



Grado Universitario en Comunicación
2018-2019

Trabajo Fin de Grado

“La comunicación patrimonial en las residencias reales: Carlos III vs Enrique VIII. Análisis comparativo del Palacio Real de Madrid y Hampton Court (Surrey)”

Juan Lorenzo Camazón Arcos

Tutora

Isabel María Llanos López

Madrid, 10 de enero de 2019

Resumen

Visitar una real residencia supone para cualquier visitante un viaje en el tiempo en el que conocerá las formas y costumbres de otra época, así como aquellos personajes que habitaron las diferentes estancias que conocerá en el recorrido.

Este trabajo busca conocer las diferentes formas de interpretar el patrimonio histórico poniendo frente a frente el legado de dos monarquías y el trabajo de las instituciones encargadas de su conservación y difusión. Hampton Court en Surrey y el Palacio Real de Madrid sirven de escenario para realizar esta comparativa

Abstract

Visiting a royal palace lets the visitor travel through time in order to learn the customs of another era, as well as those characters who inhabited the different rooms than can be seen during the tour.

This dissertation shows the different ways of interpreting the historical heritage, facing up the legacy of two monarchies and the work of the institutions in charge of their conservation and management. Hampton Court in Surrey and the Royal Palace of Madrid serve as the setting for this study.

Índice

1. Introducción	4
2. Objetivos	6
Objetivo general	6
Objetivos específicos	6
3. Metodología	7
4. Estado de la cuestión: Hampton Court y el Palacio Real de Madrid	8
4.1. Hampton Court	8
4.2. El Palacio Real de Madrid	11
5. Las residencias reales como productos patrimoniales	13
Definición de bien cultural	13
Activación patrimonial: de bien a producto	15
Redes sociales y página web	18
Redes sociales	18
Página web	20
6.1. Comparativa entre Hampton Court y el Palacio Real de Madrid	22
6.1. Servicios de apoyo y dispositivos de mediación	22
6.1.1. Hampton Court	22
6.1.2. Palacio Real de Madrid	26
6.2. Redes sociales y página web	31
6.2.1. Hampton Court	31
Facebook	31
Twitter	32
Instagram	34
Página web	35
6.2.2. Palacio Real de Madrid	38
Twitter	38
Página web	41
6.2.3. Monitorización perfiles de Twitter	43
6.3 Conclusiones	47
7. Conclusiones finales	48
8. Bibliografía	51

1. Introducción

Conocer la historia de un país pasa por conocer la historia de sus gobernantes. Durante siglos la monarquía ha sido y es la forma de gobierno de muchos estados. El Diccionario de la Real Academia Española la define como la “organización del Estado en la que la jefatura y representación supremas son ejercidas por una persona que, a título de rey, ha recibido el poder por vía hereditaria y puede transmitirlo del mismo modo”. Además de ejercer la jefatura del Estado, el rey o reina tenía que validar esos derechos frente a posibles adversarios. Una forma de hacerlo era haciendo alarde de todo lo que podía tener gracias a ostentar el poder. Un ejemplo de ello son las majestuosas residencias reales que pueblan numerosos países. El monarca debía vestirse con las mejores telas, degustar las mejores viandas y vivir en los mejores palacios.

Desde el siglo XIX, muchas monarquías han ido abriendo poco a poco las puertas de sus residencias reales. Por ejemplo, en 1897 la Reina Victoria entregó a la nación la llamada “Casa Holandesa” o “Palacio de Kew”, donde se refugió el monarca Jorge III durante su enfermedad. Actualmente la organización Historic Royal Palaces se hace cargo de la conservación de este palacete. En España Patrimonio Nacional gestiona la red de Reales Sitios que tienen una doble función: sirven de escenario para las actividades de la Casa Real y son un vehículo de difusión de la cultura y la historia del país. Ambas instituciones pertenecen a la Asociación de Reales Residencias Europeas (ARRE). ARRE fue fundada en 2001 y tiene como principal objetivo mejorar el acceso de los europeos a su historia compartida, así como sensibilizarlos sobre la importancia de conservar su patrimonio común. El trabajo de estos dos miembros de la asociación será el eje central de esta disertación.

La Organización Mundial del Trabajo da una singular importancia al turismo como factor de aprovechamiento del patrimonio cultural de cada país en su Código Ético Mundial para el Turismo. Considera imprescindible que los gobiernos implementen políticas encaminadas a proteger y transmitir el patrimonio cultural a las próximas generaciones al tiempo que se abre al turista para que pueda visitarlo.

Dicha visión del turismo y de la preservación del patrimonio histórico define a la perfección los objetivos que buscan tanto Patrimonio Nacional como los Historic Royal Palaces. Según la Ley 23/1982, de 16 de junio, reguladora del Patrimonio Nacional, tienen calificación jurídica de bienes de Patrimonio Nacional los de titularidad del Estado afectados al uso y servicio del Rey y de los miembros de la Real Familia para el ejercicio de la alta

representación que la Constitución y las leyes atribuyen. Es decir, este organismo tiene como objetivo principal dar apoyo al Jefe del Estado en su labor institucional. En el Palacio Real de Madrid se celebran con bastante asiduidad actos de Estado. En su artículo tercero esta ley afirma además que el Consejo de Administración de Patrimonio Nacional adoptará las medidas necesarias para que dichos bienes sean utilizados con fines culturales, científicos y docentes. Esta ley, de 1982, prevé la importancia de la conservación y difusión del patrimonio cultural procedente del legado de la Corona. Según su página web, la red de Reales Sitios, gestionada por Patrimonio Nacional, se compone de 19 palacios, monasterios, conventos reales y edificaciones anexas, y que albergan más de 154.000 piezas histórico-artísticas de todas las disciplinas. Sin olvidar el importante patrimonio natural constituido por jardines históricos, bosques y otros espacios naturales que, entre todos ellos, alcanzan 22.000 hectáreas y albergan gran cantidad de fauna salvaje. Patrimonio Nacional es una entidad de derecho público orgánicamente dependiente de la Presidencia del Gobierno.

Por su parte, los Historic Royal Palaces es una organización independiente que se financia a través de sus visitantes, patrocinadores, miembros y de donaciones de particulares. Fue creada en 1989 y por aquel entonces dependía del Ministerio de Medio Ambiente. En 1995 fue transferida al de Patrimonio Nacional, denominado en la actualidad de Digitalización, Cultura, Medios y Deporte. El 1 de abril de 1998, los Historic Royal Palaces se convirtieron por Carta Real en una organización independiente presidida por una junta directiva. Además mantiene un convenio con el Ministerio sobre la gestión de los Palacios. Años después se creó una empresa llamada Historic Royal Palaces Enterprises Ltd cuyo objetivo es gestionar las actividades comerciales. En la actualidad esta organización se encarga de la Torre de Londres, el Palacio de Hampton Court, Banqueting House, el Palacio de Kensington, el de Kew (todo ellos en Londres y alrededores) y el Castillo de Hillsborough en Irlanda del Norte.

Durante 2017 1.517.887 personas visitaron el Palacio Real de Madrid frente a los 999.313 que se acercaron a conocer una de las residencias más conocidas de Enrique VIII. Cifras importantes que convierten a estos enclaves en dos de las más importantes atracciones turísticas de sus respectivos países y en objeto de nuestro estudio. Si bien el enclave más significativo de los Historic Royal Palaces es la Torre de Londres, las características especiales de este lugar hacen que Hampton Court sea más interesante para enfrentar dos modelos de gestión y difusión del patrimonio cultural.

2. Objetivos

Objetivo general

Analizar comparativamente los modelos de difusión cultural que Patrimonio Nacional y Historic Royal Palaces aplican a dos de las dos residencias reales cuya conservación, mantenimiento y difusión está bajo su cargo: Palacio Real de Madrid y Hampton Court.

Objetivos específicos

- Entender cómo la naturaleza jurídica de una institución influye en su forma de difundir el patrimonio cultural adscrito a ella.
- Analizar los dispositivos de mediación de cada uno de los casos prácticos para conocer cuáles son los más utilizados en las residencias reales.
- Descubrir si existen diferencias en los servicios de apoyo de residencias reales de diferentes países.
- Analizar las redes sociales de las dos instituciones objeto de estudio para obtener un modelo que optimice al máximo la experiencia del visitante.

3. Metodología

El presente trabajo se centra en la comparación de dos modelos diferentes de difusión del patrimonio cultural mediante una metodología analítico-interpretativa. De este análisis se pueden obtener interesantes conclusiones. Para ello se hace imprescindible establecer un plan de trabajo. Dicho plan de trabajo se articula en los siguientes puntos:

Elaborar un marco teórico sobre el que sustentar toda la investigación y el posterior análisis.

Es fundamental realizar un estudio completo y riguroso de los estudios sobre comunicación del patrimonio que se han realizado en los últimos años. Esto se hace especialmente importante a la hora de poder enmarcar las diferencias y similitudes de los modelos español e inglés, así como todo aquello que separa a las residencias reales de otros bienes culturales.

Recopilación de datos e información. Nos proponemos analizar aspectos concretos de la activación de estas dos Reales Residencias como productos patrimoniales. Gracias al marco teórico que estableceremos, podremos fijarnos en los puntos que se necesita a analizar. Al tratarse de dos casos prácticos, la documentación recogida debe de ser lo más exhaustiva posible para poder abarcar ambos palacios en su totalidad. Parte de la información se ha recogido in situ y parte a través de bibliografía y de entrevistas con los responsables de cada área de trabajo en ambos lugares.

Análisis y comparativa de la información recabada. Analizar el material encontrado es el capítulo central de este trabajo. El estudio de cada uno de los casos prácticos se centra en dos aspectos concretos: por un lado, el conjunto de elementos que hacen de cada un producto patrimonial a la altura de las expectativas de sus visitantes. Por otro, las herramientas de las que cada una de las organizaciones encargadas de la gestión de los mismos emplea para dar a conocer estos bienes y el trabajo que se realiza en ellos.

4. Estado de la cuestión: Hampton Court y el Palacio Real de Madrid

Como ya hemos comentado anteriormente el objetivo de este trabajo es realizar una comparativa entre la forma de divulgar que plantea Historic Royal Palaces frente a Patrimonio Nacional. En primer lugar es fundamental conocer la historia y el contexto del edificio y de todo aquello que contiene para de este modo encauzar los medios de los que se dispone para que la visita del turista sea lo más satisfactoria posible.

4.1. Hampton Court

A lo largo de sus más de 500 años de historia, el Palacio de Hampton Court ha sufrido numerosas reformas para adecuarse a los gustos y necesidades de sus reales propietarios. Sin embargo, ninguno llegó a eliminar por completo las huellas del anterior lo que le convierte en el perfecto escaparate de la vida y los gustos de la realeza británica. El palacio original fue adquirido por el cardenal Thomas Wolsey en 1514 y comenzó las reformas que transformaron el caserón medieval en un palacio digno de un monarca. Wolsey añadió una nueva entrada y construyó la primera galería con vistas a los jardines. Colgó cientos de tapices que se cambiaban cada semana. Añadió una nueva capilla con coro. El cardenal buscaba impresionar a las delegaciones diplomáticas en su búsqueda de apoyos para el divorcio de Enrique VIII y Catalina de Aragón. Nunca lo consiguió y el rey le expulsó de Hampton Court en 1529. Durante el resto de su reinado, el monarca invirtió grandes sumas de dinero para construir una residencia que estuviera a la altura: nuevos alojamientos para la reina, una estancia para el Consejo Real. Asimismo Enrique VIII reformó las cocinas. Dichas cocinas son uno de los principales atractivos de la visita. En ellas se preparaban a diario más de 1600 comidas. Los aposentos del monarca fueron remodelados a su gusto con las mejores comodidades, incluyendo agua fría y caliente. Además se construyó una pista de tenis y dos boleras. En la actualidad la pista de tenis es visitable.

Hampton Court fue el escenario de importantes acontecimientos de la vida de Enrique VIII. Aquí falleció su tercera esposa, Jane Seymour, tras dar a luz al heredero. Aquí se formalizó su divorcio de Anne de Cleves en 1540 y fue informado de la infidelidad de su quinta esposa, Catherine Howard. Su último matrimonio con Catalina Parr se celebró en Hampton Court. Cuatro años después falleció en el hoy desaparecido Palacio de Whitehall en Londres.

Durante el siglo XVII se vivieron muchos acontecimientos importantes en el palacio, algunos de ellos tuvieron lugar en el *Great Hall* (la Gran Sala). En 1603 la compañía de teatro de William Shakespeare representó por primera vez Hamlet y Macbeth para el nuevo rey de la dinastía Estuardo, Jaime I. Su hijo Carlos I utilizó el palacio para albergar gran parte de su colección de arte, incluyendo las pinturas de Mantegna sobre el 'Triunfo de César' que en la actualidad son uno de los atractivos de la visita. En 1647, el monarca se encontró bajo arresto domiciliario en Hampton Court tras su derrota en la Guerra Civil. En un intento de huir de los parlamentarios de Oliver Cromwell, el rey escapó a través de los jardines. Charles fue capturado y ejecutado en 1649. Durante la Commonwealth (1649-1660), Cromwell salvó el palacio de la destrucción al convertirlo en su residencia. A pesar de sus ideales puritanos, apreciaba las bellas artes, en particular los tapices y disfrutó de vivir como un rey.

Cuando Guillermo III y María II subieron al trono en 1689 le encargaron al arquitecto Christopher Wren que diseñara un nuevo palacio barroco para ellos. Wren desechó su plan original de demoler todo el palacio y en su lugar construyó el Fountain Court (el patio de la fuente), dejando gran parte del palacio Tudor intacto. William y Mary también fueron los responsables de la creación de muchas de las zonas más espectaculares de los jardines de Hampton Court para complementar su nuevo palacio. Estos incluyen el jardín de la Gran Fuente, creado por Daniel Marot, y un nuevo jardín privado. Capability Brown, jefe de jardineros a mediados del siglo XVIII, dejó crecer los tejos que pueblan el jardín de la Gran Fuente hasta su altura actual, una vez fueron cuidadosamente podados.

El laberinto, abierto al público en 1838 es uno de los atractivos de la visita a Hampton Court. Sus orígenes son controvertidos, pero se cree que fue creado a finales del siglo XVII. El laberinto se construyó por primera vez con carpes para, en la década de 1960, ser replantado con tejos a "prueba de visitantes". En la actuación se están reintroduciendo de nuevo el carpe original.

La Capilla Real es otro de los atractivos de la visita. El extremo este culminaba en una gran vidriera, que representa a Enrique VIII, Catalina de Aragón y el cardenal Wolsey. Fue destruida durante la República y posteriormente tapiada. En 1710 la reina Ana, sucesora de Guillermo y María, encargó al arquitecto Sir Christopher Wren para remodelar la capilla. Este colocó el retablo de madera sobre el ladrillo. También agregó en los bancos, un órgano y una escalera que une la parte inferior con el área reservada a la familia real.

La principal contribución de Jorge I al palacio fue construir un impresionante conjunto de habitaciones para su hijo George, Príncipe de Gales y su esposa la princesa Carolina. El Rey también encargó una nueva cocina, hoy conocida como la Casa Georgiana. Cuando el monarca volvió a su Hanover natal para pasar los veranos, aceptó de mala gana ser representado por el príncipe y la princesa en Inglaterra. Durante su ausencia se celebraron numerosos festejos dando lugar a una corte más brillante que la del rey. Jorge I enfureció y trató de superar a la corte y sus rivales teniendo un mayor impacto en Hampton Court. Así en 1718, la pista de tenis Tudor se transformó en un amplio salón de actos y el Gran Salón se convirtió en un teatro.

Cuando Jorge II sucedió a su padre en 1727, el palacio entró en su fase final como residencia real. Jorge y Carolina completaron sus apartamentos y comenzaron nuevas obras para los miembros más jóvenes de su gran familia real. En 1734 la reina Carolina invitó a su arquitecto y diseñador favorito William Kent para decorar las paredes lisas de las escaleras de la reina. Creó un diseño de estilo romano, que incluyó un homenaje a Carolina, a quien compara con la antigua diosa Britannia. Hacia 1737, Jorge II ya no quería utilizar Hampton Court como palacio real. Rápidamente se llenó con nuevos residentes. Estas casas son conocidas como "las casas de gracia y favor". Muchos de ellos eran viudas aristocráticas en circunstancias enderezadas, que se les ofreció alojamiento gratuito a cambio de los servicios de su marido al monarca. Los diferentes apartamentos, aunque muy grandes, no siempre eran los lugares más cómodos para vivir. Los residentes se quejaron con regularidad que el palacio era 'peligrosamente frío' y húmedo, y algunos no tenían acceso a agua caliente. Estos apartamentos se siguieron otorgando hasta la década de 1960, y aunque la práctica ha cesado, todavía hay un par de residentes mayores que viven en Hampton Court.

En 1838, la reina Victoria ordenó a la apertura del palacio de Hampton Court a todos sus súbditos como un acto de generosidad. El Palacio de Hampton Court Palace era uno de los pocos lugares abiertos en domingo, día de libranza para la mayoría de los trabajadores. Los visitantes llegaban por todos los medios posibles: desde el barco hasta autobús. Sus viajes se hicieron más fáciles por los ferrocarriles que llegaron en Hampton Court en 1849.

A pesar de las quejas de los residentes de gracia y favor que la apertura de Hampton Court conllevó el número de visitantes aumentó de manera constante año tras año. El público estaba ávido de novedad, y aplaudió el esfuerzo de los jardineros por actualizar los jardines

del palacio. En la década de 1920, se añadieron más actividades de ocio, además de un aparcamiento, que estaba situado, en lugar poco atractivo en frente de la fachada occidental. Los visitantes pudieron tomar el té en el café Tiltyard, disfrutar de puesta de sol en los jardines jugar un partido de tenis en la pista que acababa de instalar. Una de las nuevas atracciones para las familias es la inspiración Tudor Magic Garden, que fue inaugurado en 2016. Además de una magnífica colección de arte con una exhibición permanente en la que rotan algunas de las mejores obras de las Colecciones Reales mejores obras.

4.2. El Palacio Real de Madrid

Situado sobre la cornisa histórica del río Manzanares, el Palacio Real de Madrid forma junto con la Catedral de la Almudena una de las panorámicas más reconocibles de la ciudad. Con una extensión de 135.000 m² y 3418 habitaciones se trata del palacio más grande de la Europa Occidental. Su construcción comenzó en 1738 por orden de Felipe V. El 24 de diciembre de 1734 el Alcázar de Madrid fue pasto de las llamas. El monarca deseaba que su residencia fuera erigida en ese mismo lugar. Desde que en 1561 Felipe II decidiera convertir a Madrid en capital de su reino, este emplazamiento ha sido la sede simbólica de la monarquía. Aunque no habitan en él, el Palacio Real de Madrid sigue siendo en la actualidad la residencia oficial del rey de España. En él se llevan a cabo numerosos actos oficiales y culturales que le convierten en testigo del pasado y del presente del país.

El italiano Filippo Juvarra diseñó un palacio de grandes y majestuosas dimensiones acorde con los deseos de Felipe V. Juvarra falleció en 1736 y fue uno de sus discípulos, el turinés Giovanni Battista Sacchetti, el encargado de retomar el proyecto y adaptar las ideas de su maestro y los deseos del monarca a las características técnicas del emplazamiento. El diseño final es típico del barroco tardío. Lo que Juvarra en un principio había diseñado de forma horizontal fue replanteando verticalmente para poder albergar a toda la corte del rey ocupando el mismo solar del antiguo Alcázar. El Palacio cuenta con seis alturas donde menos, y ocho donde más, así como dos sótanos. La estructura es de bóveda sin madera, a excepción de las puertas y ventanas, con el fin de evitar nuevos incendios. Tal y como he comentado anteriormente las obras se iniciaron en 1738 y concluyeron en 1754, aunque no comenzó a habitarse hasta el 1 de diciembre de 1764, siendo Carlos III el primer monarca que vivió en él.

La decoración corrió a cargo de tres importantes pintores de la época de Carlos III: Corrado Giaquinto, el veneciano Giambattista Tiepolo y el alemán, de formación romana, Antonio Rafael Mengs. Los frescos de la bóveda de la escalera principal o del Salón del Trono son solo dos ejemplos de las impresionantes obras de arte que decoran los salones más regios del Palacio. La rica decoración del interior es sin duda uno de los principales atractivos.

A lo largo de la fachada más oriental del edificio se encuentran los aposentos de Carlos IV y María Luisa, donde han habitado los sucesivos soberanos hasta 1931. Alfonso XIII fue el último monarca que vivió en el Palacio Real de Madrid y a él se debe principalmente la decoración actual. Durante la Segunda República Manuel Azaña residió en él. Durante ese periodo recibió el nombre de "Palacio Nacional".

En la actualidad los visitantes pueden disfrutar de los siguientes espacios: la escalera principal, obra de Francesco de Sabatini; el Salón de Alabarderos; el Salón de Columnas, donde habitualmente se celebran conciertos de música y que ha sido escenario de acontecimientos tan importantes como la firma del tratado de adhesión de España a la Comunidad Económica Europea; la Saleta de Carlos III; la Antecámara de Carlos III, el Salón de Gasparini, con su impresionante suelo de mármoles españoles; el tranvía de Carlos III; el Salón de Carlos III; la Saleta de Porcelana; la Saleta Amarilla; el Comedor de Gala; el Salón de la Banda; la Sala de Plata; la Sala de Porcelana y Cristal; la Galería, desde la que se puede admirar el Patio del Príncipe; la Capilla Real; el Salón de Paso a las habitaciones oficiales de la Reina M^a Cristina; la Antecámara de M^a Cristina, también conocida como Sala de Stradivarius por albergar el famoso cuarteto (dos violines, una viola y un violonchelo) construido por el famoso luthier de Cremona; el Sala de la Corona; el Camón; la Antecámara Oficial; la Saleta Oficial y el Salón del Trono, sin duda el salón más representativo de todo el Palacio.

Asimismo, los visitantes pueden acceder a la Real Armería. Creada por Felipe II con armas de su padre el emperador de Carlos V y de sus antepasados, la colección fue ampliada tanto por la Casa de Austria como por la Casa de Borbón, convirtiéndose en la más importante colección de armas de parada y torneo más importantes del mundo junto con la de Viena. En 1891 fue transferida a su ubicación actual, en un pabellón ubicado a uno de los lados del Patio de la Armería.

Recientemente se han abierto sus puertas las Reales Cocinas, permitiendo a todo aquel que se acerque al Palacio Real conocer más de cerca el día a día de aquellos que durante siglos habitaron este emblemático lugar.

5. Las residencias reales como productos patrimoniales

Definición de bien cultural

Acabamos de hacer un repaso sobre la historia de los dos palacios objeto de estudio. Es fundamental entender la importancia de estos lugares y de todo aquello que contienen para pasar antes de pasar a conocer los medios que la disciplina de la interpretación patrimonial pone a disposición de estas entidades culturales.

Partimos de la definición exacta que en el artículo 1 de la Convención para la Protección de los Bienes Culturales en caso de Conflicto Armado de 1954 dio la UNESCO:

Para los fines de la presente Convención, se considerarán bienes culturales, cualquiera que sea su origen y propietario:

a. Los bienes, muebles o inmuebles, que tengan una gran importancia para el patrimonio cultural de los pueblos, tales como los monumentos de arquitectura, de arte o de historia, religiosos o seculares, los campos arqueológicos, los grupos de construcciones que por su conjunto ofrezcan un gran interés histórico o artístico, las obras de arte, manuscritos, libros y otros objetos de interés histórico, artístico o arqueológico, así como las colecciones científicas y las colecciones importantes de libros, de archivos o de reproducciones de los bienes antes definidos;

b. Los edificios cuyo destino principal y efectivo sea conservar o exponer los bienes culturales muebles definidos en el apartado a. tales como los museos, las grandes bibliotecas, los depósitos de archivos, así como los refugios destinados a proteger en caso de conflicto armado los bienes culturales muebles definidos en el apartado a.;

c. Los centros que comprendan un número considerable de bienes culturales definidos en los apartados a. y b., que se denominarán «centros monumentales».

Por su parte, la Ley 16/1985 de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español afirma en su artículo 1 que integran dicho patrimonio “los inmuebles y objetos muebles de interés artístico, histórico, paleontológico, arqueológico, etnográfico, científico o técnico. También forman parte del mismo el patrimonio documental y bibliográfico, los yacimientos y zonas

arqueológicas, así como los sitios naturales, jardines y parques, que tengan valor artístico, histórico o antropológico”.

Clasificar los bienes culturales nos permite ponerlos en perspectiva y facilita el trabajo posterior en materia de gestión y difusión del patrimonio cultural. No vamos a entrar en una clasificación exhaustiva de los diferentes tipos de bienes culturales, sino que gracias a las definiciones que Francesca Tugores y Rosa Planas exponen en su libro *Introducción al patrimonio cultural* (2006) podemos entender la naturaleza de una residencia real como bien cultural como primer paso en su activación como producto patrimonial.

En primer lugar, un palacio es una edificación y por lo tanto, atendiendo al soporte, se trata de un bien material inmueble. Un bien material inmueble es aquel que no se puede trasladar de su ubicación, ya sea porque físicamente no es posible, como es este caso, o porque perdería su esencia y significado. El Palacio de Kensington en Londres, obra del arquitecto Sir Christopher Wren, o La Almudaina en Palma son dos claros ejemplos de bien material inmueble. Por su naturaleza son bienes histórico-artístico, que son aquellos que cuentan con valores estéticos reconocidos. Además forman parte del patrimonio arquitectónico al tratarse de bienes inmuebles fruto de la planificación constructiva en los que un grupo de individuos reconoce un valor histórico-artístico.

Sin embargo, una residencia real es mucho más que un edificio. Durante siglos los monarcas fueron acumulando numerosas piezas de arte. No solo pinturas y esculturas forman parte de las denominadas colecciones reales, sino también textiles y tapicería, relojes, carruajes y las mejores muestras de las artes decorativas de cada época. Hablamos de bienes materiales muebles, es decir, aquellos que se pueden trasladar, sin que ello suponga una pérdida importante de su significado. Al igual que ocurre con el patrimonio arquitectónico, estamos ante bienes histórico-artístico. Piezas con un doble valor. No solo suponen la expresión del ideal estético de cada época, sino que, como veremos más adelante, ayudan a contextualizar las estancias y lugares que se pueden visitar en cada residencia real. Lo mismo ocurre con el patrimonio documental y bibliográfico. Como por ejemplo el testamento de Carlos III, que custodia en la actualidad Patrimonio Nacional y que permite un acercamiento a la figura de uno de los monarcas más significativos de la monarquía española. Además, debemos añadir las adquisiciones que a lo largo de los años han realizado los gestores de este patrimonio cultural buscando potenciar sus objetivos de protección y difusión.

Las residencias reales han sido testigos mudos de la historia, característica que les diferencia de otros enclaves culturales como pueden ser los museos. El día a día de los monarcas y su corte ha dejado varios elementos que se denominan bienes inmateriales o intangibles. La Unesco definió este tipo de patrimonio en la Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. Música, bailes y gastronomía son algunos ejemplos de bienes inmateriales que forman parte de patrimonio dependiente de Patrimonio Nacional y los Historic Royal Palaces. Por ejemplo, en el Palacio de Hampton Court podemos conocer los métodos que se seguían durante la dinastía georgiana para preparar chocolate.

Activación patrimonial: de bien a producto

Sin embargo, el concepto fundamental que hay que entender a la hora de analizar el trabajo de Patrimonio Nacional y de Historic Royal Palaces es el de “producto patrimonial”. Marcelo Martín (Calaf, 2006) diferencia lo que es un recurso o bien de lo que es un producto con el siguiente símil: “el recurso es la patata; el producto, las patatas chips”. El Palacio Real de Madrid y Hampton Court son la patata. La visita que realizan los turistas, las patatas chips. Es importante conocer y entender los elementos y procesos que transforman un bien cultural en un producto antes de realizar la comparativa.

¿Cómo pasamos de las patatas a la patatas chips? Es necesario “activar” el producto patrimonial. Para Llorenç Prats (Mateos, 2012) la activación patrimonial es el conjunto de acciones que las entidades culturales pueden llevar a cabo para transformar un bien patrimonial en producto patrimonial. En la parte final de ese proceso de activación, se procede a la elección y materialización física de servicios y elementos de mediación que facilitan la visita, favoreciendo la decodificación, presentación y difusión de los valores y la información que atesora el recurso, convirtiéndolo en un medio de comunicación cultural al servicio del conjunto de la sociedad.

Para facilitar la decodificación es fundamental interpretar el patrimonio. Podemos definir la interpretación del patrimonio, de acuerdo con Martín (Calaf, 2006), como el conjunto de instrumentos que el profesional cuenta para vincular a la ciudadanía con su patrimonio histórico, cultural y natural. El objetivo final es que el visitante entienda la importancia de conservar estos bienes al tiempo que disfruta y aprecia lo que está viendo. Según Grant Sharpe (Morales, 2001), el turista debe terminar la visita siendo consciente del valor y la importancia de aquello que ve. Para llegar a esa conclusión debe poder apreciarlo y entenderlo, gracias al trabajo de profesionales de la comunicación patrimonial. La interpretación debe hacer que la visita sea una experiencia enriquecedora y agradable.

Estamos ante una de las tres disciplinas que junto con la didáctica del patrimonio y la divulgación del patrimonio convergen en la difusión del cultural (Mateos, 2012).

Los conceptos de “servicios de apoyo” y “elementos de mediación” sirven de eje para realizar una comparativa entre el Palacio Real de Madrid y de Hampton Court. Mateos Rusillo (Mateos, 2012) explica que los servicios de apoyo son todos aquellos elementos que contribuyen a crear un ambiente propicio para conseguir una óptima experiencia cultural. Servicios que hacen que el turista tenga una experiencia confortable mientras visita, en nuestro caso, una residencia real. La recepción, la señalética o los aseos son algunos ejemplos. Por otro lado tenemos los servicios de mediación, que son aquellos que permiten conectar al visitante con el bien patrimonial todos los niveles. En la siguiente tabla aparecen enumerados aquellos que van a ser objeto de estudio en la presente disertación.

<i>Servicios de apoyo</i>	<i>Dispositivos de mediación</i>
Señalética	Mapas y folletos
Áreas de descanso, cafetería y aseos	Guía-intérprete
Tienda	Audioguía
	Paneles
	Escenografía, maquetas y contextualización
	Recreación histórica
	Audiovisuales
	Factores lúdicos

No nos encontramos ante términos que requieran una explicación detallada. Sin embargo es importante aclarar alguno de ellos con el objetivo de entender mejor el papel que desempeñan en la interpretación y divulgación del patrimonio cultural.

- *Señalética*

En palabras de Joan Costa, la señalética es “la disciplina proyectual de diseño de comunicación visual que tiene por objeto hacer inteligibles y fácilmente utilizables los espacios de acción de los individuos”. Las diferentes señales proporcionan importante información y a la vez ayudan a un correcto flujo de personas. Santos Mateos Rusillo nos habla de la doble función que cumple la señalética al ofrecer, por un lado, información de utilidad sobre el producto patrimonial al visitante y, por otro, ser soporte de la identidad visual de dicho producto. Las señales pueden ser direccionales (orientan dentro del espacio), situacionales (permiten al visitante situarse cuando está dentro del producto

patrimonial), identificativas (señalan al propio producto patrimonial y a los elementos que lo conforman) e informativas (aportan información relevante para los visitantes).

- *Escenografías, maquetas y contextualización*

Las escenografías nacen de la necesidad de contextualizar los objetos en sus espacios y usos. Tal y como destaca Joan Santacana, (Santacana, 2011) “los objetos sin su entorno de uso, material, funcional o antrópico a menudo resultaban incomprensibles”. En el caso de una real residencia, el propio enclave es el escenario en el que la mayoría de aquellos objetos fueron empleados. Sin embargo se hace necesario realizar un trabajo de contextualización para cumplir con los objetivos de la interpretación que hemos comentado más arriba para despertar el interés de los visitantes y presentar un todo. Por su parte, las maquetas tienen que ser fieles a la realidad. Existen diferentes tipos, desde las fabricadas en madera hasta las infográficas y que se proyectan sobre diversas superficies. En la actualidad se usan en combinación con sistemas mixtos de proyección, lo que permite ampliar y explicar con más detalle la información.

- *Vivencia espacios y procesos*

Aunque Santacana y Hernández hablan de la recreación histórica (o re-enactment en inglés) como una actividad más propia de aficionados, si destacan su importante dosis de rigor histórico. Este tipo de actividades tienen su origen en el mundo anglosajón en los años setenta y poco a poco se han ido extendiendo por el resto de Europa.

- *Factores lúdicos, interactivos y didácticos*

Para los autores de Museos de historia. Entre la taxidermia y el nomadismo “los museos de historia deberían orientar, también, su museografía hacia contenidos de tipo procedimental, en los cuales los usuarios aprendieran a considerar los objetos expuestos, o los procesos recreados o simulados, como fuentes primarias o secundarias para el conocimiento, y que ayudarán a desarrollar habilidades propias de la investigación: aprender a formular hipótesis, clasificar, analizar críticamente la información, contrastar fuentes, etcétera. Ello redundaría en un mayor interés y, sobre todo, contribuiría a desarrollar el pensamiento crítico, base fundamental e insustituible si lo que se quiere es potenciar una instrucción de calidad”. El concepto de interactividad está fuertemente vinculado con el de juego ya que este es una actividad útil para desarrollar capacidades o competencias a partir de participación activa. La tipología de juegos y elementos interactivos que podemos encontrar en un museo es amplia: “el tratamiento interactivo podía vincularse a partir de interactivos mecánicos: fichas, piezas móviles, elementos pivotantes, piezas deslizantes, oberturas para tocar, ver u oler, actividades manuales... Naturalmente, recursos variados como los

disfraces, juegos de espejos, construcción de maquetas, etcétera, tomaban también carta de naturaleza (...) Lógicamente, también se han desarrollado propuestas que implican artefactos mixtos mecánicos, electrónicos e informáticos”.

Redes sociales y página web

Redes sociales

En la actualidad las redes sociales son el primer escaparate que acercan a los usuarios a instituciones y empresas. Son muchas las variables que influyen a la hora de configurar el uso de las mismas. Las redes sociales son un campo de estudio amplio. Por este motivo, se hace necesario recurrir a una empresa especializada en marketing en *social media* como Cool Tabs para concretar cuáles son los aspectos más interesantes a la hora de analizar las redes sociales de instituciones culturales como Patrimonio Nacional y los Historic Royal Palaces. Para conocer el alcance de las redes se hace necesario realizar una motorización tal y como haremos con los perfiles de estas dos instituciones. Para realizar un correcto análisis de sus redes los aspectos motivo de estudio son: contenido, diseño y *engagement*.

- *Contenido*

El contenido es uno de los pilares básicos para la creación de una marca eficaz en redes sociales. Los usuarios son, en primer lugar, consumidores de contenido, y por lo tanto debe de estar trabajado y acorde con el público al que nos dirigimos. Es fundamental crear un estilo propio y ser consistente. Se deben usar creativities que se adecúen a él y a nuestra identidad. Las imágenes y los textos deben de ser acordes. Los *hashtags* son fundamentales, pero deben de estar cuidadosamente elegidos. En Instagram se recomienda utilizar 10 como máximo.

- *Diseño*

Las imágenes son un aspecto esencial en la gestión de las redes sociales. Es importante unificar la imagen corporativa de las imágenes de todos nuestros perfiles y el tipo de creativities utilizadas en cada una, así como utilizar los adecuados tamaños que cambian según la red social de la que hablamos. Las imágenes deben de ser calidad. Hay que evitar aquellas que no estén bien encuadradas o que estén borrosas. Todo ello hará que resulte atractivo para nuestros usuarios. Conviene no abusar de los filtros y de las ediciones poco naturales. Estos son las medidas en píxeles que deben tener las imágenes según la red social.

Facebook (versión escritorio)

- Imagen de perfil: 180 x 180 px, aunque se mostrará en 160 x 160 px
- Portada: 820 x 312 px
- Para publicaciones cuadradas en *Facebook*: 1200 x 1200 px
- Para publicaciones horizontales en *Facebook*: 1200 x 630 px
- Fotografías con enlaces compartido: 1200 x 627 px
- Anuncios en *Facebook*: 1600 x 628 px

Facebook (versión móvil)

- Imagen de perfil: 32 x 32 px
- Portada: 640 x 360 px

Twitter

- Cabecera: 1500 x 500 px, aunque también puedes utilizar una de 1024 x 280 px.
- Foto de perfil: 400 x 400 px, aunque también podría ser 200 x 200 px.
- Imágenes para un tweet: la medida exacta es 1024 x 512 px.
- Dimensión de las Twitter cards: 800 x 320 px

Instagram

- Imagen de perfil: 110 x 110 px.
- Cuadrada: la imagen cuadrada es la más utilizada, 1080 x 1080 px aunque se mostrará en 510 x 510 px.
- Horizontal: 1080 x 566 px, pero se verá en 600 x 400 px.
- Vertical: 1080 x 1350 px, aunque se mostrará en 600 x 749 px.

- *Engagement*

El término inglés *engagement* define el compromiso y la forma en que interactúa un seguidor con una marca, en este caso con las organizaciones que gestionan las reales residencias objeto de nuestro análisis. Se mide el grado de interacción entre la marca y los usuarios. El *engagement* es fundamental ya que es lo que permite mantener la atención del usuario entre la toma de conciencia y la conversión final, que en nuestro estudio se trata de la visita. Además es importante que se mantenga en el tiempo con el objetivo de que las

visitas se repitan, se recomienden a conocidos y allegados y que se opte por conocer otro de los enclaves vinculados a estos dos palacios. Existen varias formas de medir el *engagement*. La siguiente fórmula permite calcular el ratio de *engagement* de una publicación:

$$\frac{\text{Total de interacciones}}{\text{Total de seguidores}} \times 100$$

Hay diferentes estrategias a la hora de potenciar el *engagement*. Una de ellas es tener en cuenta las mejores horas de publicación de cada red social. Cada una se utiliza de diferente forma y por eso cambia los espacios de tiempo en los que hay más actividad. Sin embargo todas ellas tienen que común que las peores horas son de las 00:00 a las 08:00, franja horaria destinada al sueño en el que la actividad es prácticamente nula.

Facebook

A partir de las 20:00 y al mediodía entre las 14.00 y las 16.00 horas.

Twitter

Entre las 11.00 y las 13.00. Los miércoles son los días con más tráfico.

Durante los fines de semana el mejor momento es el domingo a última hora.

Instagram

Lunes a viernes: de 18.00 a 20:00

Fines de semana: de 10:00 a 12:00

Siendo los mejores días para publicar los lunes y los jueves y el peor los domingos.

Página web

Junto a las redes sociales, las páginas web son otro “escaparate” en una sociedad cada vez más digital. Sus objetivos deben amoldarse a los objetivos de comunicación del ente al que pertenecen. En este estudio nos centramos en dos instituciones culturales y por lo tanto sus web son extensiones de ese mismo trabajo, tal y como Olaia Fontal (Calaf, 2006) menciona. Desempeñan un papel fundamental como vías de mediación entre el visitante y la institución. Es allí donde el turista puede recabar toda la información necesaria para

organizar su futura visita. La página web de una entidad cultural tiene varias funciones según la autora: como espacio publicitario, como difusión virtual del museo, como mecanismo de comunicación y aula digital y como espacio de patrimonio. Clasificación que nos ayudará para analizar las páginas web y redes sociales de Historic Royal Palaces y Patrimonio Nacional. En lo que se refiere a las páginas web hay pequeñas diferencias en los elementos que deben analizarse: diseño, contenido y experiencia de usuario.

- *Diseño*

Un diseño cuidado es fundamental para transmitir una imagen de marca de acuerdo con nuestros objetivos. Es importante que esté en consonancia con la imagen corporativa que se haya definido

- *Contenido*

Ya hemos comentado los objetivos que tienen estas dos instituciones como gestores culturales. Esto marcará las líneas de actuación en lo referente a la página web. Los avances tecnológicos han permitido añadir nuevos servicios como por ejemplo las visitas virtuales o la compra de entradas. Ya no son meros instrumentos informativos. La red permite que los museos y organismos culturales traspasen las paredes de sus edificios para llevar su labor a las pantallas de los usuarios.

- *Experiencia de usuario*

En este apartado debemos analizar aspectos como la accesibilidad de la página web para aquellas personas con algún tipo de discapacidad o si la web se visualiza correctamente en cualquier tipo de dispositivo.

6.1. Comparativa entre Hampton Court y el Palacio Real de Madrid

Marta Martos Molina (Martos, 2016) habla de la importancia que en los últimos tiempos están adquiriendo las residencias reales, así como otros inmuebles de interés cultural, dentro del mercado turístico. Como producto cultural, además de la visita, en ocasiones se convierten en el escenario de actividades como conciertos, congresos y otros eventos sociales.

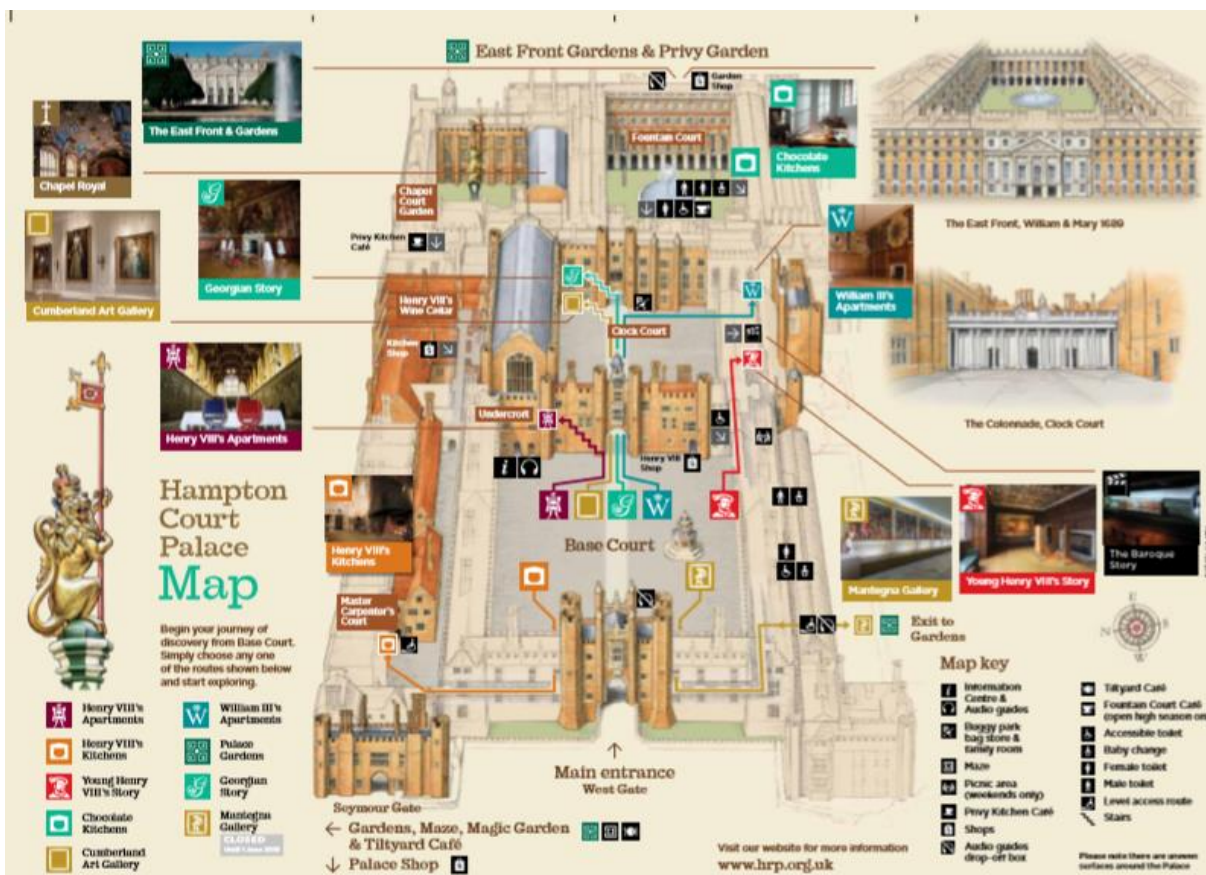
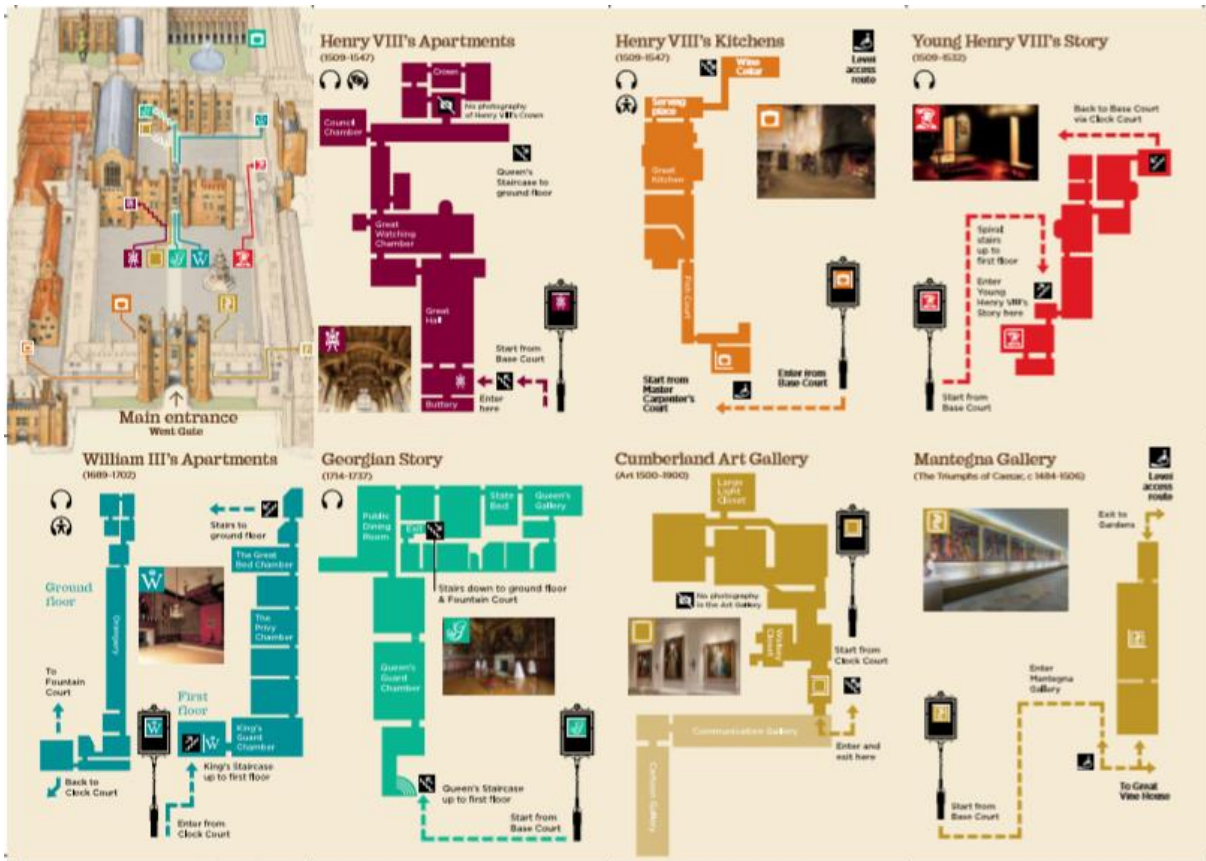
6.1. Servicios de apoyo y dispositivos de mediación

6.1.1. Hampton Court

Nada más cruzar el puente que comparte nombre con la residencia real de Enrique VIII, el visitante se encuentra con la imponente fachada del palacio. Unos metros antes se encuentra la taquilla junto con una de las tiendas de recuerdos. Allí podemos coger un amplio número de folletos y trípticos con información, tanto de Hampton Court como de los otros emplazamientos que en la actualidad están a cargo de Historic Royal Palaces. Dos elementos básicos para nuestra visita son el mapa del recinto, el de los jardines y el tríptico con las actividades del día. A lo largo del día se realizan representaciones en las que se recrean algunos de los acontecimientos más importantes de la historia del palacio. El público desempeña un papel activo en dichas representaciones. Del mismo modo en un mostrador especial podemos hacernos miembros y recibir nuestro carnet. Una vez hemos adquirido nuestra entrada nos dirigimos hacia el interior del Palacio para comenzar nuestra visita una vez nos encontramos en el patio de armas.

El mapa a color de Hampton Court nos indica las 9 rutas que podemos visitar según nuestros intereses y el tiempo del que dispongamos. Cada una está señalizada con un color y un logotipo diferente lo cual nos ayuda a orientarnos. Además dicho mapa nos ofrece bastante información complementaria a nivel logístico, como por ejemplo donde encontrar los servicios o la cafetería. Sin embargo no contiene datos relativos a aquello que podemos y tendremos que recurrir a la audioguía obtener información. El lugar donde podemos recogerla es fácilmente reconocible en el mapa. Está disponible en 9 idiomas con información sobre todas las rutas. Asimismo podemos escuchar una ruta dramatizada en la que un sirviente de Enrique VIII nos relata los preparativos que se realizaron para la boda del monarca con su sexta esposa, Catalina Parr. La audioguía está incluida en el precio de la entrada. En el mismo lugar nos informan acerca de las actividades disponibles para los

más pequeños entre las que se incluye una aplicación denominada “*Time Explorers*” (exploradores del tiempo) que permite realizar diferentes retos a lo largo de la visita.



Es posible realizar visitas guiadas pero deben reservarse con cierta antelación. Tienen diferentes duraciones y además es posible realizar tours temáticos (por ejemplo, sobre leyendas y fantasmas), visitar los tejados y que nuestro guía interprete a uno de los personajes que habitaron Hampton Court.



A lo largo de las nueve rutas podremos conocer diferentes estancias que por sí solas son reconocibles y entendibles. Como por ejemplo las cocinas de Enrique VII, sin duda uno de los mayores atractivos de la visita. Gracias al mapa y al logotipo que identifica ese recorrido podemos encontrarlas sin problema. Además todo el recinto cuenta con numerosas señales orientativas y situacionales. A lo largo de varias estancias podremos aprender, gracias a la audioguía los usos y costumbres de la dinastía Tudor. Veremos desde los hornos donde se hacía el pan hasta el despacho de los jefes de cocina. Historic Royal Palaces contextualiza la visita a este lugar utilizando diversos objetos desde mobiliario hasta recreaciones de la comida de forma que el visitante pueda tener una visión más real del uso que se hacían de las mías. Incluso si tenemos suerte podemos encontrarnos con uno de los hornos encendidos.



Sin embargo otras requieren de ciertas acciones de interpretación patrimonial. Un ejemplo de esto es la ruta denominada “La historia del joven Enrique VIII” se desarrolla a través de habitaciones en las que se aprecia a qué época pertenecen por la decoración pero los datos y la información llegan a través de la escenografía y la contextualización. En las primeras salas podemos ver un audiovisual y un árbol genealógico de la dinastía Tudor. Los primeros años del reinado de Enrique VIII estuvieron marcados por su matrimonio con Catalina de Aragón y su relación con el Cardenal Wolsey, que ejerció de Lord Canciller. Cómo cambió el papel que desempeñaba cada uno se



representa a través de tres sillas de madera y la distancia entre cada una. Además en el respaldo podemos leer información sobre la situación de cada uno en el momento exacto en el que nos encontramos en cada sola. Por ejemplo, cuando Enrique VIII decide divorciarse de Catalina, la silla que representa a la reina se encuentra sola en otra sala. Todo ello se acompaña de cuadros y otros elementos que ayudan a contextualizar el periodo histórico. La ruta acaba con un retrato de Ana Bolena, su segunda esposa, cuya aparición en la vida del monarca supuso un antes y después en la historia del país.

Además de las ya mencionadas 9 rutas, hay otros lugares que pueden visitarse lugares concretos como la Capilla Real o la chocolatería (donde a través de imágenes proyectadas en la pared podemos aprender cómo se preparada el chocolate para los reyes) o la bodega de Enrique VIII.

Los aspectos lúdicos acompañan toda la visita. Si la disponibilidad lo permite, podremos ponernos una capa que nos hará transportarnos a otra época. Además en algunas de las salas de las estancias de Enrique VIII y de la dinastía Estuardo podremos aprender cómo eran los juegos de mesa durante la época Tudor y pasar un rato divertido probándolos.

A lo largo del recorrido podemos descansar y tomar algo en dos cafeterías. Una de ellas se encuentra situada en las antiguas cocinas de Isabel I. Fuera del propio recinto del Palacio hay otra cafetería con una mayor variedad de comida y bebida. Historic Royal Palaces aprovecha cualquier ocasión para recordarnos los otros palacios que podemos visitar.

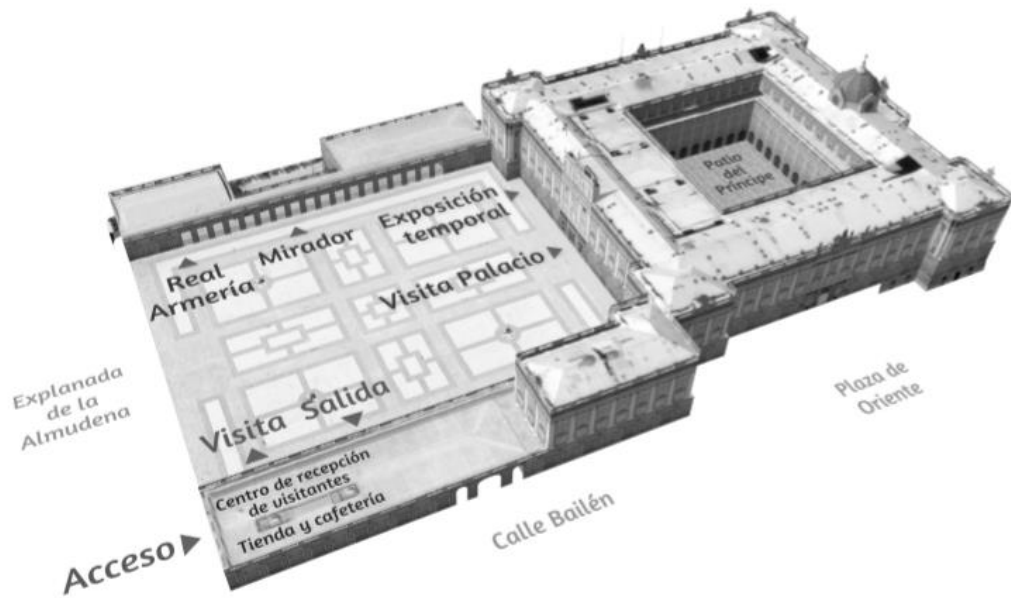
Otro de los atractivos de la visita son los jardines. En el mapa que también hemos podido conseguir en la taquilla nos permite ver qué zonas podemos visitar. Al igual que ocurre con el interior del palacio, las diferentes áreas visitables de los jardines están representadas con un logotipo que permite identificarlas. A diferencia de lo que ocurre con el otro mapa, en este sí contiene información. Destacan el llamado Jardín Privado, la pista de tenis y sobre todo el Laberinto.

6.1.2. Palacio Real de Madrid

La visita al Palacio Real de Madrid comienza en la explanada que separa este enclave de la Catedral de la Almudena. Aquí se encuentra el acceso al Centro de Recepción de Visitantes. Antes de acceder al mismo encontramos un servicio de apoyo fundamental para la visita. El Palacio Real de Madrid es la residencia oficial de los reyes de España y en él se realizan con bastante asiduidad actos de estado durante los cuales el Palacio permanece cerrado. En la página web de Patrimonio Nacional se puede conocer con antelación los cierres. En caso de no haber visitado dicha página web, varios elementos de señalética nos indican si el Palacio está cerrado (en color amarillo) o abierto (en rojo). Asimismo ofrecen información adicional: si se trata de un cierre total o parcial y la fecha de reapertura.

Una vez se accede al recinto, los visitantes deben pasar un control de seguridad. Los vigilantes, que pertenecen a una contrata, les darán las primeras indicaciones sobre la visita. En caso de que porten mochilas o bolsos de tamaño considerable se les dará una pegatina con la leyenda “Depositare en consigna” escrita en inglés y en español. Las consignas se encuentran ubicadas parte en el Centro de Recepción de Visitantes y parte en el zaguán central del Palacio Real. En estas últimas se localizan unas consignas denominadas “jaulas” cuyas mayores dimensiones las hacen perfectas para grupos.

Tras el control de seguridad llega el momento de adquirir las entradas. Aquellos que las hayan comprado a través de la página web de Patrimonio Nacional pueden acceder directamente al resto de las instalaciones del Centro de Recepción de Visitantes. Los taquilleros, además de vender las entradas, ofrecen toda la información necesaria para tener la mejor experiencia posible: las diferentes tarifas, información sobre la visita guiada, horarios, etc. En los mostradores de las taquillas los visitantes pueden obtener un tríptico con información del Palacio. Dicho tríptico resulta especialmente útil para aquellos que adquieran una entrada con visita libre. Asimismo aquellos que deseen acceder a las Cocinas Reales recibirán el respectivo tríptico informativo.



Servicios
Información
Taquillas
Consignas
Audioguías
Aseos
Tienda
Cafetería

Información
Tlf. 902044454
www.patrimonionacional.es
Venta de entradas
<https://entradas.patrimonionacional.es>



El Palacio Real de Madrid está situado en el mismo lugar donde se encontraba el Alcázar de los monarcas españoles de la Casa de Austria, destruido por un incendio en la nochebuena de 1734. Felipe V, primer rey de la Casa de Borbón en España, ordenó la construcción del nuevo palacio, que fue concluido en 1764. Hoy en día continúa siendo la residencia oficial de SS. MM. los Reyes de España Don Felipe VI y Doña Letizia y se utiliza para la celebración de Actos de Estado.

VISITA A PALACIO

<p>1. ESCALERA PRINCIPAL</p> <p>Es obra de Francesco Sabatini y consta de dos ramales. En el arranque de la escalera, la escultura de Carlos III como cesar, obra de Robert Michel y de Felipe de Castro. En la balaustrada, guión personal de S. M. el Rey Felipe VI. Las pinturas de la bóveda son obra de Corrado Giacquinto, representando "El Triunfo de la Religión y de la Iglesia, protegidos por la Monarquía Española".</p>	<p>4. SALETA DE CARLOS III</p> <p>Los cuadros de Luca Giordano de finales del siglo XVII con escenas del Antiguo Testamento y pasajes de la historia de Roma. En la bóveda el fresco representa "La Apoteosis de Trajano", obra de Anton Raphael Mengs.</p>	<p>8. SALÓN DE CARLOS III</p> <p>Fue dormitorio de Carlos III. Retrato del Rey pintado por Mariano Salvador Maella con el monograma de su orden. Lámpara francesa del siglo XIX con forma de flor de la que el frasco de Vicente López, "Allegoría de la Institución de la Orden de Carlos III", de 1828.</p>	<p>12. SALÓN DE LA BANDA O SALÓN DE CINE</p> <p>Dessert en piedras duras, esmaltes y bronce dorado, creación del orfebre romano Luigi Valadier. Adornos de masas en bronce de Pierre-Philippe Thomire de comienzos del XIX. Dessert en piedras duras y estuco de Talleres Reales de época de Carlos IV.</p>	<p>17. SALÓN DE PASO A LAS HABITACIONES OFICIALES DE LA REINA M^a CRISTINA</p> <p>Retrato de Alfonso XIII pintado por Federico de Madrazo.</p>	<p>20. CAMÓN</p> <p>Este espacio se denomina "Camón" porque sirve de mirador a la escalera principal, desde donde se puede contemplar una espléndida perspectiva del fresco de la bóveda, pintado por Corrado Giacquinto.</p>
<p>2. SALÓN DE ALABARDEROS</p> <p>Bóveda pintada al fresco por Giovanni Battista Tiepolo, venido de Italia con Carlos III, representa "El Triunfo de Eneas". Desde esta sala se distribuye la guardia real de los Alabarderos a las demás dependencias.</p>	<p>5. ANTECÁMARA DE CARLOS III</p> <p>Retratos de Carlos IV y María Luisa de Parma, obras maestras de Francisco de Goya. El monumental reloj "Cronos Soportando la Esfera Celeste", de finales del siglo XVIII, obra de Godon es una de las piezas más espectaculares de la soberbia colección de relojes aliada por los reyes de España que conserva Patrimonio Nacional.</p>	<p>9. SALETA DE PORCELANA</p> <p>Sus paredes y techo se cubren enteramente de placas de porcelana sujetas a un armazón de madera y perfectamente ensambladas. Todo el conjunto fue realizado en la Real Fábrica de Porcelana del Buen Retiro durante el reinado de Carlos III.</p>	<p>13. SALA DE LA PLATA</p> <p>Piezas en plata y plata sobredorada del siglo XIX y principios del siglo XX.</p>	<p>18. ANTECÁMARA DE M^a CRISTINA O SALA DE STRADIVARIUS</p> <p>Cuarteto construido por el famoso luthier de Cremona, Antonio Stradivari entre 1667 y 1709, para la corte española. Se compone de dos violines, una viola y un violonchelo, todos ellos decorados, al que se añade un violonchelo solista sin decoración. La magnífica sonoridad de este conjunto es única en el mundo.</p>	<p>21. ANTECÁMARA OFICIAL</p> <p>Retratos de Carlos III, Alfonso XIII y Victoria Eugenia, primer y últimos monarcas que residieron en el Palacio.</p>
<p>3. SALÓN DE COLUMNAS</p> <p>Destacan los tapices flamencos del siglo XVII, basados en cartones de Rafael que representan escenas de "Los Hechos de los Apóstoles". Las esculturas del siglo XVI en bronce de la serie de "Los Siete Planetas" son obras flamencas regaladas por el Cardenal Infante Don Fernando a su hermano Felipe IV y proceden de la decoración del antiguo Alcázar. Fresco de Corrado Giacquinto, con "El Triunfo del Sol".</p>	<p>6. CÁMARA DE CARLOS III O SALÓN DE GASPARINI</p> <p>Estucos policromados en el techo, paredes tapizadas con seda bordada con hilos de plata y suelo de mármoles españoles. Todo el conjunto obedeció al gusto del último barroco de inspiración china, diseñado por Mattia Gasparini.</p>	<p>10. SALETA AMARILLA</p> <p>El escritorio y la cómoda son obras del ebanista francés G. Benaman y del broncista P. A. Forestier del siglo XVIII. Sillas de brazos conocidas popularmente como "sillas palmeta".</p>	<p>14. SALA DE PORCELANA Y CRISTAL</p> <p>Servicios de mesa en porcelana y cristal de distintas manufacturas del siglo XVIII al siglo XX.</p>	<p>19. SALA DE LA CORONA</p> <p>En esta sala se reúnen los objetos más simbólicos de la Monarquía española:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La Corona y Cetro Real. -El Dólar de la Orden del Toisón de Oro. -La Mesa de las Estifnes. -El Discurso de Proclamación de S. M. el Rey Felipe VI. -La Ley Orgánica 3/2014 de Abdicación de su Majestad el Rey D. Juan Carlos I. 	<p>22. SALETA OFICIAL</p> <p>Tapices tejidos en la Real Fábrica de Santa Bárbara, siglo XVIII. Bóveda pintada al fresco por Giovanni Battista Tiepolo, "El Poder de la Monarquía Española".</p>
<p>7. TRANVÍA DE CARLOS III</p> <p>Sala de paso. Cartón para tapiz de Goya: "La Caza del Jabalí" y retratos de Fernando VII y su cuarta esposa María Cristina de Borbón.</p>	<p>11. COMEDOR DE GALA</p> <p>En 1879, Alfonso XIII mandó crear este comedor de gala y salón de baile, unificando tres estancias del antiguo cuartel de la Reina, M^a Amalia de Sajonia, esposa de Carlos III. Destacan los magníficos tapices flamencos del siglo XVII, las porcelanas francesas y chinas y las quince lámparas de bronce y cristal. Actualmente se sigue utilizando por SS. MM. para banquetes de Estado.</p>	<p>15. GALERÍA</p> <p>Permite al acceso de las personas reales a sus respectivos cuartos. Desde los ventanales se puede admirar la seriedad del barroco clasicista del Patio del Príncipe. Esculturas de los Reyes Católicos de José Vilches, 1862.</p>	<p>16. CAPILLA REAL</p> <p>La construcción de la Capilla comenzó en 1749, siguiendo los diseños del arquitecto de Palacio, Giovanni Battista Sacchetti. La cúpula central fue pintada por Corrado Giacquinto.</p>	<p>23. SALÓN DEL TRONO</p> <p>Es el salón más representativo del Palacio Real. Sobrio conjunto decorativo de mobiliario, colgadura de seda y distintos grupos escultóricos, completado con el magnífico fresco de Giovanni Battista Tiepolo "La Grandesa de la Monarquía Española", de 1764. Este salón, al igual que otros de Palacio, se convirtió en escenario de los Actos Oficiales más solemnes, entre los que destacan la celebración de la Pascua Militar y la recepción anual a todo el Cuarteto Diplomático acreditado en España y la recepción del día de la Fiesta Nacional.</p>	

REAL ARMERÍA

Fue creada por Felipe II, que reunió aquí las armas de su padre el emperador Carlos V y otras de sus antepasados, así como las suyas propias. Fue ampliada por sus descendientes tanto de la Casa de Austria como de la Casa de Borbón. Es una de las colecciones de armas de parada y torneo más importantes del mundo.

MIRADOR DE LOS JARDINES DEL CAMPO DEL MORO

Al oeste del Palacio Real se extiende el jardín que se conoce popularmente como "Campo del Moro". Felipe II ordenó la compra de estos terrenos entre el Alcázar y el Río Menéndez para dotar a su residencia de una zona verde inmediata, pero no fue ajardinado hasta bien entrado el siglo XIX, enlazado con la Real Casa de Campo, también perteneciente a la Corona hasta 1931.

A simple vista podemos apreciar que se trata de un dispositivo de mediación que podemos calificar como pobre. Es cierto que aporta información fundamental para poder entender y apreciar mejor aquellos espacios que se visitan, pero la falta de colores, así como la

deficiente maquetación del texto, lo convierten en un elemento totalmente desechable, a diferencia de los de otros lugares cuya calidad los convierte además en un “recuerdo”. El plano del Palacio Real es demasiado inexacto y en ocasiones induce a error a los visitantes, que no terminan de localizar los distintos accesos a las zonas visitables.

Desde hace un par de años, Patrimonio Nacional ofrece además la posibilidad de alquilar una audioguía interactiva en tableta por 3 euros. Está disponible en 16 idiomas y, además de ofrecer datos e información relevante, permite al usuario visualizar imágenes de archivo de Palacio, pudiendo así conocer mejor la historia del edificio. Asimismo ofrece la posibilidad de realizar diferentes recorridos según el tiempo del que disponga el visitante y de sus intereses. Para aquellos que prefieran hacer uso de sus propios dispositivos móviles, Patrimonio Nacional pone a su disposición una app con las mismas características que la audioguía interactiva.

El Centro de Recepción de Visitantes cuenta con una cafetería en la primera planta con acceso wifi para consumiciones superiores a 5 euros. Tanto en la primera planta como en la baja se pueden encontrar aseos, así como elementos de descanso para los visitantes como sofás y butacas.

El visitante ya tiene todo lo necesario para comenzar su visita. Para acceder al zaguán central del Palacio deberá cruzar el Patio de Armería. Tanto dentro del Centro de Recepción de Visitantes como justo fuera podemos encontrar más elementos de señalética que permiten al turista situarse. En verano de 2015, debido a las sofocantes temperaturas que se sufrieron en la ciudad de Madrid, la dirección de Patrimonio



Nacional decidió poner a disposición de aquellos que visitaban el recinto parasoles para hacerles más fácil cruzar el Patio. Una vez se evaluó el uso y beneficios de los mismos, se decidió que deberían permanecer tanto en verano como en invierno.

El Palacio Real de Madrid cuenta con varios espacios visitables además de los salones principales. Para poder facilitar la accesibilidad se han colocado paneles de mayor tamaño y mapas en braille. Además, la colocación de rampas a lo largo de todo el recorrido ayuda a que un mayor número de personas puedan visitar el Palacio sin problemas.

Una vez el turista se encuentra en el zaguán central, puede comenzar el recorrido si ha comprado una entrada de visita libre. En caso de haber adquirido la visita guiada deberá esperar a que dé comienzo a la hora indicada. Un pequeño auricular inalámbrico le permitirá seguir toda la explicación sin necesidad de desviar la mirada de la rica decoración de los salones que irá viendo. Los guías son otro de los dispositivos de mediación más interesantes con los que cuenta Patrimonio Nacional. No dudan en aportar su propia visión a la visita. Por ejemplo, aquellos apasionados por los tapices harán más hincapié en los ricos tejidos que adornan las paredes del Palacio. Los amantes de la pintura se detendrán en cada uno de los techos pintados que decoran el edificio. Cada visita, por lo tanto, es única. Los textos de sala proporcionan además la información necesaria para contextualizar cada una de las estancias.

Mención especial merece el Comedor de Gala que cuenta con una mesa engalanada para que los visitantes puedan ver el trabajo que hay detrás de la organización de un almuerzo de gala.



6.2. Redes sociales y página web

6.2.1. Hampton Court

Historic Royal Palaces cuenta con perfiles en las tres principales redes sociales que en la actualidad cuentan con un mayor número de usuarios (Facebook, Twitter e Instagram). Cabe destacar que en Facebook tiene perfil propio mientras que en Twitter e Instagram tan solo la Torre de Londres lo tiene, por lo que analizaremos el perfil “general”.

Facebook

El perfil de Hampton Court en Facebook ha recibido a fecha de hoy (9 de enero de 2019) 83.985 “me gustas” frente a los 424. 535 del perfil general o a los 437 532 del de la Torre de Londres. Cabe recordar que esta se trata del enclave gestionado por Historic Royal Palaces que más visitantes recibe al año. Las publicaciones del perfil del palacio son publicadas prácticamente al mismo tiempo en el perfil general. Es en dicho perfil donde más usuarios interactúan tal y como podemos ver en las siguientes capturas. Las publicaciones en su mayoría son de divulgación cultural y de información sobre las actividades que se realizan en Hampton Court. Asimismo suelen incluir vínculos a la página web y al blog del organismo. Tienen un lenguaje distendido y en alguna ocasión se hace uso de emojis y emoticonos.

 **Hampton Court Palace**
20 de diciembre de 2018 a las 11:00 · 🌐

During the reign of Elizabeth I, Christmas celebrations might begin at All Hallow's Tide (1 Nov) and last right up to Candlemas (2 Feb); that's three months of partying, feasting and frivolity! 🎉 Read on about Tudor Christmas in our blog post: bit.ly/tudorchristmasblog ✓



    266

15 comentarios 32 veces compartido

 **Historic Royal Palaces**
20 de diciembre de 2018 a las 13:00 · 🌐

During the reign of Elizabeth I, Christmas celebrations might begin at All Hallow's Tide (1 Nov) and last right up to Candlemas (2 Feb); that's three months of partying, feasting and frivolity! 🎉 Read on about Tudor Christmas in our blog post: bit.ly/tudorchristmasblog ✓



    950

29 comentarios 277 veces compartido

Twitter

El perfil de Historic Royal Palaces en Twitter ha publicado desde enero de 2009 un total de 19.357 *tweets*. Cuenta con 124.033 seguidores y a su vez sigue 1.126 perfiles. Además se han subido a esta red 3.019 fotografías y vídeos. Una foto de la fachada posterior de Hampton Court ejerce de portada mientras que el logotipo del organismo actúa como foto de perfil.

Actualmente no tiene ningún *tweet* fijado que de relevancia a alguna información concreta. Como ya hemos comentado antes, en este perfil se recoge todo aquello relacionado con todos los enclaves gestionados por este organismo británico. Centraremos este análisis en aquellas publicaciones relacionadas en concreto en Hampton Court.

El objetivo de comunicación de este perfil es principalmente la divulgación cultural. Historic Royal Palaces ha aprovechado la ampliación del número de caracteres que ahora permite Twitter. El uso de emojis es prácticamente residual y reservado a las publicaciones relacionadas con los jardines o espacios naturales adyacentes. Los dos *hashtags* más utilizados son #HamptonCourtPalace y #OTD (*on this day*) que se utiliza para las efemérides. Además suelen incluir enlaces a la página web y al blog oficial donde podemos ampliar la información.



Dentro de las actividades de divulgación de Historic Royal Palaces destacan dos *hashtags*: #Askacurator (Pregunta a un conservador) y #AskHenryVIII. Durante un tiempo determinado los usuarios pueden realizar preguntas a un conservador o conservadora de Historic Royal Palaces sobre la labor que realizan. En ocasiones puntuales como la semana de los museos es posible realizar esas preguntas directamente al conocido monarca



Las publicaciones relacionadas con una eventual visita al palacio están relacionadas con eventos puntuales no con la visita general e incluyen enlaces a la página web.



Instagram

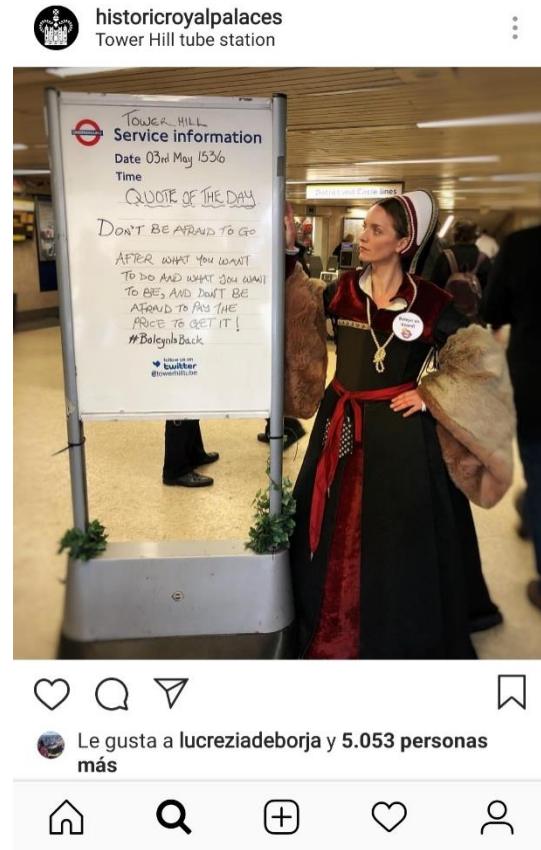
274.000 perfiles siguen a Historic Royal Palaces en Instagram. Con 1072 publicaciones es la red social en la que los usuarios más interactúan. La siguiente imagen se publicó en las tres redes sociales. En Instagram recibió 5.707 “me gustas” y 41 comentarios frente a los 266 y 15 comentarios de Facebook o los 464 y 7 respuestas de Twitter. Las publicaciones son prácticamente iguales en las tres y se realizan en los mismos días y a las mismas horas. El marketing digital considera esta estrategia errónea. Cada red social tiene un público diferente que hace un uso diferente de la misma. Además aquellos que siguen los tres perfiles esperan no encontrarse con el mismo contenido.



Historic Royal Palaces recurre al denominado *User Generated Content* (contenido generado por el usuario) para incrementar la interacción de sus seguidores. Tanto el perfil de Instagram como el de Twitter publican fotografías de los que aquellas personas que han visitado cualquiera de sus recintos ha subido a estas redes y les ha etiquetado. Estas publicaciones se enmarcan dentro del hashtag #palacephoto. Cada cierto tiempo en Twitter crean encuestas para que el resto de usuarios voten sus fotografías favoritas. La fotografía ganadora del 2018 pertenece al palacio de Kensington.

Uno de los principios que mueve la actividad divulgativa de Historic Royal Palaces es tal y como ellos mismos indican en su memoria de

actividades es la teatralidad (*showmanship*) y eso se refleja en su perfil no solo de Instagram sino también de Twitter. En más de una ocasión personajes históricos han ejercido de *community manager* a través de fotos, vídeos e Instagram *stories* siendo bastante bien recibidos por el público.



Página web

La colorida página web de Historic Royal Palaces da prioridad a los seis palacios que tiene a su cargo. Además destacan los apartados dedicados a la divulgación cultural englobados en los apartados “Explore” (explora), “History and stories” (Historia e historias) y “Schools” (colegios). Debemos recordar que se trata de una institución independiente. Entre sus diferentes fuentes de financiación se encuentran las donaciones privadas. Por este motivo los apartados “About us” (sobre nosotros) y “Support us” (apóyanos) aparecen en la página principal. La imagen de portada pertenece a la Guardia Real. De esta forma no se da prioridad a ninguno de los palacios. Destaca el botón en blanco “Buy palaces tickets” (compra entradas para los palacios) que nos permite acceder a una plataforma especial donde se pueden adquirir las entradas directamente sin necesidad de pasar después por la taquilla.



Hacemos click en el apartado de Hampton Court para comprobar de qué forma esta página web ejerce de intermediario entre el visitante y el enclave que desea visitar. Lo primero que percibimos es que ahora prevalece el color azul. Dentro de la imagen corporativa de Historic Royal Palaces el azul corresponde a la residencia de Enrique VIII¹.

Encontramos información sobre los horarios, las tarifas y la forma de acceso. Además deslizando podemos encontrar en destacados algunas de las áreas que podemos visitar junto a una explicación así como todo lo relacionado con eventos y exposiciones temporales.

Los enclaves de Historic Royal Palaces son elegidos en numerosas ocasiones como localizaciones para películas y series. Cuando alguna de estas grabaciones tiene mayor repercusión puede ser un vehículo perfecto para divulgar como ocurre en este caso con la película *La favorita* que se centra en el reinado de la Reina Ana, una de las monarcas que vivió en Hampton Court.

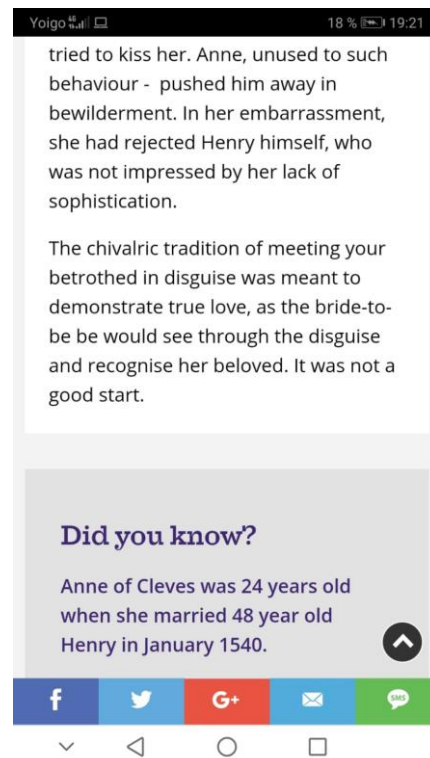
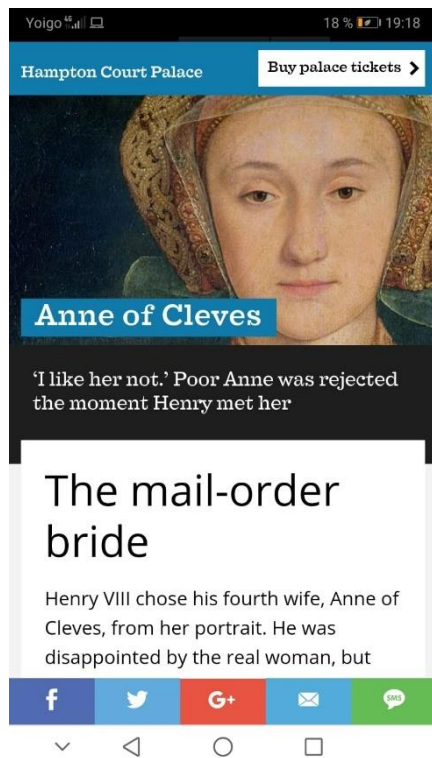
Ya hemos mencionado el apartado “History and stories”. En el podemos encontrar entradas con información variada relacionada con Hampton Court, desde las personalidades que la vivieron hasta información sobre el día a día de la corte². Los textos no son excesivamente

¹ Guía en papel de Hampton Court con parte de la portada en azul:

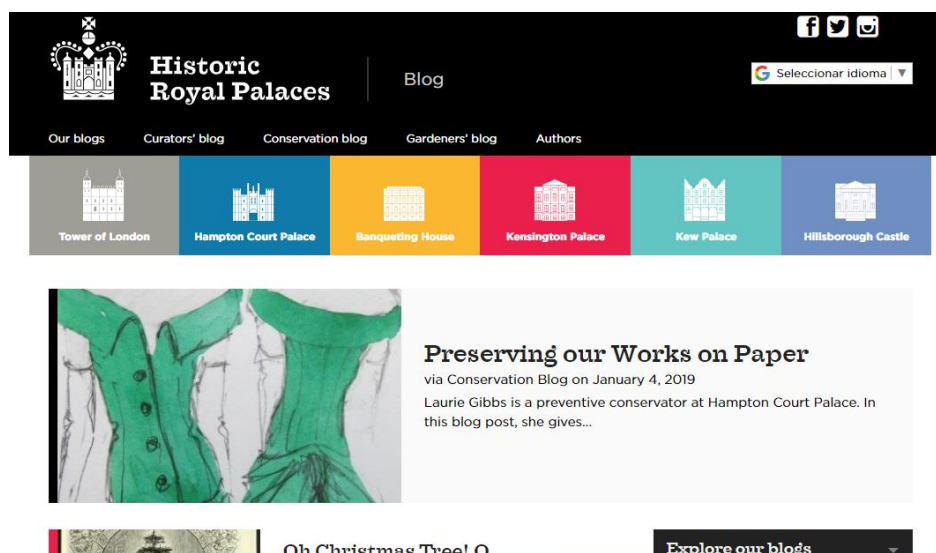
<https://www.historicroyalpalaces.com/books/subject/hamptoncourt-palace-books/official-hamptoncourt-palace-guidebook.html>

² Entrada sobre Anna de Cleves: <https://www.hrp.org.uk/hampton-court-palace/history-and-stories/anne-of-cleves/#gs.14JBUOcB>

largos y se intercalan con destacados y fotografías para facilitar su lectura. Asimismo toda la web está adaptada para su correcta visualización desde todo tipo de dispositivos.



Aunque los blogs han perdido popularidad frente a las redes sociales aún pueden ser otro medio más para divulgar información y conocimiento. Historic Royal Palaces tienen actualmente varios en activo destinados a explicar el trabajo que realiza el departamento de conservación, así como a dar a conocer la historia de sus palacios y de los personajes que vivieron en ellos.



6.2.2. Palacio Real de Madrid

Lo más llamativo a la hora de analizar las redes sociales de Patrimonio Nacional es que en la actualidad solo cuenta con un perfil activo en Twitter mientras que en Instagram no hay ninguna publicación hasta la fecha a pesar de contar con 589 seguidores y seguir a 57 cuentas. En Facebook no tienen perfil.

Twitter

A fecha de hoy @realessitios cuenta en Twitter con 40.065 seguidores y a su vez sigue a 463 cuentas. Se describe como la cuenta oficial de Patrimonio Nacional incluyendo un enlace a la página web. Ha publicado 8.830 *tweets* y 7.368 fotos y vídeos desde que se creó la cuenta en septiembre de 2014. La foto de portada pertenece a la fachada del Palacio Real de Madrid y la de perfil es el logotipo del organismo.

Tomando como ejemplo una serie de *tweets* podemos analizar el uso que este organismo hace de esta red social. Empezamos por el tweet fijado que en este caso sirve de publicidad de la exposición temporal de la temporada 2018/2019. Patrimonio Nacional también ha aprovechado la ampliación del número de caracteres para publicar un contenido más extenso. Incluye además un enlace al *microsite* de la exposición y un vídeo de un minuto y once segundos sobre la misma. No se hace uso de ningún *hashtag*. Cuenta con 32 retweets y 58 “me gustas”



Debido a su inmediatez Twitter es la herramienta elegida por un gran número de empresas y entidades para ofrecer información importante al usuario, con el que además puede entablar contacto más fácilmente. Como ya hemos comentado el Palacio Real de Madrid es la residencia oficial de los Reyes de España y a menudo se celebran actos oficiales que no permiten la visita. Gracias a Twitter el turista tiene información actualizada al momento como en el caso de estos dos *tweets*



Twitter es otro medio de divulgación de contenido cultural. Patrimonio Nacional difunde información tanto sobre los inmuebles como sobre las Colecciones Reales que tiene a su cargo con series de *tweets* que incluyen datos y fotografías formando lo que Twitter denomina hilos³



El patrimonio natural a cargo de este organismo también encuentra su espacio en @realessitios como en el siguiente ejemplo que da la bienvenida al otoño. Este tipo de publicaciones algo más distendidas permiten el uso de emojis. Como podemos apreciar al revisar la cuenta de Twitter no se trata de un elemento que se utilice con frecuencia. Los cambios de estación son la excusa perfecta para conocer estos bienes naturales en su máximo esplendor. Es uno de los máximos atractivos de Patrimonio Nacional y desde la cuenta de Twitter se aprovecha el juego que permiten las fotografías para atraer la atención de sus seguidores.

³ Ejemplo de hilo de Twitter sobre los tapices del Comedor de Gala del Palacio Real de Madrid: <https://twitter.com/realessitios/status/1054642357054959616>



Página web

La página web de Patrimonio Nacional (<http://www.patrimoniacional.es>) está siendo actualizada en los últimos años para mejorar la experiencia de usuario. Según la memoria de actividades del año 2017 se realizaron diferentes actuaciones como la posibilidad de visionar vídeos en la misma página web o el lanzamiento de *microsites* relacionadas con las diferentes exposiciones temporales. Asimismo se incluyeron enlaces a plataformas de distribución digital de aplicaciones donde es posible descargarse las *app* para realizar la visita en cada Real Sitio. El precio es de 1,99 euros. Las aplicaciones tienen las mismas prestaciones que la audioguía que se puede alquilar en el propio Palacio Real y en el resto de palacios de la red de Reales Sitios.

La página principal de www.patrimoniacional.es nos muestra una serie de fotografías de los lugares que podemos visitar así como enlaces a diferentes apartados que pueden ser de interés para el visitantes en los que nos centraremos en este análisis. Si deslizamos hacia encontraremos apartados destacados como el dedicado a los conciertos que se realizan en los diferentes Reales Sitios o el de la Real Cocina. Es importante destacar que actualmente la web tan solo está disponible en castellano, lo cual dificulta su utilización para un gran número de potenciales visitantes.



Como ya hemos comentado anteriormente, la página web de una institución cultural es una extensión de la labor que realiza en su sede física. En los apartados de “Colecciones Reales” y “Medio Natural” podemos encontrar una breve descripción de los bienes custodiados por Patrimonio Nacionales. En los últimos años, tal y como también se menciona en la Memoria de Actividades de 2017, se está procediendo a poner a disposición de los usuarios recursos digitales para que puedan acceder desde sus dispositivos al amplio número de bienes patrimoniales pertenecientes a las Colecciones Reales ⁴.

Como vehículo de mediación entre el visitante y el lugar que desea conocer, la página web aporta información sobre el Palacio Real de Madrid dentro del apartado “Reales Sitios” donde aparece en primer lugar. Haciendo click en la imagen el turista accede a los datos que necesita divididos a su vez en tres subapartados: “visita”, “historia” y “galería”. Se puede conocer los horarios de apertura y cierre, los días en los que por celebración de actos oficial está cerrado, las tarifas así como el acceso y los servicios que ofrece a personas con diversidad funcional. A través de otro enlace se accede a un pdf de once páginas en el que se enumeran de forma más detallada todos los servicios disponibles para el turista. El diseño del documento pdf difiere bastante del de la página web⁵.

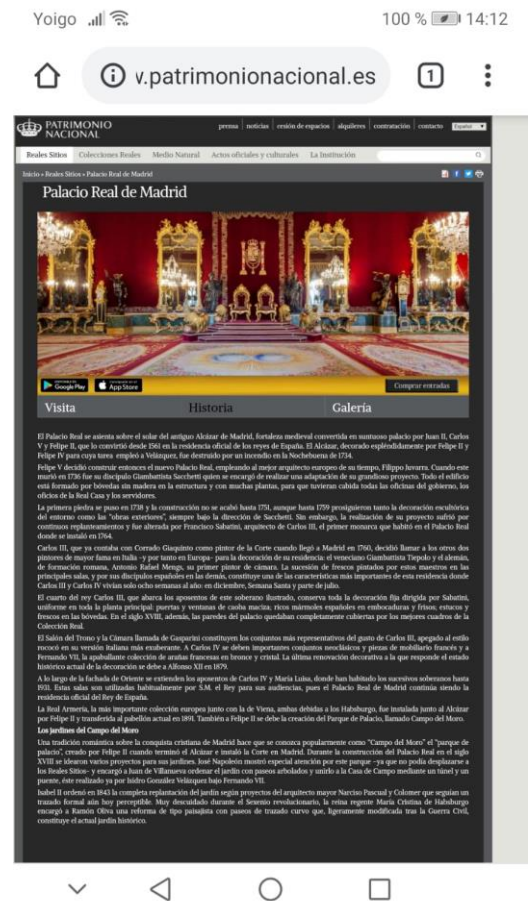
⁴ Ejemplo de una de las obras cuya ficha puede visualizarse en la web:
<http://www.patrimonionacional.es/colecciones-reales/colecciones/escultura/pentesilea>

⁵ Carta de servicios del Palacio Real de Madrid:
<http://www.patrimonionacional.es/sites/default/files/2016-05->

En el subapartado “Historia” se accede a un texto sobre el Palacio. Escrito en blanco sobre fondo gris hace que su lectura sea algo complicada y resulte demasiado compacta. Visualizando la página web a través de un dispositivo móvil se hace más complicado.

Una fotografía del Salón del Trono ilustra el apartado del Palacio Real de Madrid. En el subapartado “Galería” podemos visualizar seis fotografías más sobre las que no se ofrece ningún tipo de información.

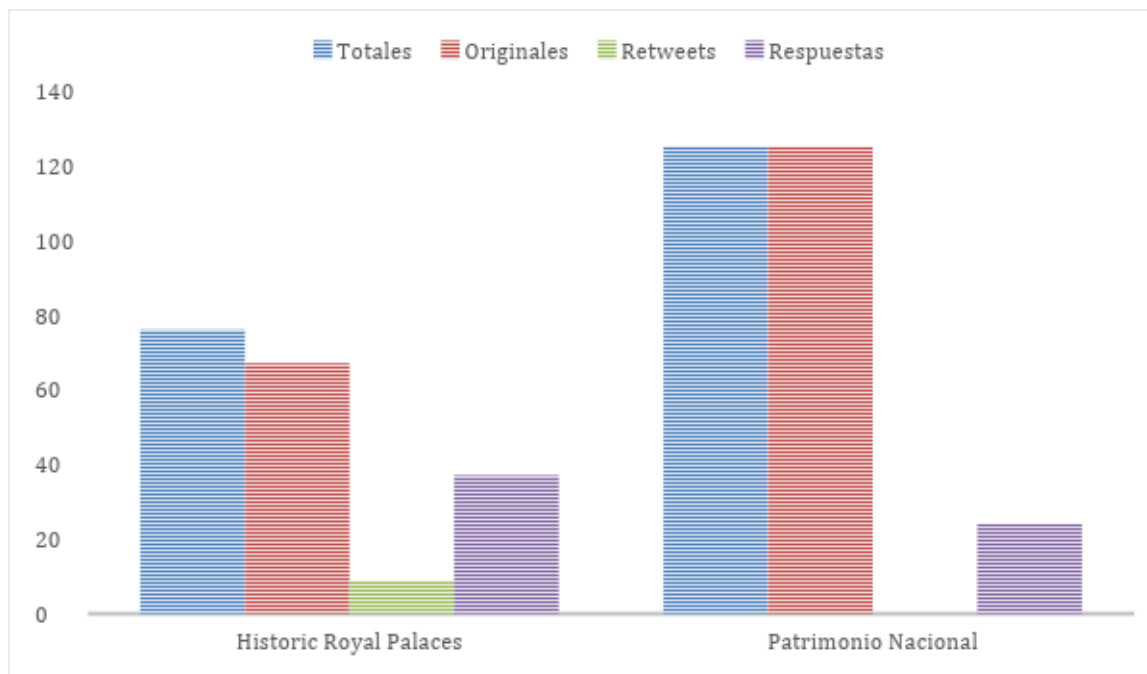
Otra posibilidad que ofrece la página web de Patrimonio Nacional es la adquisición de las entradas a través de una plataforma externa a la propia página que además ofrece la misma información sobre la visita (tarifas, horarios, cierres y accesos) que se puede encontrar en el apartado del Palacio Real.



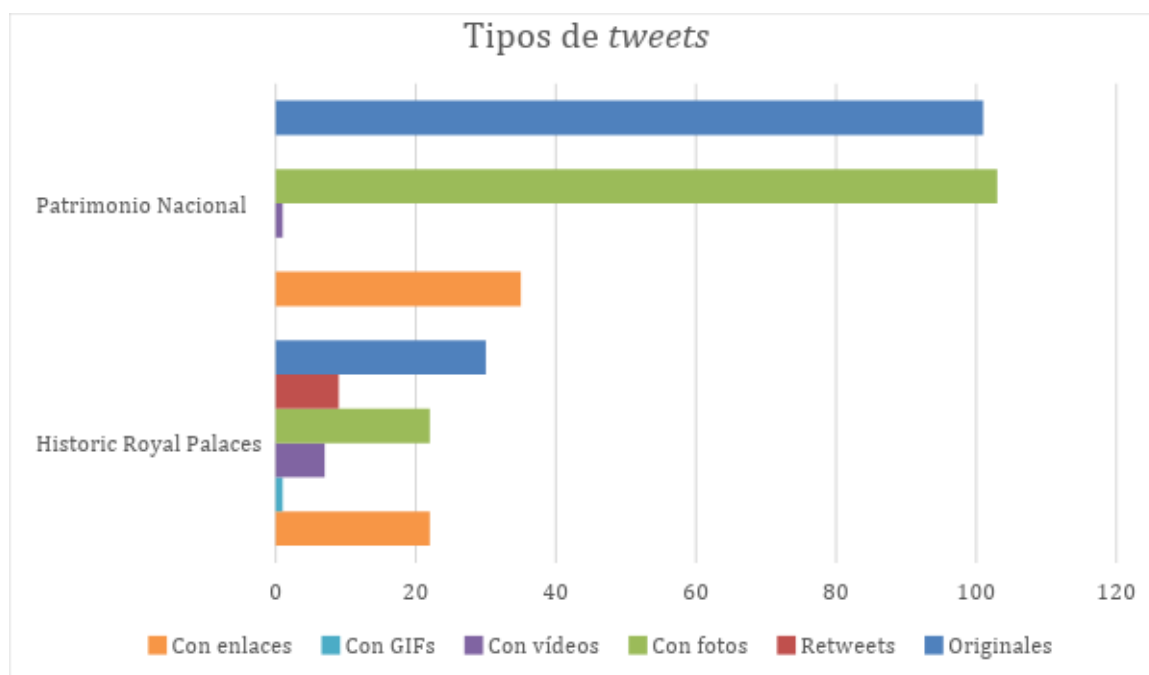
6.2.3. Monitorización perfiles de Twitter

Como ya hemos comentado, Patrimonio Nacional solo tiene perfil en Twitter por lo que para realizar una comparativa real hemos optado solo por esta red social. A través de la herramienta de la empresa Cool Tabs hemos monitorizado la actividad de @historicroyalpalaces y @realesitios durante el periodo comprendido entre el 9 de diciembre y el 9 de enero de 2019. Estos son algunos de los datos que hemos obtenido.

En primer lugar observamos la actividad general de cada cuenta. Durante este periodo de tiempo @realesitios ha sido bastante más activo con un 100% de tweets originales. Ambas cuentas han mantenido interacción directa con sus seguidores, siendo superior la de la institución británica.



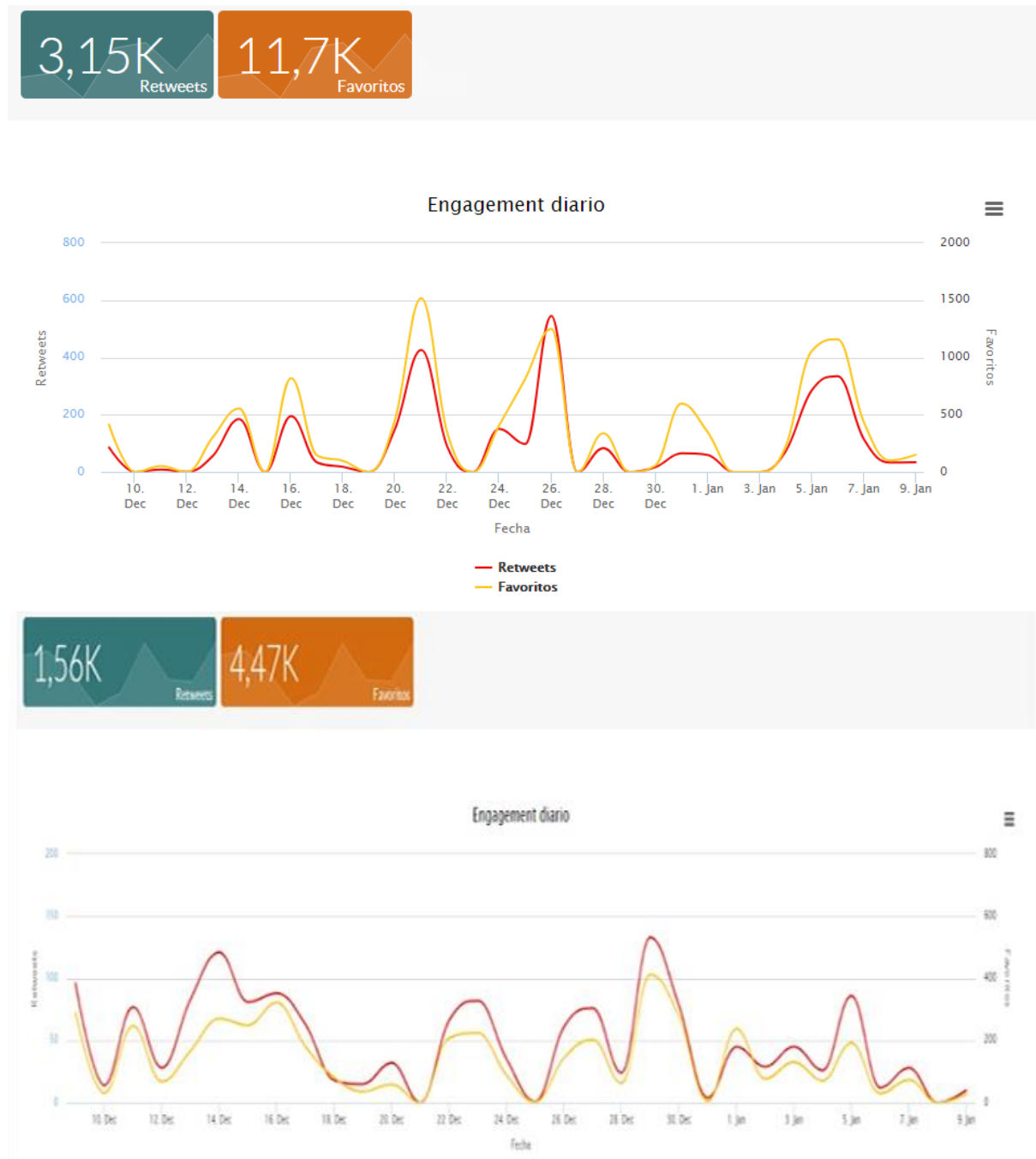
Según los tipos de *tweets* vemos que la práctica totalidad contienen o fotografías y vídeos que apoyan el texto. Este tipo de *tweets* ayudan en la labor de divulgación e información que estas instituciones llevan a cabo a través de sus cuentas de Twitter.



Los *hashtags* sirven para etiquetar *tweets* de forma que el sistema puede agruparlos permitiendo así ser identificados rápidamente por el usuario. Historic Royal Palaces ha utilizado durante este periodo *hashtags* en 67 de sus *tweets* en todos aquellos considerados como originales al igual que Patrimonio Nacional que lo ha hecho en 125 de ellos. Sin embargo el número de etiquetas utilizadas por la institución británica es mayor con una media de 0,7 por *tweet* frente al 0,3 del organismo español. A continuación vemos la variedad de *hashtags* utilizados.



El *engagement diario* permite ver a relación entre el número de *retweets* y el número de favoritos durante un periodo. Este caso vemos que el de @historicroyalpalaces es superior al de @realessitios a pesar de su mayor actividad. Esto se debe, probablemente, la diferencia en el número de seguidores.



6.3 Conclusiones

Poner frente a frente la forma en la que Historic Royal Palaces y Patrimonio Nacional hace uso de los elementos que tiene a su disposición para realizar su labor divulgativa del patrimonio que tiene a su cargo nos hace llegar a diferentes conclusiones:

- Historic Royal Palaces hace uso de una imagen corporativa mucho más colorista y trabajada que Patrimonio Nacional.

- Los factores lúdicos están mucho más presentes en Hampton Court que en el Palacio Real de Madrid. Lo mismo ocurre con la contextualización en lugares como las cocinas reales. Sin embargo la utilización de los llamados textos de sala es superior en el palacio madrileño.

- Historic Royal Palaces pone a disposición del visitante un mayor número de servicios de apoyo: tres cafeterías frente a una, numerosos baños y dos tiendas frente a una.

- Ambas instituciones son conscientes de la importancia de las guías y audio guías así como la de adaptar la visita a los gustos y necesidades del visitante mediante diferentes recorridos aunque en caso de Patrimonio Nacional solo a través de la audio guía y la aplicación para teléfonos móviles.

- Historic Royal Palaces hace un mejor uso de las posibilidades que la red le permite gracias a una página web de más fácil lectura y mayor presencia en redes sociales. Sin embargo, Patrimonio Nacional aprovecha las posibilidades que le ofrece Twitter (única red social en la que está presente) para abarcar un mayor número de objetivos de comunicación: intermediario entre el visitante y el Palacio y vehículo de difusión cultural.

7. Conclusiones finales

Antonio Ortega Ruiz (Martos, 2016) considera que existen dos formas de dar a conocer los bienes inmuebles de interés cultural en Europa. Afirma que los países del sur centran más su labor en recuperar y conservar dichos bienes frente a los países anglosajones en los que se busca recuperar “el uso y la utilidad” original con el fin de presentar el patrimonio histórico de una forma más clara y accesible. Este trabajo ha buscado desde el principio comprobar esta afirmación mediante la comparación de dos enclaves que a priori comporten más similitudes que diferencias.

La base de este análisis ha sido la disciplina de la interpretación patrimonial y los medios de los que disponen las entidades culturales para cumplir con sus objetivos de comunicación. Llegados a este punto es necesario resaltar la poca literatura académica que hay actualmente en los que se refiere a la interpretación de residencias reales como bienes de interés. Muchos de los principios de la interpretación patrimonial y la museografía pueden, obviamente, aplicarse a un enclave de estas características. Sin embargo, creo que tienen unas características propias que los convierten en un interesante objeto de estudio. Son estancias que “hablan” por sí solas pero se puede realizar un gran trabajo de interpretación patrimonial. Freeman Tidden elaboró una serie de principios sobre los cuales tenía que girar esta disciplina que partían básicamente de la idea de que hay que crear un vínculo emocional entre el visitante y aquello que ve. Historic Royal Palaces y Patrimonio Nacional lo hacen de formas diferentes debido tanto a su diferente naturaleza como instituciones y a que beben de estas dos corrientes diferentes de las que habla Antonio Ortega Ruiz.

La imagen corporativa es lo primero que permite ver estas diferencias. Patrimonio Nacional es un organismo público dependiente del Ministerio de la Presidencia. Su trabajo codo con codo con Casa Real marca unos objetivos de comunicación claramente más institucionales que los de Historic Royal Palaces. El tono de gris que utiliza Patrimonio Nacional en la mayoría de los soportes contrasta con el colorido de Historic Royal Palaces. El mejor ejemplo de esto lo tenemos sin duda en el mapa del recinto. Sobriedad frente a color.

Glusberg (Hernández, 2011) distinguía entre museo frío y museo caliente. El museo frío busca que sus visitantes participen activamente de la visita mientras que un museo caliente se limita a exponer contenido. ¿Puede esta distinción aplicarse también a una residencia real? Hemos visitado dos palacios que se amoldan perfectamente a esta distinción. Distinción que podemos ver claramente con dos apuntes de cada una de las visitas. En Hampton Court mientras visitamos las estancias que pertenecieron a la dinastía Tudor

Estuardo podemos encontrarnos con actores que nos relatan su día a día en Palacio. Según la época del año serán unos u otros. En la fotografía que podemos ver a continuación vemos a la última esposa de Enrique VIII que siendo ya viuda consulta a los visitantes la conveniencia o no de volver a casarse. A lo largo del día hemos podido acompañarla en su nueva vida como reina viuda al tiempo que conocemos el Palacio. Mientras la esperábamos hemos podido jugar a alguno de los divertimientos favoritos de la corte Tudor ataviados con una capa. La participación es continua a lo largo de toda la visita. Estamos ante un museo frío.



Palacio Real de Madrid, por su lado, presenta al visitante ricas estancias y valiosos objetos pertenecientes a la Colecciones Reales. Según el espacio del que se trate puede recibir tres niveles de información: texto de sala, audio guía o guía intérprete. En otros casos, como el de la Real Armería tan solo breves textos de sala junto a un importante número de piezas dejando en manos del visitante gran parte del trabajo interpretación. Nos encontramos ante un museo caliente. Asimismo cuenta con un menor número de servicios de apoyo que hacen que la visita pueda llegar a ser algo más incómoda



© Patrimonio Nacional

Mismo tipo de bien inmueble, diferente tipo de activación patrimonial. El presente trabajo tenía como objetivo estudiar y comparar dos modelos de interpretación patrimonial. Se abre ahora un interesante campo de estudio para llegar a profundizar en aquello que hace que el visitante conecta de forma más intensa con aquello visita.

8. Bibliografía

Costa, J. (2007). *Señalética corporativa*. Barcelona: Costa Punto Com Editor.

Hernández Hernández, F. (2011) *El museo como espacio de comunicación*. 2ª edición. Gijón: Ediciones Trea.

Historic Royal Palaces (2012). *Explore Hampton Court Palace*. Surrey: Historic Royal Palaces

Marta. (7 de junio de 2016). Monitoriza hashtags, palabras y menciones en Twitter con Page Performance [Post del blog de la empresa Cool Tabs]. Recuperado de <https://blog.cool-tabs.com/es/monitoriza-tus-hashtags-twitter-page-performance/>

Mateos Rusillo, Santos M y otros (2016) *La difusión preventiva del patrimonio cultural*. 1ª edición. Gijón: Ediciones Trea.

Mateos-Aparicio, S. (11 de julio de 2018). Guía definitiva y gratuita: métricas en redes sociales. [Post del blog de la empresa Cool Tabs y Guía descargable]. Recuperado de <https://blog.cool-tabs.com/es/guia-gratuita-metricas-en-redes-sociales/>

Mateos-Aparicio, S. (29 de mayo de 2018). Guía definitiva y gratuita: cómo usar Instagram para tu marca [Post del blog de la empresa Cool Tabs y Guía descargable]. Recuperado de <https://blog.cool-tabs.com/es/guia-definitiva-como-usar-instagram-marca/>

Rodríguez, F. (2015). *Diseño de orientación gráfica en el museo: usuarios, interfaz y experiencia*. MasD, Revista Digital de Diseño., Vol. 9, Edición N° 16 Ene - Jun 2014. 6-29

Rusillo, S. M. M. (2015). *Difusión cultural. La Magdalena de los productos patrimoniales*. e-rph-Revista electrónica de Patrimonio Histórico, (10), 69-89.

Sancho Gaspar, J.L. (2013). *Palacio Real de Madrid*. Madrid: Patrimonio Nacional.

Santacana i Mestre, J. y otros (2011) *Museos de historia. Entre la taxidermia y el nomadismo*. 1ª edición. Gijón: Ediciones Trea.

Tugores, F. y otros (2006) *Introducción al patrimonio cultural*. 1ª edición. Gijón: Ediciones Trea.

UNESCO. (21 de noviembre de 1972) Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. [Pdf descargable del portal oficial de la UNESCO] Recuperado de <https://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>

Worsley, L y Souden, D. (2005). *Hampton Court Palace: The official illustrated History* London: Merrell Publishers Ltd