gran mayoría de las personas, cuando visita un bien patrimonial, echa

en falta una explicación más didáctica, fácil de comprender, comenzando por integrar el objeto en su contexto histórico para poder asimilar lo que supuso en su momento y la importancia que ha tenido o tiene en la actualidad. La motivación muchas veces para estudiar e interesarnos por la historia, surge de la utilidad práctica para explicar y justificar las cosas del presente; es más, una vez que las cosas del presente han sido historiadas alcanzan nuevo sentido. La comprensión de lo sucedido ayuda a esclarecer mejor lo que sucede. Un acontecimiento que no se relata puede existir, pero desaparece para la posteridad (Piñuel, 2006: 20).

Lo que observamos es que esta información, siendo válida, no es asimilable por todo el mundo. Habitualmente cuando uno accede a la información de una obra, ésta nos va a proporcionar datos sobre la época, estilo, autor, -si se conoce-, y material en que está realizada. A esta información le suele faltar contextualización, humanización e interpretación. Es curioso cómo, la mayoría de las veces, la figura del hombre no aparece por ningún lado, como si esa pieza hubiese aparecido de la noche a la mañana, sin un proyecto impulsado por alguien, sin un mecenas, sin un objetivo concreto y sin un esfuerzo por parte de la población. No se facilita entender cómo se pudo hacer de esa magnitud, con esa riqueza, y en esa época. Información que nos hable de la sociedad de ese tiempo, su religiosidad, sus creencias, el papel de la iglesia..., es decir, todo aquello que podemos enmarcar en la llamada sociología del arte.

Estaremos de acuerdo que toda esta información no cabe en un folleto turístico o en un panel informativo, pero sí hay recursos hoy en día que pueden ayudar a la comprensión más racional del arte en su contexto mediante las tecnologías de la comunicación. Los museólogos de la Iglesia creen necesario aplicar las nuevas tecnologías multimedia en los museos eclesiásticos siempre que ello contribuya a convertirlos en museos integrados y próximos a sus visitantes (Jaén, 2016: 23). Una audioguía, una infografía o un audiovisual, bien realizado y estructurado, puede ser un medio muy potente para que, en pocos minutos, podamos tener una contextualización del museo, una visión más amplia y real de la citada obra o colección. También los elementos interactivos, sobre todo para el público más joven, seguramente, pueden ser el canal idóneo para hacerlo más comprensible y lúdico. Estos dispositivos, ya sean audiovisuales, infografías, pantallas interactivas, RV o RA, descomprimen complejos narrativos facilitando la interpretación de la obra, redefinen los itinerarios expositivos en espacios participativos, así como estimulan el juicio reflexivo y la experimentación lúdica (Torres, 2013:208). Y cada vez más, la incorporación al patrimonio en general, de los denominados *mobile learning*, móviles con aplicaciones de lectura de códigos QR, que nos ampliarán la información, o con marcadores de Realidad Aumentada. Pero hay que tener en cuenta, como nos proponen Santacana y Grevtsova, que para poner en marcha estas aplicaciones hay que reflexionar primero sobre su contenido y comprobar la cobertura de red. Por otro lado, estas aplicaciones, suelen ser un recurso relativamente barato, eficaz e inteligente para construir elementos de mediación didáctica, siempre que contengan ideas atractivas. Un buen recurso sin ideas se transforma en un recurso inútil. Destacamos, que los códigos QR o de Realidad Aumentada, no son un sustituto de la museografía, sino un complemento interactivo (Santacana, 2014: 193-197).

Además, todos estos elementos pueden estar colgados en la página web del centro museístico o del gestor o dinamizador del mismo, con acceso cómodo y rápido, o expuestos en algún panel del propio centro para consulta del gran público. En el caso de los centros de interpretación estas nuevas tecnologías ya se están incorporando al

discurso museográfico con el fin de cumplir esa función de aprendizaje, didáctica, interpretativa y lúdica del patrimonio.

Nos parece elocuente cómo los nuevos espacios museísticos que se han creado en los últimos años son fruto del cambio producido en el concepto de presentación del patrimonio y su usabilidad, con nuevos recursos expositivos, dirigidos a un público masificado y heterogéneo. Supone por tanto, un nuevo enfoque en la comunicación del patrimonio, acercándolo a ese público que acude a contemplar y participar del mismo, incorporando diferentes recursos didácticos y tecnologías al discurso museográfico, con el fin de cumplir esa función de enseñanza-aprendizaje, interpretativa y lúdica. Este cambio ya lo podemos percibir en las nuevas instalaciones museísticas abiertas recientemente o remodeladas, sobre todo en los llamados centros de interpretación, como el centro de interpretación de la orden Dominicana en Caleruega (Burgos) o el Área arquitectónica de la Catedral de Burgos, por poner algunos ejemplos, los cuales, hasta la fecha, han sido escasamente analizados³.

Uno de los proyectos que más ha contribuido en Castilla y León a entender de otra manera el aspecto expositivo en el ámbito de los centros museísticos eclesiásticos han sido las Edades del Hombre. Esta iniciativa que arranca en 1988 impulsada por la propia iglesia, ha sido un espejo en el que fijarse desde el punto de vista conceptual y museográfico de las exposiciones, incorporando al discurso narrativo diferentes recursos y las nuevas tecnologías al servicio de la interpretación y de la comunicación museística. Un relato diseñado con anterioridad, siempre con una finalidad primordial evangelizadora y catequética, mostrada por medio de elementos culturales y obras de arte sacro de Castilla y León. Las Edades del Hombre han constituido uno de los primeros exponentes de socialización del Patrimonio en un doble sentido: despertando en las personas una adhesión afectiva y de respeto por lo que constituye la riqueza patrimonial de la región castellano-leonesa y en segundo lugar, reconociéndonos en él como parte de una historia, una cultura y una fe. (Las Edades del Hombre: 2016: 21).

Por tanto, un museo eclesiástico no debiera ser una mera colección de antigüedades, porque, a pesar de que muchas de las piezas hayan perdido su función eclesial, continúan transmitiendo un mensaje que se debe trasladar a las generaciones futuras al margen de la secularización creciente actual. Los bienes culturales, ornamentales, rituales, no nacieron para estar expuestos en un museo, sino para expresar mejor el culto, la catequesis y, en definitiva, la cultura. Por supuesto que su funcionalidad ha cambiado, pero para reconocerlos, además de apreciar el propio valor material y estético que contienen, debemos hacer un esfuerzo para verlos en su verdadero contexto, vinculados con las iglesias y las comunidades a las que sirvieron. Este suceso se ha tratado de reflejar en algunos museos como en el de La Cartuja de Miraflores (Burgos).

La Iglesia, es consciente de su gran responsabilidad con respecto a la conservación del patrimonio, y por ello creó en 1981 la Comisión Episcopal para el Patrimonio Cultural, que ha servido para organizar y estimular una serie de organismos y servicios que están haciendo posible que este patrimonio se conserve, se utilice, se acreciente y pueda seguir sirviendo a sus fines originarios catequéticos, evangelizadores y culturales, con el

³ Para el caso de Castilla y León podemos citar el trabajo de fin de Máster: DE DOMINGO ANGULO, Emilio (2014) *Los centros de interpretación histórico, artístico y arqueológico en la provincia de Burgos. Estudio analítico-descriptivo*. Trabajo fin de Máster en Patrimonio y Comunicación. Burgos: Repositorio Universidad de Burgos.

deseo también de ofrecerlo a la contemplación y al estudio de todos como servicio cultural a la sociedad (Sancho, 1991: 6). Facilitar el acceso a los bienes culturales de la Iglesia ha sido siempre voluntad de esta, expresada en los acuerdos firmados con el Estado Español y los Gobiernos Autonómicos. Gran parte de estos bienes del Patrimonio Cultural eclesiástico, poseen además del interés religioso, un interés histórico y artístico que les hacen especialmente relevantes en el campo de la cultura (Iguacén, 1991: 31).

Con el fin de ayudar a que todos estos principios se puedan traducir en algo concreto, la Comisión Episcopal para el Patrimonio Cultural de la Conferencia Episcopal Española, redactó en 2004, los *Principios y Sugerencias para la Estructura de los Museos de la Iglesia* (Comisión episcopal, 2004: 1-6), una serie de normas para respaldar la gestión de los museos eclesiásticos. Comienza en su Introducción definiendo el Patrimonio Cultural de la Iglesia como los bienes culturales que la Iglesia creó, recibió, conservó y sigue utilizando para el culto, la evangelización y la difusión de la cultura. Testimonio y prueba de la fe de un pueblo, además de creaciones artísticas, huellas históricas, así como manifestaciones de cultura y civilización (De Vicente, 2006: 47-48).

Desarrolla una serie de puntos sobre la naturaleza y fines del museo de la Iglesia, insistiendo en la conservación, custodia, valoración, exposición y difusión, al servicio de la pastoral y de la cultura.

En cuanto a la institución y organización, indica que será conveniente que haya un director con formación en museografía y gestión de museos nombrado por el Obispo.

Este documento también da una serie de pautas sobre la sede del museo y la organización de sus espacios, sobre la seguridad y conservación de las obras expuestas o almacenadas y todo lo que atañe a la museología y su gestión. Confiere mucha importancia a la dimensión educativa y didáctica de estos museos, a los que les incumbe la tarea de transmitir correctamente el mensaje. Incluso, apunta la posibilidad de contar con un aula didáctica para realizar talleres y otras actividades y la elaboración de material didáctico adecuado, como guías, trípticos, publicaciones, etc. Por último, y para prestar un servicio adecuado a todos estos principios, considera importante la formación de todo el personal adscrito al museo, incluido el voluntario, en diversas disciplinas (Martínez, 2009: 724).

Una vez expuestas todas estas indicaciones, debemos apuntar que en el caso de los museos eclesiásticos de Castilla y León, nos podemos encontrar una gran disparidad en cuanto a su gestión y comunicación al público. Desde aquellas instalaciones museísticas bien presentadas y gestionadas que en su mayoría son museos catedralicios y diocesanos, pasando por un número de museos catedralicios y monacales, que podemos calificar como dignos, aunque con una falta de acierto museístico acorde a la nueva museología y a los criterios que marca la Conferencia Episcopal Española, hasta llegar a otros, generalmente museos parroquiales, cuya gestión y comunicación museística dista mucho de ser adecuada, sobre todo para denominarse museos. En este caso, la falta de un proyecto educativo de museo, como apuntan José María Cuenca y Myriam Martín (Cuenca, 2014:18-19), con una programación didáctica en la que el objeto de trabajo sea la interacción entre público, institución museística y patrimonio es seguramente la clave para conseguir una correcta comunicación entre los elementos patrimoniales y los diferentes grupos de personas que visitan una instalación.

En general, en Castilla y León, salvo honrosas excepciones, la percepción por parte del visitante es la de una comunicación museografía clásica y, en algunos casos, deficiente. En algunos museos parroquiales se exponen piezas en mal estado de conservación, faltan discursos expositivos o se agrupan obras con escaso criterio. Se evidencia la falta de profesionales capaces de validar un museo, como ocurre en el Gomellano de Gumiel de Izán (Burgos).

Una vez analizados varios centros museísticos eclesiásticos en que la museografía carece de elementos interpretativos y didácticos, nos dimos cuenta que algunos guardaban ciertas semejanzas con otros en algunos aspectos y eso nos permitió clasificarlos en tres categorías. Por un lado estarían aquellos centros museísticos que podríamos encasillar en la categoría de lo que hemos denominado *museografía escaparate*, que podemos definir como aquella exhibición de piezas colocadas de forma más o menos ordenada, generalmente temática (pintura, escultura, ornamentos, orfebrería, etc.) expuestas, bien en vitrinas o sobre otros soportes, acompañadas de una simple cartela explicativa.



Figura 1: Museo MM Dominicas de Caleruega (Burgos) ©EmiliodeDomingo.

Este modelo lo podemos apreciar en algunas catedrales de la Comunidad, monasterios e iglesias parroquiales. En segundo, lugar estaría el modelo expositivo que podríamos enmarcar en la denominada *museografía joyero*.



Figura 2: Museo del Monasterio de Santo Domingo de Silos (Burgos) ©EmiliodeDomingo.

Este caso responde a la muestra de una serie de piezas singulares, bien elegidas, exhibidas en vitrinas a modo de joyas, donde la luz ilumina las piezas otorgándoles cierta relevancia e informadas por medio de cartelas. Sería el caso del Monasterio de San Isidoro de León o de Santo Domingo de Silos. Por último, tendríamos la que denominamos *museografía anticuario o almacén*.

184



Figura 3: Museo de la Colegiata de Santa Ana. Peñaranda de Duero (Burgos) ©EmiliodeDomingo.

Este caso lo podemos contemplar en algunos de los museos parroquiales repartidos por localidades rurales principalmente, donde la falta de espacio y de criterio hace que las piezas aparezcan un tanto amontonadas, distribuidas por encima de la cajonería de la sacristía, ya que suelen ser estos lugares los destinados a estos “museos”, con cuadros y esculturas colocadas en alturas nada aconsejables, donde el *horror vacui* se apodera del espacio, y donde la información es muy escueta, con una simple cartela, cuando la hay. Sería el caso de muchos mal llamados museos parroquiales, como el de Sasamón o Gumiel de Izán en Burgos. De cada uno de estos tres modelos, seguramente al lector de este artículo, se le habrán ocurrido varios ejemplos, además de los expuestos.

La institución eclesiástica, en teoría tan preocupada por la comunicación de su patrimonio y por darle ese sentido catequético y didáctico, debería ocuparse, más pronto que tarde, sobre la comunicación efectiva de su patrimonio. En este sentido ya hace tiempo que se están realizando cursos de formación para los futuros responsables de estos centros museísticos, con el fin de que gestionen de forma correcta este patrimonio que es de todos. Cabe destacar las Jornadas de Museólogos de la Iglesia de España en las cuales se exponen temas como: Tradición y desarrollo en la museografía o diferentes propuestas de innovación museográfica y museología en los museos eclesiásticos (Jaén, 2016a:1). También deben procurar su inmersión en procesos de transmisión de conocimiento de forma didáctica y lúdica, formándose en técnicas de comunicación y divulgación de patrimonio.

Para poder optimizar la visita a estos museos, sería conveniente que estas obras fueran descodificadas, con el fin de hacerlas comprensibles a todos los visitantes. Se hace cada vez más necesaria una inteligente interpretación de las mismas, contextualizándolas, con una buena información en función del tipo de visitante e incluso haciendo uso de las nuevas tecnologías, además, de la siempre impagable posibilidad de contar con un guía experto. Hay todavía conservadores y muchos de los sacerdotes que custodian estos museos, que están en contra de la incorporación de recursos museográficos que ayuden a la comprensión del discurso museístico, en parte, porque creen que esto resta importancia a las piezas y puede convertirse en una especie de parque temático. Sin embargo, en la era de la información y de la comunicación, se impone la convivencia de las colecciones con todos aquellos recursos, elegidos apropiadamente, que lejos de restarles importancia, les contextualice y explique de manera que logre acercarlas al público.

El acceso a un museo de estas características exige una predisposición interior, en el que la belleza allí contemplada nos invite a percibir lo sagrado, lo trascendente; a preguntarnos por el origen de las piezas, su adscripción a ese inmueble y territorio concreto, quien las donó o en qué época se hicieron, su uso y utilidad, para que sirven o servían, la simbología de las imágenes y su reconocimiento por sus atributos, las ropas litúrgicas, las reliquias, el artista, el estilo, etc. Todo ello cabe en un centro museístico.

El éxito de una exposición está en tener claro qué es lo que se quiere comunicar. Para transmitir ese mensaje utilizaremos diferentes signos como vehículos a través de los cuales va a discurrir dicha comunicación. Entre ellos estarán los objetos, los textos, las fotografías, las maquetas, los audiovisuales, la iluminación, el diseño, el propio espacio museológico (Hernández, 1994: 205). Las piezas exhibidas en un museo, podríamos decir, que son el medio material que el espacio museístico utiliza para transmitir el mensaje que nos quiere hacer llegar, además de recurrir a otros elementos museísticos

para interpretar mejor ese mensaje. De este modo, la exposición nos contará su historia partiendo de una trama narrativa conscientemente estructurada y con un guion claro (Santacana, 2011: 71).

Aceptando la conveniencia en la utilización de recursos museográficos que acompañen y faciliten la interpretación de las piezas, debemos apuntar que estos deben ser variados con el fin de no cansar al espectador; jugar, si fuera conveniente, con diferentes elementos museográficos.

El segundo paso será la interpretación del patrimonio y de los elementos expositivos que se quieran o deban utilizar. Es en este momento cuando deberemos recurrir a diferentes herramientas que nos facilita la didáctica del patrimonio, definida como el conjunto de técnicas o artificios universales existentes cuya finalidad es transmitir conocimientos de la forma más eficaz, rápida y agradable al mayor número de personas (Santacana, 2012: 1).

Los objetos, las piezas, constituyen la base de todo espacio museístico sobre los que vamos a construir nuestro relato. Dicho de otra manera, un museo o espacio museístico es ante todo la colección que alberga, siendo esta la que lo define y le otorga entidad frente a otros (Valdés, 1999: 42). Temas menos delimitados e incluso abstractos, como pueden ser el concepto del monacato o la historia de una orden religiosa, los construimos apoyándonos en soportes de objetos e imágenes concretas como se aprecia en el centro El Monacato en el convento de San Francisco (Silos). Los objetos constituyen los soportes conscientes o inconscientes de las construcciones abstractas de la historia (Santacana, 2011: 82).

Dentro de las obligaciones de todo espacio museístico está, entre otras, la de exhibir los objetos de sus colecciones, ofreciendo al público visitante toda la información ligada a los mismos de forma correcta o, si son bienes intangibles, la historia que el propio centro desee contar. El museo no solo es un espacio físico, sino un ámbito relacional entre las piezas y objetos y el lugar que los alberga. Esto se entiende mejor en los espacios museísticos creados dentro del propio ámbito o edificio donde se generaron (Hernández, 2003: 23), como por ejemplo el museo de la Catedral de León, el de la Cartuja de Miraflores de Burgos, el Centro de Interpretación de la Orden Dominicana en Caleruega (Burgos), y tantos otros, donde es más fácil contextualizarlo. El espectador, para comprender las obras expuestas, necesita realizar un esfuerzo de descodificación de las mismas, con el fin de comprenderlas. Una pieza de museo adquiere su significado real a través del proceso subjetivo visual y mental que realiza el espectador otorgándole un valor, y la tarea del museo consiste en ponerla de manifiesto en toda su complejidad. Lo menos que puede hacerse entonces, es situarla en su contexto histórico expositivo (Wimmer, 1987: 87). Las piezas exhibidas en un centro museístico dejan de ser elementos inertes que representan un pasado sin vida, para convertirse en instrumentos capaces de despertar curiosidad por el aprendizaje y el descubrimiento de una población que busca en ellos las razones últimas de su propia identidad (Hernández, 2006: 172).

Hay un problema en la presentación museológica clásica en relación con el riesgo de que los visitantes, en lugar de adoptar una actitud crítica o interpretativa, tiendan a dejarse impresionar por la importancia del objeto, su atractivo visual, lo cual puede ser suficiente si lo que busca es el mero goce estético. Pero el museo debe proporcionar aquellos factores de tipo histórico, político, social, económico, religioso y estético, que

den un sentido nuevo al objeto, insertándolo dentro de una dinámica humana que lo haga más fácilmente inteligible para todos aquellos que lo contemplan (Hernández, 2003: 32). En los espacios museísticos, es necesario crear el ambiente adecuado donde, no solo sea posible la contemplación del arte, sino también el diálogo y el encuentro entre los visitantes y las obras (Ibid: 34). Por eso, cada vez más, estamos asistiendo a una adaptación de los museos tradicionales y a la creación de nuevos espacios museísticos que conllevan una idea distinta de la presentación estética de las obras o de la propuesta que intentan mostrarnos, haciéndose más comprensible y permitiendo el disfrute de la gente, porque si esto no lo consigue, habrá perdido su doble identidad de memoria y de placer y no estará prestando a la sociedad actual las funciones que le son propias (Ibid: 125).

Percibimos, que cada vez se impone más, una clara y continuada necesidad de abordar los objetos y las exposiciones de forma más cercana y activa, buscando una experiencia física que utilice todos los sentidos (Hooper-Greenhill, 1998: 25). El museo nos da la oportunidad de contemplar los objetos de forma tridimensional, al que puede unirse la posibilidad de tocar, oler e incluso degustar, para completar la experiencia multisensorial (Belcher, 1994: 52) como ocurre en el museo del monasterio de Silos. Por eso es tan importante marcar una estrategia de comunicación basada en todo el conjunto de piezas, estructuras, iluminación, textos, imágenes, ilustraciones, escenografía, módulos interactivos, sistemas audiovisuales y programas de ordenador; todo aquello que podamos utilizar para que el visitante se informe, se guíe, descubra, se interroge, motive y provoque su participación (Alonso, 2010: 146).

Para que haya comunicación, el mensaje debe llegar correctamente y con nitidez al receptor, porque de otro modo, no podremos afirmar que ha habido comunicación, y por tanto, es aquí, donde entraría la cuestión didáctica y educativa de la museografía. El laicismo progresivo, la disminución de la enseñanza religiosa y la práctica desaparición de la cultura religiosa, está privando a las nuevas generaciones de claves que resultan fundamentales para comprender la propia identidad e, incluso, para entender la identidad del “otro” (Ballester, 2005:16). Si entre el espectador y los objetos no se produce ese nexo de comprensión, el interés por el objeto no existirá y, en términos didácticos, diremos que no provocará aprendizaje; no habrá comunicación. De ahí la importancia de elegir bien el espacio donde albergar las colecciones, el color, las formas, la iluminación, la contextualización de los objetos que les devuelva, de alguna manera, sus características propias y naturales que tuvieron en origen. Un objeto desde el punto de vista formal, nos transmitirá su forma, su volumen, y todas aquellas características que lo hacen único, pero si lo analizamos dentro del hilo argumental expositivo y en el conjunto de la colección, descubriremos que tiene un significado, un valor cultural, creado por el hombre en un tiempo y en un contexto histórico determinado. La misión del museo “es hacer que las obras funcionen” (Godman, 1993: 107-115), es decir, sean percibidas y comprendidas por el público.

El patrimonio en general y los espacios museísticos en particular se han ido adaptando a las demandas del público que les ha otorgado un protagonismo que nunca tuvieron, quizás porque tienen el privilegio de hablar el idioma de la época, el de la imagen; un lenguaje inteligible para todos, idéntico en todos los países (Sallés, 1996: 139). La cultura visual representa el carácter general de la cultura moderna. Los medios visuales y el sonido se imponen al espectador y organizan la estética (Fernández, 2008: 32). Esta cuestión es la que tienen pendiente muchos museos eclesiásticos en estos momentos.

Somos conscientes de que la utilización de estos recursos museográficos está condicionada, la mayoría de las veces, al presupuesto y esto a su vez, a la presencia de un profesional que supervise y asesore la concepción de la museografía.

Los espacios museísticos para presentar sus colecciones utilizan toda una serie de elementos constructivos o de soporte que acompañan y hacen más estético y cómodo el discurso museográfico. Por desgracia, existen espacios en los que casi cualquier soporte es válido para presentar las piezas, sin tener en cuenta los daños causados por la luz que incide sobre los objetos, sobre todo en elementos pictóricos y textiles o los problemas que crean los reflejos de las luces y de las vitrinas con planos inclinados (Thomson, 1998: 42).



Figura 4: Museo Parroquial Colegiata de Covarrubias (Burgos) ©EmiliodeDomingo.

Ventanas sin protección solar, soportes poco adecuados como baldas, cajonerías, cuadros expuestos a alturas inadecuadas que proliferan en algunas de las sacristías, por ejemplo, utilizadas como espacio museístico.

Un elemento importante y utilizado sistemáticamente para la exhibición de las piezas son las vitrinas, generalmente de metal y vidrio. En algunos de los museos eclesiásticos aún nos encontramos los armarios expositores de las sacristías haciendo la función de vitrinas, como es el caso del Museo del Monasterio de San Salvador de Oña o de la Colegiata de Peñaranda de Duero.



Figura 5: Museo del Monasterio de San Salvador de Oña (Burgos) ©EmiliodeDomingo.

Las vitrinas, tienen la ventaja que en ellas pueden recrearse pequeñas contextualizaciones de las obras para su mejor comprensión. Además, cumplen una estupenda función para preservar las piezas del polvo, así como del robo o deterioro. También, permiten la creación de un microclima a través de medidores de temperatura y humedad. Es conveniente introducir en las vitrinas materiales homogéneos, ya que de otra forma, cada uno de ellos puede requerir temperaturas y humedades diferentes y esto puede afectar a la conservación de las piezas.

En cuanto a los contenidos de las vitrinas, observamos en algunos museos, como el de la iglesia de San Juan en Castrojeriz (Burgos), que tienden a mostrar conjuntos completos de piezas, lo que supone un gran número de objetos similares en la vitrina (Mansilla, 2004: 110), lo cual no aporta mayor información y puede llegar a cansar al espectador. La vitrina tiene un inconveniente, aunque un tanto relativo, y es que supone una barrera entre el objeto y el visitante y por tanto puede entorpecer la comunicación (Hernández, 1994: 211-212).

Otro de los elementos de comunicación importantes son las cartelas que acompañan a las piezas. Si tenemos una serie de piezas del mismo tipo en una vitrina, no es conveniente que pongamos una cartela por cada pieza. Hay que procurar ser sistemáticos, realizando un mismo modelo de cartela para toda la exposición en cuanto a formato, color, tipografía, conceptos a incluir, y a la hora de colocar las cartelas, procurar que respeten el mismo orden, altura, etc. No es lógico que unas piezas estén acompañadas por cartelas y otras no. Esto ocurre en algunos museos eclesiásticos como el parroquial de Sasamón (Burgos).

Hay casos en los que se ha ampliado la información con un panel más grande donde aparece la historia del objeto o de aquello que se desee informar de manera más extensa. Esto permite al visitante recibir una información adicional, pero hay que hacerlo de manera adecuada, siguiendo el modelo y estética fijado. No es conveniente ni estético, como aparece en el Museo del Retablo de Burgos, ampliar la información a través de un folio plastificado, cogido con una cuerdecita al lado de la pieza.



Figura 6: Museo del Retablo (Burgos) ©EmiliodeDomingo.

Las cartelas tienen la función de identificar las obras expuestas, por tanto, el texto debe ser breve, conciso, puramente informativo y colocarse al lado del objeto (Ibid: 208) y teniendo en cuenta las características del público. En algunos espacios podemos ver cómo se expone el texto en dos idiomas, sobre todo castellano e inglés y, por ejemplo en el Museo de la Colegiata Virgen del Manzano de Castrojeriz, tienen cartelas con información en braille para ciegos, así como reproducciones que se pueden manipular, lo cual supone un valor añadido y de agradecer en beneficio de la accesibilidad de estos centros.



Figura 7: Museo Colegiata Virgen del Manzano. Castrojeriz (Burgos) ©EmiliodeDomingo.

Sería muy conveniente que en la propia cartela, se insertaran códigos Bidi o QR, con el fin de que, a través de una aplicación de los dispositivos móviles se pueda descargar más información y en distintos idiomas para todo aquel que lo desee. Un recurso barato que permite disponer de mayor información, no solo textual, sino visual y sonora y que el visitante puede capturar y, de este modo, consultarlo en otro momento.

La realidad es que muchos de estos centros museísticos eclesiásticos adolecen de falta de criterio expositivo y de elementos de información y por supuesto didácticos, que sean capaces de comunicar de forma correcta el mensaje que quieren y deben transmitir. Prácticamente todos se hallan contextualizados en tanto que su contenedor suele ser la propia iglesia, monasterio o catedral, lugar para el que se crearon las obras o por lo menos a su territorio de adscripción. Aunque generalmente es la sacristía, en el caso de las iglesias, el lugar elegido principalmente para realizar esta función *museal*, muchas veces la falta de espacio y la gran cantidad de obras que se pretenden exponer, desbordan este recinto y se reparten por otros lugares del templo, lo cual teniendo en cuenta que suelen ser monumentos de bella factura, también los propios espacios arquitectónicos, como capillas con sus retablos, y otros bienes muebles, configuran un todo, un espacio *museable* completo e integrado. Estamos de acuerdo con Elena López (López, 2009: 77) en que cuando colecciones de la iglesia abren sus puertas a los visitantes, se *musealiza* el propio recinto junto con las colecciones que alberga, asistiendo a una *musealización* integral del inmueble. Es el caso de muchas iglesias, monasterios y catedrales de Castilla y León, que en esencia configuran todas ellas un verdadero museo; eso sí, con una concepción expositiva clásica la mayoría de las veces.

Hemos hablado hasta ahora de los museos catedralicios, parroquiales y monacales, como los modelos más extendidos dentro de los centros museísticos eclesiásticos. Otra tipología que podemos encontrar en Castilla y León, son los museos imagineros de la Semana Santa. Constituyen otro género de espacio museístico donde se nos muestra la devoción y la cultura de un pueblo y sus tradiciones. Casi todos se basan en exponer los pasos que procesionan durante la Semana Santa, sin mayor pretensión que una sucesión

de tronos como ocurre en Zamora o en La Bañeza. El de Medina de Rioseco, quizá es el que mejor se adapta a la nueva concepción museística en cuanto a su exhibición e información.

Por último, citaremos los centros de interpretación que la iglesia está abriendo en algunos lugares de la geografía castellano leonesa con el fin de explicar ciertos temas como, la evolución constructiva de una catedral, un fenómeno como el monacato o la historia de una orden en concreto. Ponemos como ejemplo, el área de interpretación arquitectónica de la catedral de Burgos, que a nuestro modo de ver, no consigue el objetivo para el que se creó, con demasiados paneles y textos excesivamente largos, en el que faltan medios didácticos, visuales e interactivos. Otro ejemplo lo tenemos en el Monasterio de los PP Dominicos de Caleruega (Burgos), donde el centro de interpretación de la orden dominicana intenta acercar al visitante la historia de esta orden de predicadores, pero creemos que sobra texto y faltan elementos materiales y didácticos que nos acerquen a esa gran obra. Otro ejemplo lo tenemos en el centro de interpretación del arte mudéjar en la iglesia de San Martín de Cuellar (Segovia). Por último, la colección permanente El Monacato, en el monasterio de San Francisco de Santo Domingo de Silos, que en realidad es un centro de interpretación sobre este fenómeno que transformó la cultura de Europa. Dotado de recursos visuales e interactivos, creemos que cumple dignamente su función, aunque le sobra texto en los paneles y complica algo su visita el hecho de que últimamente se monte y desmonte en función de la utilización del espacio que lo acoge.

5.- La difusión exterior de los centros museísticos eclesiásticos

192

Si importante es la comunicación interna entre las obras y el visitante, también lo es su difusión externa; es decir, darse a conocer al gran público. Tradicionalmente los espacios museísticos, en el mejor de los casos, se han difundido a través de recursos habituales como los carteles, las revistas y folletos turísticos, los libros de texto, las guías, los materiales didácticos y catálogos, la prensa gráfica y los medios audiovisuales clásicos, como la radio y la televisión. Con la llegada de Internet la difusión de estos equipamientos deben adquirir un alcance y un protagonismo sin precedentes ante las potencialidades inabarcables de la red (Bellido, 2003: 9). La llegada y propagación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación vinculadas al patrimonio, están permitiendo una mayor democratización que va a marcar una nueva etapa, no solo desde la aplicación didáctica y educativa, sino desde el punto de vista de difusión, de presentar su propuesta cultural, con lo que conlleva de inmediatez, de pluralidad, de universalidad, de interactividad y participación, y todo ello, de forma gratuita o al menos muy barata.

Uno de los fines primordiales al que debe aspirar todo espacio museístico, creado para la divulgación del patrimonio que alberga, es promocionarse, ya que, como reza una máxima, “lo que no se conoce no existe”. Estas instalaciones nacen con esa filosofía y aunque algunas veces, por falta de medios, se queden en el ámbito reducido de una localidad o circunscritos a un bien concreto, las nuevas tecnologías por medio de Internet, permiten en estos momentos su máxima difusión a través de las páginas webs, de las webs 2.0, de YouTube y de todo ese mundo de las tecnologías de la comunicación y divulgación en general y de nuestro patrimonio museístico en particular. Los contenidos volcados en la web de una institución deben reflejar

claramente la realidad, siendo al mismo tiempo una proyección de la imagen que ésta desea tener (Carreras, 2009:363). Además, las redes sociales, sobre todo Facebook o Twitter, permiten tener una conexión directa con el público y son muy válidas, no solo para dar información, sino para que el propio centro museístico realice evaluaciones a través de los comentarios y apreciaciones volcados en la red.

La forma de presentar el centro museístico al usuario, tiene sus particularidades muy vinculadas al mundo de la publicidad y del marketing. Hoy en día, el público no se conforma con que le den una información sobre un determinado espacio museístico, sino que espera que esa información le llegue de forma atractiva, actualizada, completa, con una buena imagen que provoque su visita. Debe haber uniformidad en el diseño gráfico, para que el público consiga una rápida identificación (Valdés, 1999: 187) del bien patrimonial en todos los elementos publicitarios que se utilicen, tanto en soporte papel como en Internet, lo que hoy se conoce como imagen de marca.

En el campo de los centros museísticos eclesiásticos el recurso tecnológico que más se utiliza son los portales webs que les permite su difusión en distintos idiomas y con diversas prestaciones como: la reserva de entradas, información sobre actividades, horarios o visitas virtuales. También en este caso son los grandes museos catedralicios y diocesanos los que cuentan con páginas webs propias, al que poco a poco se van sumando otros como el Museo de San Joaquín y Santa Ana de Valladolid, el de Arte Oriental de Ávila, Museo de San Isidoro de León y un largo etcétera. Los museos parroquiales, una vez más, se encuentran desprovistos de estas tecnologías de la comunicación.

193

6.- Conclusiones

Concluimos este artículo afirmando que la comunicación interna, ese *feedback* que debe existir entre las piezas y los visitantes, no se ha conseguido en general en los centros museísticos eclesiásticos de Castilla y León. En algunas instalaciones, las inauguradas o reformadas recientemente, vemos como se va consiguiendo, o al menos se percibe, un esfuerzo por acercar al público las colecciones a través de recursos puestos al servicio de una comunicación más efectiva. Es el caso de los mencionados Museo Oriental de Valladolid, el de Santa Teresa de Ávila o San Isidoro de León. En general, prácticamente todas requieren de una mayor presencia de la didáctica, de manera que se consiga interpretar de manera acertada el discurso expositivo para ese público tan heterogéneo que les visita cada año. Hay instalaciones donde se ha realizado un gran esfuerzo como en el Museo Carmelitano de Alba de Tormes (Salamanca), el museo de la Cartuja de Miraflores de Burgos, el Museo Oriental de los Filipinos en Valladolid o el Museo de los Condestables de Castilla en el Monasterio de las Claras de Medina de Pomar, por citar algunos.

En el caso de los museos de las grandes Catedrales de la Comunidad, la comunicación expositiva se nos antoja un tanto dispar. Hay museos en los que se aprecia el esfuerzo por mostrar las piezas y colecciones de manera adecuada, como la de León, Zamora, Salamanca o Ávila, donde a pesar de su concepción clásica, se ha acertado a la hora de exponer temática y cronológicamente las colecciones. En los de Burgos y Segovia consideramos que todavía se debe hacer un trabajo mayor en cuanto a la forma de exhibir las colecciones, quizá por falta de espacio y criterio expositivo. Los de

Valladolid, Palencia, Astorga y Burgo de Osma, requieren de una remodelación en profundidad.

Hay que agradecer a muchos monasterios que se están sumando a abrir nuevos museos y mostrarnos sus tesoros de manera digna. Es el caso del Monasterio de la Vid y de las MM Dominicas en Caleruega, ambos en Burgos, el museo de arte oriental de Santo Tomás en Ávila recientemente remodelado, el Museo de Arte Sacro de Ampudia, el de Santa María de Becerril de Campos o del Monasterio de Santa Clara de Carrión de los Condes, todos ellos en la provincia de Palencia, el museo de arte Sacro de Béjar en Ávila o el de Riaza (Segovia) por poner algunos ejemplos.

En cuanto a la difusión externa, hoy en día se impone la necesidad de estar presentes en Internet a través de una página web bien configurada y dinámica que aporte a los usuarios información actualizada, completa y atractiva. Poco a poco, algunos centros museísticos están dotándose de páginas webs más intuitivas y bien estructuradas como es el caso de la Catedral de León y la de Burgos, pero todavía hay muchos museos eclesiásticos que no poseen página web propia. A veces, utilizan páginas webs recurrentes, como la del Ayuntamiento de la localidad para prestar alguna información sobre dicho centro museístico y otros, simplemente no tienen. Las redes sociales van integrándose paulatinamente en los centros museísticos eclesiásticos de la región, sobre todo en las catedrales y monasterios.

Creemos que en este capítulo, todavía le queda a la iglesia mucho recorrido en cuanto a su presencia en el mundo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Esperamos, que lo antes posible, se vaya abriendo e incorporando al mundo digital y, así podamos obtener mayor y mejor información y una comunicación más fluida que nos acerque a disfrutar de este rico patrimonio que es de todos.

7.- BIBLIOGRAFÍA

ALONSO FERNÁNDEZ, Luis y GARCÍA FERNÁNDEZ, Isabel (2010). *Diseño de Exposiciones. Concepto, instalación y montaje*. Madrid: Alianza Editorial.

BALLART HERNÁNDEZ, Josep (2007). *Manual de Museos*. Madrid: Editorial Síntesis S.A.

BALLESTER, José María (2005). “La inteligibilidad del Patrimonio religioso”. *Ars Sacra* N° 33.

BELCHER, Michael (1994). *Organización y diseño de exposiciones. Su relación con el museo*. Gijón: Ediciones Trea.

BELLIDO GANT, M^a Luisa (2003). “Expectativas de la virtualización de los itinerarios culturales” Universidad de Granada, p. 9 [En línea] [Consulta: 24.01.2015].- <http://www.ugr.es/~mbellido/PDF/021.pdf>.

BOLAÑOS, María (1997). *Historia de los museos de España. Memoria, cultura y sociedad*. Gijón: Ediciones Trea.

CARRERAS MONFORT, César. “TIC y su aplicación a la gestión del patrimonio local”. *Universidad Internacional de Andalucía. UNIA* (Sevilla), nº XIV.(2009), p. 363.

COMISIÓN EPISCOPAL PARA EL PATRIMONIO CULTURAL (2004). *Principios y sugerencias para la Estructura de los Museo de la Iglesia*. Madrid: Conferencia Episcopal Española.

CUENCA LÓPEZ, José María y MARTÍN CÁCERES, Myriam J. (2014). *Manual para el desarrollo de proyectos educativos de museos*. Gijón: Ediciones Trea.

DE DOMINGO ANGULO, Emilio (2014). *Los centros de interpretación histórico, artístico y arqueológico en la provincia de Burgos. Estudio analítico-descriptivo*. Trabajo fin de Máster en Patrimonio y Comunicación. Burgos: Universidad de Burgos.

DE LA PEÑA VELASCO, Concepción “El patrimonio inmaterial. Oportunidades tangibles para el desarrollo expositivo de los museos catedralicios”. *E-rph, Revista Electrónica de Patrimonio Histórico* (Granada) 11 (2012).

DE VICENTE Y RODRÍGUEZ, José Félix (2006). “El patrimonio eclesiástico: modos de organización”. *Museo (Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España. Incluye las actas de las IX Jornadas de Museología)*(Madrid), 11 (2006), pp. 47-48.

FERNÁNDEZ, Jorge Juan. (2003). *Museo y colecciones de Castilla y León*. Valladolid: Ámbito Ediciones.

FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, Maximiliano. (Coord.) (2008). *Comunicación en la Sociedad Red: La construcción mediática de la realidad*. Ávila: Universidad Católica de Ávila.

GODMAN, N. “¿Cuál es la finalidad del museo?” *Kalias*(Valencia) año V, n.9 (Semestre I), (1993).

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca (1994). *Manual de Museología, Biblioteconomía y Documentación. Ciencias de la Información*. Madrid: Editorial Síntesis.

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca (2003). *El museo como espacio de comunicación*. Gijón: Editorial Trea.

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca (2006). *Planteamientos teóricos de la museología*. Gijón: Editorial Trea.

HOOPER-GREENHILL, Eilean (1998) *Los museos y sus visitantes*. Gijón: Ediciones Trea.

IGUACÉN BORAU, Damián (1991). *Diccionario del Patrimonio Cultural de la Iglesia*. Madrid: Ediciones Encuentro.

JAÉN GONZÁLEZ, Raquel. “Museografía del Museo de San Isidoro de León. Propuesta de innovación museográfica y museología en los museos eclesiásticos”. *Patrimonio Cultural. Conferencia Episcopal Española. IX Jornadas de Museólogos de la Iglesia*. (Madrid), (2016).

JAÉN GONZÁLEZ, Raquel. “IX Jornadas de Museólogos de la Iglesia de España”. *Boletín AMIE*. (Asociación de Museólogos de la Iglesia de España). (Madrid), (octubre-diciembre 2016a).

JIMÉNEZ SÁNCHEZ, Gonzalo (2016). En: *Las Edades del Hombre. Catálogo de la exposición AQVA. Toro*. Valladolid: Fundación Las Edades del Hombre.

LÓPEZ GIL, Elena (2009). “Muselización del patrimonio”. En: *La Musealización del Patrimonio*; José María González Parrilla y José M^a Cuenca López Eds. Huelva: Servicio de publicaciones de la Universidad de Huelva.

MANSILLA CASTAÑO, Ana María (2004). *La divulgación del Patrimonio Arqueológico en Castilla y León: Un análisis de los discursos*. Tesis. Director: Gonzalo Ruiz Zapatero. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Geografía e Historia, Departamento de Prehistoria.

MARTÍNEZ GARCÍA, José Antonio (Editor) (2009). *Enchiridión del Patrimonio Cultural de la Iglesia*. Madrid: Conferencia Episcopal Española. Comisión Episcopal del Patrimonio Cultural de la Iglesia.

MORALES MIRANDA, Jorge. (2008). “El sentido y metodología de la interpretación del patrimonio”. En: *La Comunicación Global del Patrimonio Cultural*; Santos M. Mateos Rusillo Ed. Gijón: Ediciones Trea.

PIÑUEL, José Luis y LOZANO, Carlos (2006). *Ensayo general sobre la Comunicación*. Barcelona: Editorial Paidós.

SANCHO CAMPO, Ángel (1991). “La iglesia cuando evangeliza crea cultura”. En: *Diccionario del Patrimonio Cultural de la Iglesia*; Damián Iguacén Borau Ed. Madrid: Ediciones Encuentro.

SANTACANA MESTRE, Joan (2011). “Museografía didáctica, museos y centros de interpretación del Patrimonio histórico”. En: *Museografía Didáctica*; Joan Santacana Mestre y Nuria Serrat Antolí. Coords. Barcelona: Ariel. (2^a Edición).

SANTACANA, Joan. (2012) “La didáctica del Patrimonio o el valor educativo del pasado”. *Didáctica del Patrimoni Cultural*. [En línea] [consulta: 21.01.2014].- <http://dideticadelpatrimonicultural.blogspot.com.es/2012/06/la-didactica-delpatrimonio-o-el-valor.html>.

SANTACANA, Joan – COMA, Laia (Coords) (2014). *El m-learning y la educación patrimonial*. Gijón: Ediciones Trea.

THOMSON, Garry. (1998). *El Museo y su entorno*. Traducción de la 2^a Edición inglesa por Isabel Balsinde. Madrid: Akal.

TORRES FALCÓ, Rocío. “Problemática de las Tic’s en el museo contemporáneo”. *E-rph*. (Granada), 13 (Diciembre 2013).

VALDÉS SAGÜES, María del Carmen (1999). *La difusión cultural en el museo: servicios destinados al gran público*. Gijón: Ediciones Trea.

WIMMER, Eberhard Michael “Las distintas tendencias en la presentación del arte egipcio y el proyecto de un nuevo museo para la Colección Estatal de Arte Egipcio de Múnich”. *Museum* (Madrid),154 (1987), p. 87.