



Comunicació global en la gestió patrimonial de la Llotja de Mercaders de València

Alumne: Sergio MUÑOZ SORIANO
Directora TFG: Isabel SOLANAS GARCIA
Treball fi de Grau de Comunicació
Juny 2016

Resum

La idea principal sobre la qual construir el discurs **la** basarem en la força que transmet el fet de tenir en la ciutat de València, des de fa més de cinc-cents anys, un bé cultural que és Monument Artístic Nacional i Patrimoni de la Humanitat. Aquest fet, desconegut per a molts dels ciutadans de la mateixa Comunitat Valenciana, ha de ser allò que els desperti i els condueixi cap a l'edifici, perquè són els mateixos veïns els qui han de ser els promotors més valuosos.

Per tant una exploració i diagnòstic de la comunicació global de la Llotja de Mercaders s'estima necessària en aquests moments per poder valorar la seva correcció, i la percepció dels visitants, o potencials visitants.

Amb exploració i diagnòstic entenem fer un treball de camp d'anàlisi dels serveis de suport i dels dispositius de mediació actuals en la visita a l'edifici, i posteriorment fer un diagnòstic de la gestió de la comunicació que afavoreixen i si fan de la visita una experiència enriquidora per al visitant.

Abstract

The main idea on which we will base to construct the speech, will be on the force that transmits the fact of having in the city of Valencia, for more than five hundred years, a cultural good that is Artistic National Monument and Heritage of the Humanity. This fact, not known for many of the citizens of the same Valencian Community, has to be the one that wakes them up and leads them towards the building, because the neighbors themselves should be, also, the most valuable promoters.

Therefore an exploration and diagnosis of the global communication of the Llotja de Mercaders is considered necessary in these moments to be able to evaluate his correction, and how far arrives the perception of the visitors, or potential visitors.

With 'exploration and diagnostic' we understand to do a work on site of analysis of the services of support and of the current devices in the visit to the building, and later to do a diagnostic of the management of the communication in order to see if it is an enrichment visit experience for the visitor.

Paraules clau

Bé cultural, patrimoni cultural, comunicació global, gestió patrimonial, pla de comunicació.

Índex

1. Introducció	6
1.1 Objectiu.....	7
1.2 Metodologia	8
2. Precedents	14
2.1 La Llotja dels Mercaders. Història i funcions.	14
2.2. Arquitectura i ornamentació.	18
2.3. Patrimoni de la Humanitat.	19
3. Exploració i diagnòstic de la comunicació global de la Llotja.....	22
3.1. Condicions de la gestió actual de la comunicació en la Llotja.	22
3.2. Anàlisi dels serveis de suport.	23
3.3. Anàlisi dels dispositius de mediació.	26
3.4. Diagnòstic del producte patrimonial.	34
4. Comunicació del Patrimoni: exemples.....	36
5. Conclusions	38
6. Bibliografia	41
Annex I – Tríptic de la Llotja de Mercaders	43
Annex III – Pliego de prescripciones técnicas que ha de regir en la contratación del servicio de visitas con audio-guías y app de los monumentos dependientes de la Delegación de Cultura	45

1. Introducció

Sempre que arriba un creuer a València, el guia té com a primera parada la Plaça del Mercat, on troba el Mercat Central, joia modernista, l'església barroca dels Sants Joans i la Llotja dels Mercaders de València, també coneguda com la Llotja de la Seda. Un enfront de l'altre, vigilant-se, just enmig de contrastos culturals. Però mirem amb detall la Llotja, edifici objecte del nostre treball.

La Llotja de Mercaders de València és un dels edificis més emblemàtics de la ciutat de València, situada en un dels barris històrics de la ciutat, el Barri del Mercat. L'edifici és una obra mestra d'arquitectura civil gòtica, considerat el millor exemple del gòtic civil europeu que va ser declarada Monument Artístic Nacional el 1932 i Patrimoni de la Humanitat per la Unesco l'any 1996.

Coincidint amb la declaració de València com Ciutat de la Seda¹ del 2016, sembla adient fer una exploració i diagnòstic de la comunicació global de la Llotja de Mercaders. Cal recordar que aquest any 2016 fa 20 anys que la Unesco va declarar la Llotja Patrimoni de la Humanitat. De la mateixa manera, la Unesco pot retirar aquesta condició si no se'n donen les circumstàncies adequades, mercès a l'informe què es fa cada sis anys per revisar les condicions que fan del producte patrimonial mereixedor de la condició de Patrimoni de la Humanitat.

Per tant, és el millor moment de dur a terme una exploració i diagnòstic de la Llotja, com a producte patrimonial, i més si pensem que en l'any 2008 va estar

1 ValenciaTurismo. (19 d'octubre 2015). Los hilos de la seda en Valencia. TurisValencia. Data consulta 10 de maig de 2016, de <http://www.turisvalencia.es/blog/ruta-de-la-seda-valencia/>

a punt de perdre aquesta condició. L'Ajuntament va encarregar llavors a la Universitat Politècnica de València un estudi² complet i exhaustiu del monument per tal d'establir les mesures necessàries per a una millor conservació.

La Llotja de la Seda, bressol del comerç a l'edat d'or de la ciutat de València ha estat variant les seves funcions al llarg de la història de la ciutat, sent adaptada segons les necessitats de cada moment. Li ha tocat jugar papers tan diferents com a cambra de comerç i un dels primers bancs als seus inicis, dipòsit de gra en temps de fam, així com hospital durant la pesta o caserna en la guerra de successió.

Per tot això cal fer possible que el visitant prengui consciència de la història i l'art que l'envolta quan es trobi visitant la Llotja. És evident que les institucions hauran d'implicar-se per tal d'aconseguir aquesta experiència plena.

1.1 Objectiu

L'objectiu principal d'aquesta dissertació és l'anàlisi de la comunicació feta per tal de transmetre el valor cultural reconegut per la UNESCO de la Llotja de Mercaders de València.

El resultat d'aquesta anàlisi em permetrà demostrar si en l'actualitat s'està fent tot el possible per aconseguir aquesta transmissió o si per contra existeix alguna manca detectada que pugui esmenar-se per omplir buits on es

² Butlletí Oficial de la Província de València. Nº 188, 2007/19555 (9 d'agost 2007).

requereixi per tal d'arribar a un procés de comunicació global com li correspon a la Llotja.

1.2 Metodologia

Per tal de poder avaluar si l'experiència de la visita és enriquidora per al visitant, la metodologia proposada serà fer un treball de camp, amb una sèrie de visites a l'edifici per tal d'analitzar tant els serveis de suport com els dispositius de mediació. Aquesta recerca en la pròpia realitat, junt amb el fet que la percepció del mateix investigador és part subjectiva de la investigació dóna sentit a parlar d'una metodologia analítica interpretativa.

La metodologia escollida estarà suportada per les recerques bibliogràfiques més adients, així com amb una certa perspectiva històrica, necessària per la naturalesa de la dissertació escollida i per la pròpia rellevància històrica de la Llotja de Mercaders.

1. Marc teòric-conceptual

El concepte de **patrimoni cultural** és essencial en el nostre treball. Santos Mateos el defineix com:

El patrimoni cultural és un producte dinàmic i en construcció constant, creat per l'ésser humà per a agrupar el conjunt de béns materials i immaterials considerat valuós per a il·lustrar l'ADN cultural d'una comunitat o grup social, llegat com a herència per les generacions precedents i que es pot augmentar en el present amb la intenció de llegar-lo als que ens seguiran en el futur.³

En el cas de la Llotja de Mercaders els seus usos com a patrimoni cultural els podem classificar com segueix²:

- Com a recurs identitari, en utilitzar-se com a realitat cultural que permet identificar i singularitzar un col·lectiu. Allò que en la definició de patrimoni cultural s'anomena ADN cultural.
- Com a recurs econòmic, en utilitzar-se com a recurs capaç de generar beneficis econòmics, bàsicament per la relació amb la indústria del turisme en la seva dimensió cultural.
- Com a recurs educatiu, en utilitzar-se com a recurs capaç de generar processos d'ensenyament-aprenentatge de ciències humanes i socials com la història, la història de l'art, la geografia, etc.

3 MATEOS RUSTILLO, S. (2011). *El patrimoni cultural*. Ed. Universitat Oberta de Catalunya.

El concepte de **producte patrimonial**, íntimament lligat a l'anterior, d'acord amb Ramírez Blanco és:

"Un producte patrimonial és el conjunt de serveis i elements de mediació que s'ofereixen al visitant, capaços d'atorgar les condicions físiques necessàries i tota una sèrie de pautes emocionals, intel·lectuals i lúdiques que satisfacin de manera òptima la seva demanda cultural durant la visita. Un conjunt de serveis i elements capaços de crear l'ambient propici per a la consecució d'una experiència que hauria de ser única i memorable."

Primer de tot cal situar el valor artístic i patrimonial de la Llotja de Mercaders, i aquesta primera aproximació tot i que podria ser molt complexa, donat el gran valor de l'edifici es focalitzarà més en una revisió a la història de l'edifici, la seva estructura i arquitectura (passant el just per l'ornamentació) i les seves diverses funcions al llarg de la història.

La millor manera de fer que un patrimoni cultural augmenti la seva rellevància en la societat és mitjançant la seva activació com a producte cultural. Això significa escollir les millors opcions de missatges i mitjans per difondre la informació que atresoren. Per tant, a l'hora de fer realitat aquesta integració del patrimoni amb el turisme cal passar per un procés de planificació d'un procés global de comunicació.

*La **comunicació global** és la gestió cultural i comunicativa que mitjança entre els recursos patrimonials i la societat per a potenciar-ne un ús responsable, profitós, atractiu i efectiu, capaç*

*d'unir la preservació dels béns culturals amb el seu gaudi integral per part dels usuaris.*⁴

Per tant, prenent com a base diferents reflexions sobre la comunicació global, la didàctica del patrimoni o diferents aspectes visuals i gràfics en la comunicació de patrimoni d'autors com Mateos Rusillo⁵, Roser Calaf i Olaia Fontal⁵ ens guiaran a l'hora d'avaluar i establir un diagnòstic en aquest camp.

Arribat aquest punt, es fa necessari afegir un concepte més com és el de la difusió cultural, etapa prèvia en el procés de la comunicació de patrimoni.

Difusió cultural

La difusió cultural és una etapa essencial en el procés de comunicació global del patrimoni cultural perquè és la que permetrà complir als productes patrimonials la seva comensal cultural. Cal, per tant, construir continguts que facilitin l'accessibilitat tant intel·lectual com emocional al visitant, i per tant construir històries elaborades que permetin una difusió cultural correcta.

Una definició molt interessant per a la difusió cultural va ser la donada per Marcelo Martín Guglielmino, arquitecte i consultor en interpretació del patrimoni i museografia:

⁴ MATEOS RUSTILLO, S. (2008). *La comunicación global del patrimonio cultural*. Ediciones Trea.

⁵ CALAF, R., i FONTAL, O. (2004). *Comunicación educativa del patrimonio: Referentes, modelos y ejemplos*. Ediciones Trea.

"Difusió no és per si mateix ni el Patrimoni ni la necessitat del ciutadà. Difusió és una gestió cultural medidora entre el Patrimoni esmentat i la societat.»

Marcelo Martín Guglielmino. La difusión del patrimonio. Actualización y debate. 1996

Aquesta definició podem ampliar-la més separant-la en els següents conceptes:

Gestió perquè implica un procés complex que inclou documentar, valorar, interpretar, manipular, produir i divulgar no ja l'objecte en si, sinó un model comprensible i assimilable de l'objecte esmentat en la seva relació amb el seu passat històric i el seu medi present.

Cultural perquè s'actua amb l'obra de l'ésser humà, tangible i intangible, passada i present, que envolta i influeix el ciutadà d'avui fins a ser part mateixa de la seva història i per tant de la seva identitat.

Medidora perquè requereix una tècnica i un suport material independent de l'objecte i independent del subjecte que la rep."

En resum, la difusió cultural és més que la mera informació de dades. La difusió cultural proposa i provoca el pensament, i per tant cal construir una història per transmetre-la als visitants que permeti difondre els valors culturals del recurs patrimonial.

A més a més, no s'ha de perdre tampoc el públic objectiu al qui adreçar-se, i és que ens referim al *gran públic*, el no especialitzat, que requereix aquesta

mediació per a gaudir plenament de tot allò que és capaç d'oferir el patrimoni cultural.

Atès que s'ha clarificat el concepte de la difusió cultural com un procés comunicatiu necessari en tota relació entre patrimoni cultural i visitant, es pot investigar si el tipus de comunicació conseqüent que porten a terme els gestors de la Llotja, es pot trobar amb algun problema comunicatiu que pot ser:

- de notorietat o cognitiu: en el cas de nous productes patrimonials els quals volem que es coneguin.
- d'imatge o afectiu: aquest cas es dona en el cas de productes patrimonials ja posicionats en la ment dels potencials visitants, però què es desitja canviar aquesta imatge que es té i volem que sàpiguen com és.
- de venda o conductual: finalment, la situació més fàcil d'entendre i és l'atracció de nous públics, perquè el que volem és que ens visitin.

Aquests paràmetres seran útils en el moment d'arribar a les conclusions utilitzant-los com a criteris.

2. Precedents

2.1 La Llotja dels Mercaders. Història i funcions.

Història

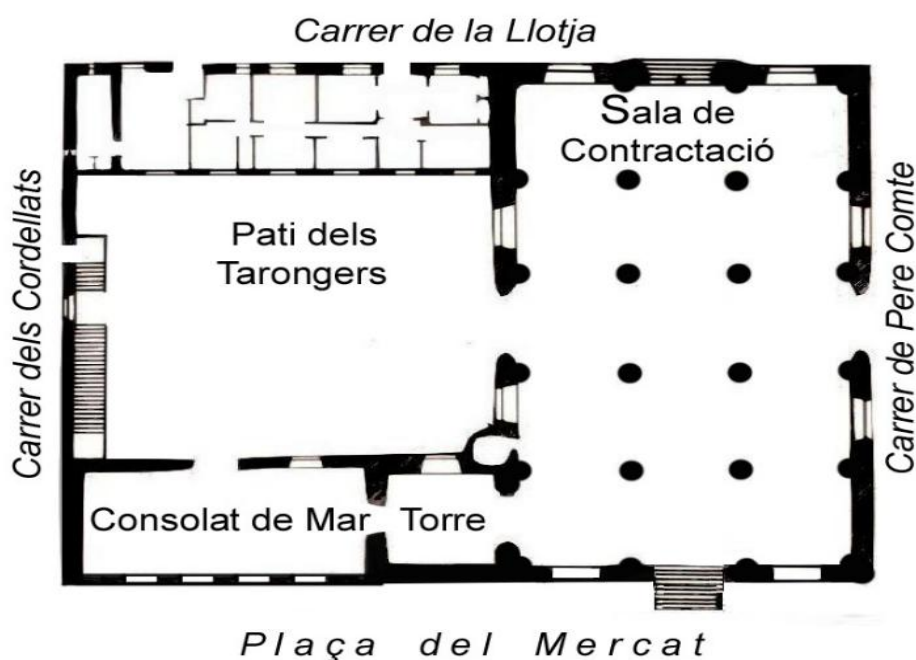
A mitjan segle XV el Consell General de la Ciutat va decidir fer una llotja més gran 'i més sumptuosa', d'acord al nivell de riquesa que tenia en aquell moment la ciutat. El Regne de València vivia en aquells moments el seu segle d'or particular, donada la seva puixança econòmica i cultural. En aquest període el comerç era la base de l'economia valenciana, i València era un focus d'intercanvi fonamental per la seva situació al Mediterrani, sent port per a Castella, i tenint relacions comercials amb Àfrica, Itàlia i França per mar.

La construcció del nou palau es va encarregar al mestre Pere Compte, "molt sabut en l'art de pedres", que havia guanyat fama per haver dirigit la construcció de l'últim tram de la Catedral de València (tot i que va morir abans de veure acabada la darrera fase, la part de l'edifici dedicada al consolat del Mar). A més de Pere Compte varen treballar en la Llotja Johan Yvarra, Johan corbera (va substituir en Pere Compte al morir), Miguel de Maganya i Domingo de Urtiaga (col·laboradors d'Ortega aquests dos últims).

La primera pedra es va col·locar el 7 de novembre de 1482 (encara que les obres començarien tres mesos després, el 1483), i la darrera va ser quinze anys després. La part destinada als mercaders (gran sala columnària i torrassa) acabava, i no va ser fins vuit anys després que començarien les

obres per a la darrera part de la Llotja. El 1506 començarien les obres per al Consulat del Mar, que s'allargarien fins al 1548.

Aquesta puixança comercial del Regne de València, i per tant de la ciutat es reflectia en l'activitat a l'edifici. En la Llotja tenien lloc totes aquestes transaccions entre els mercaders (per això el nom també de Llotja de Mercaders, encara que al final va passar a ser coneguda com la Llotja de la Seda, per la importància d'aquesta indústria fins a finals del segle XVIII) i a més a més era la seu del Tribunal del Consulat del Mar.



Imatge 1: Plànol de la Llotja de Mercaders

Les funcions de la Llotja s'expliquen en veure l'estructura de l'edifici. El conjunt es divideix en quatre parts que guarden entre si perfecta harmonia:

- La **Sala de Contractació** (o Columnari); en aquesta Sala es va instal·lar la Taula de Canvis, instituïda en 1407 pel Consell Municipal de la Ciutat que va obtenir gran prestigi per la seva solvència i volum d'operacions

bancàries (la Primera Lletra de Canvi coneguda a Espanya, es troba en l'Arxiu Municipal de València).

- La **Torrassa**, on la part baixa estava la capella i en els pisos alts la presó per als mercaders morosos en els seus pagaments.

- el **Pavelló del Consolat**, on els jutges o els còsols de comerç celebraven sessions sobre assumptes marítims i mercantils; i

- el **Jardí**, conegut com el Pati dels Tarongers. Espai reservat per a la tranquil·litat des d'on es poden observar moltes de les gàrgoles i on, segons l'escriptor Joan Fuster, se celebraven festes i cerimònies quan els reis de la dinastia dels Àustria estaven de visita.

El conjunt en si mateix permet un recorregut òptim per diferents dependències on el turista podrà enriquir-se culturalment. Cadascuna d'aquestes àrees té una història i funcions i per tant un valor que cal transmetre per a què el visitant pugui assimilar els valors culturals de tot el conjunt.

Les diverses fonts consultades figuren a la bibliografia d'aquest treball. Entre elles cal destacar els treballs de Manuel Ramírez Blanco per les seves aportacions entorn dels treballs d'anàlisi per a la conservació de la Llotja, així com la informació accessible a la web del Consolat de la Llotja de València.

Funcions

En l'actualitat la Llotja té funcions turístic-culturals i també protocol·làries. És, per exemple, la seu fixa de l'entrega dels premis Jaume I, cerimònia presidida aquest any pel rei Felip VI. Però fins a arribar a aquest moment la Llotja ha acompanyat a la ciutat de València al llarg de la seva història segons manava el moment.



Imatge 2: Gàrgola del Pati dels Tarongers

Durant els segles XVI i XVII va ser dipòsit de gra en temps d'escassetat, va ser lloc predilecte de la cort per a grans festes (com per exemple la boda de Felip III), també caserna militar en la guerra de successió espanyola (que en deixar-la les tropes va ser necessari una rehabilitació), en temps de la pesta va tenir funcions d'hospital. Finalment, en la guerra civil, va ser seu de les Corts del govern de la Segona República quan el govern republicà va haver d'establir-se a la ciutat.

En la Llotja de Mercaders de València, l'arquitectura i l'escultura, es combinen en un resultat únic en el seu gènere. Un edifici ideat per el comerç i amb el missatge principal a la sala de contractació on demana als comerciants que segueixin la llei; però, d'altra banda, els pecats i vicis de la societat es troben representats amb tot detall per tot l'exterior de l'edifici mitjançant gàrgoles, i també als capitells i a les sanefes de les portes i finestres, tant de l'exterior com de l'interior. A més a més posseeix una funció social i mercantil que no ha perdut al llarg dels segles, la qual cosa li ha conferit entrar, per dret propi, en el reduït i privilegiat llistat de béns considerats Patrimoni de la Humanitat.



Imatge 3: Detall de capitell de porta interior

2.2. Arquitectura i ornamentació.

El conjunt té una superfície aproximada de 2.000 metres quadrats, format per un rectangle. Cal destacar la magnificència de la Sala de Contractació amb una superfície de 35,60 metres quadrats x 21.39 metres quadrats i columnes amb helicoïdals amb una altura de 15,75 metres.

Impressiona la gran varietat temàtica de la seva arquitectura i escultura, amb un paper predominant de les representacions heràldiques de la ciutat de València, dotades de gran simbolisme. També conté multitud d'elements decoratius, on sobresurten les 28 gàrgoles gòtiques -recollidores de les aigües pluvials de les cobertes-, en la part alta del monument, amb una al·legoria de figures fantàstiques, monstruoses o satíriques.

Seguint amb la decoració, per totes parts (portades, finestrals, motlures, pinacles i capitells) s'amaguen també petites figures esculpides de temes religiosos i profans.

És molt coneguda la inscripció que circumda els quatre murs de la sala de contractació, que mira de recordar als comerciants els seus deures com a bons mercaders i bons cristians, de no actuar amb usura en el negoci per aconseguir la vida eterna.

2.3. Patrimoni de la Humanitat.

Un Ben declarat Patrimoni de la Humanitat és un llegat de la comunitat internacional i la seva presència en un determinat país, li exigeix a aquest país un increment d'imaginació, preocupacions i despeses per aconseguir la seva protecció i defensa.

Convenció sobre la protecció del patrimoni mundial cultural i natural (París, 1972)

La Llotja de Mercaders va ser declarada Monument Nacional el 1931 i Patrimoni de la Humanitat el 5 de desembre de 1996. El Comitè va decidir inscriure el bé proposat sobre la base de criteris culturals (i) i (iv), tenint en compte que el lloc té un valor universal perquè «és un exemple totalment excepcional d'un edifici civil d'estil gòtic tardà, que il·lustra de manera esplèndida el poder i la riquesa d'una de les grans ciutats de la Mediterrània mercantils»⁶

Els criteris **culturals** de selecció esmentats són:

- (i) representar una obra mestra del geni creatiu humà;
- (iv) ser un exemple excel·lent d'un tipus d'edifici, conjunt arquitectònic o tecnològic, o de paisatge que il·lustri una etapa significativa en la història humana;

⁶ Inscripció en la Lista de Patrimonio Mundial . Consultat el 13 / Maig / 2016, a Patrimoni Mundial Unesco, Ministeri d'Educació, Cultura i Esport: <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/patrimonio-mundial/patrimonio-mundial-unesco/propuesta-de-inscripcion.html>

«Construït entre 1482 i 1533, aquest conjunt d'edificis es va destinar des d'un principi al comerç de la seda i des de llavors ha vingut exercint funcions mercantils. Obra mestra del gòtic flamíger, la llotja i la seva grandiosa Sala de Contractació il·lustren el poder i la riquesa d'una gran ciutat mercantil mediterrània als segles XV i XVI.»

Unesco, 5 de desembre de 1996 Declaració com a Patrimoni de la Humanitat

Des de la Generalitat Valenciana s'afegeixen les declaracions d'integritat i d'autenticitat⁷, per les quals es reconeix l'òptim estat de conservació de les estructures i l'ornamentació i destacant els materials que constitueixen la seva arquitectura; així com el que ha representat i el que representa avui en dia mercès a les oportunes intervencions dutes a terme.

Deu anys després de ser declarada Patrimoni de la Humanitat, la Unesco va fer un nou informe d'idoneïtat en referència a si la Llotja podia mantenir aquesta declaració. Encara que el resultat de l'informe va ser positiu, i es destacava la conservació de l'edifici i el valor social i econòmic del mateix, val la pena parar atenció a les accions recomanades per la Unesco. Aquestes posaven el focus en la pèrdua de qualitat social de l'entorn i d'habitants a l'àrea, en l'excessiu trànsit al voltant, amb la pol·lució corresponent i la insuficient informació que es dona a la gran quantitat de visitants.⁸

Llavors, podem veure que, per a la Unesco, té rellevància que els visitants gaudeixin d'informació del bé que s'està visitant, i per tant, la gestió de la

⁷ 16 de Noviembre. Día del Patrimonio Mundial / La Lonja de La Seda de Valencia. Consultat el 13 / Maig / 2016, a Conselleria de Cultura de la Generalitat Valenciana: <http://www.cult.gva.es/dgpa/Patrimoniomundial/lonja.html>

⁸ La Lonja de la Seda'. Consultada el 15 / maig / 2016, a 'State of conservation of Worl Heritage Properties in Europe: SPAIN': <http://whc.unesco.org/archive/periodicreporting/EUR/cycle01/section2/782-summary.pdf>

comunicació global en la gestió patrimonial és un punt important i a tenir molt en compte a l'hora d'aconseguir la renovació de la declaració.

3.Exploració i diagnòstic de la comunicació global de la Llotja.

3.1. Condicions de la gestió actual de la comunicació en la Llotja.

Actualment la gestió respecte a la conservació, manteniment, posada en valor, difusió cultural i atenció de visites, li correspon a l'Ajuntament de València com a titular de l'immoble què és i amb caràcter operatiu, a la Delegació Municipal de Cultura assistida per els responsables i tècnics del Servei de Patrimoni Històric i Cultural, Secció de Museus i Oficina Tècnica de Monuments.

La gestió del patrimoni cultural té dos enfocaments possibles d'acord amb el model de Gilmore i Rentschler (2002)⁹:

- **Èmfasi en la gestió conservativa.** Posa en valor i importància els termes estètics i la conservació. De cara al visitant presenta horaris estandarditzats, limitant l'accés i fomentant l'observació passiva, amb atenció impersonal.

- **Èmfasi en la gestió marquetiniana.** Dóna rellevància al visitant, mirant de crear impacte i diferenciació, cercant un entorn amigable. Fomenta la proximitat visitant-personal, fent que els visitants participin de l'experiència amb una implicació emocional.

Seguint aquesta classificació la gestió que es realitza actualment es pot qualificar del tipus conservativa. Avui en dia la Llotja té uns horaris totalment estandarditzats (dilluns a divendres de 9,30 a 19, i diumenges i festius de 9,30 a 15, tancant quatre festius) amb diferents tarifes. Encara no hi ha visites

⁹ Gilmore, A., & RENTSCHLER, R. (2002). Changes in museum management. A custodial or marketing emphasis?. *Journal of Management Development*, 21(10), 745-760.

guiades o teatralitzades com en altres monuments de València; en definitiva la gestió marquetiniana es troba lluny, tot i que la Llotja de València permetria fer de la seva visita una experiència donada la seva bellesa i història, implicant emocionalment els visitants.

«L'experiència del visitant de la Llotja»

Amb aquesta informació prèvia l'autor d'aquest treball ha fet una visita amb una actitud d'observador atent i crític a la Llotja dels Mercaders. L'objectiu de la visita ha estat fer una anàlisi de la gestió patrimonial d'aquest bé cultural, mirant de fer un diagnòstic de la seva realitat com a tal a partir de les següents variables d'estudi: els serveis de suport i els dispositius de mediació.

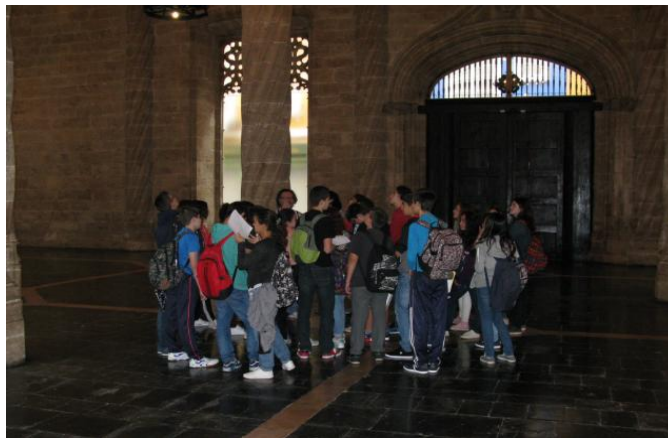
Aquesta anàlisi es divideix doncs d'una banda amb les anàlisis dels **serveis de suport**; on cal analitzar si els diferents serveis de suport afavoreixen una visita òptima del bé cultural, donen informació, orientació, espais de descans, ...; i dels **dispositius de mediació**; entenent-los com aquells que afavoreixen que el producte patrimonial compleixi la seva tasca cultural. Finalment, un cop les anàlisis s'han dut a terme cal enunciar el diagnòstic obtingut con resultat d'aquestes.

3.2. Anàlisi dels serveis de suport.

En aquesta secció analitzem si els diferents serveis de suport afavoreixen una visita òptima del bé cultural, és necessari esmentar primer de tot, que la Llotja de la Seda de València, com a bé cultural, es troba a cavall entre l'actitud paranoica i la utilitarista. Aquestes són les dues actituds definides per Garcia

Canclini¹⁰, per enfrontar-se a la relació patrimoni-turisme. La primera és una visió tradicional i immobiliària que entén de manera totalment negativa la relació entre patrimoni i turisme, mentre que la utilitarista és més moderna, valora els aspectes positius d'aquesta relació i la considera com una oportunitat per a difondre i conservar el patrimoni.

Les diferents visites han fet possible arribar a aquesta valoració. En totes hi havia diversos grups de visitants; turistes i escolars. No obstant això, en un dels grups escolars un professor estava fent una extensa exposició de la Llotja, en un altre, els acompanyava un guia disfressat (d'una empresa externa), que feia una versió teatralitzada; i també es donava el cas de grups acompanyats per guies d'empreses privades, que també feien una bona exposició¹¹. Podem, doncs, dir que el patrimoni està tenint difusió, i per tant generant també certa riquesa.



Imatge 4: Grup d'estudiants a la Sala de Contractació

Per el que fa estrictament els **Serveis de suport** i la seva relació amb una experiència acollidora per al visitant, la Llotja compleix amb els requisits

¹⁰ García Canclini, N. (2006). Paranoicos versus utilitaristas. Nexus. Fundació Caixa Catalunya. Revista Semestral De Cultura, (35), 5-6

¹¹ Libertours. ¿Qué visitamos? Consultat el 13 / Maig / 2016, a Visitas guiadas por Valencia: <http://www.libertours.com/-que-visitamos-.html>

mínims. Si seguim el camí que faria un visitant i comencem per la porta principal (antiga entrada per a visitants) trobem una indicació gran de la porta d'accés.



Imatge 5: Cartell indicador de l'entrada a la façana

Aquest canvi s'ha fet per tal d'habilitar una recepció, amb sala de descans, així com per tal d'instal·lar accés per a minusvàlids. Aquesta recepció dóna al jardí interior de la Llotja, el Pati dels Tarongers, on el visitant pot començar la visita de manera tranquil·la i on pot seure i admirar les façanes interiors i els detalls de les portes, així com les gàrgoles.



Imatge 6: Turistes al Pati dels Tarongers

No obstant això, es troben a faltar indicacions per poder-se orientar per dins de tot el conjunt arquitectònic, més enllà del plànol senzill inclòs en el tríptic de 10x10,5 cm. També hi ha manca de personal d'informació, atès que de les quatre persones que es troben a la recepció dos pertanyen a l'empresa que gestiona les audioguies i les dues persones que pertanyen a l'Ajuntament de València (empresa responsable de la gestió) es dediquen bàsicament a la venda de tiquets d'entrada i no es mouen de la recepció de l'edifici.

En el que fa als serveis generals, hi ha serveis de bany i res més. No hi ha guarda-roba, ni màquines de cafè o refrescos a la recepció, ni personal d'informació, ni cartells, ni indicacions enlloc de l'edifici, com ja s'ha esmentat abans. De fet, l'antiga capella és la part baixa de la torre, però sense decoració que faci pensar que aquesta sala de 4x4m fos precisament una capella. O també accedir al soterrani és una sorpresa, perquè la porta d'accés es troba sota de les escales del jardí que puguen a la sala del Consolat del Mar, i un cop en el soterrani, buit, vaig poder observar com la gent entrava i sortia com si s'hagués perdut.

En general, els serveis de suport són mínims, i l'experiència com a visitant deficient.

3.3. Anàlisi dels dispositius de mediació.

Amb dispositius de mediació entenem aquells que afavoreixen que el producte patrimonial compleixi la seva tasca cultural. Després de les visites realitzades a l'edifici s'enumeren a continuació les diferents seccions per a dispositius de mediació amb la corresponent avaluació:

- Material imprès.

Hi ha mitja dotzena de llibres a la venda en l'aparador de venda de tiquets i d'altra banda un petit tríptic, amb un petit text i plànol de la Llotja.

El tríptic gratuït es pot agafar en el moment de comprar el tiquet d'entrada. És un tríptic amb molt poca informació que explica breument la història de la Llotja en tres idiomes i dos paràgrafs, sent aquest text un extracte de la informació què es pot trobar a la web oficial. Per el que fa a imatges el document conté quatre fotografies de mida petita corresponents a diferents seccions de la Llotja, un mapa de situació i un plànol/esquema del recinte, accessible també a la web¹². El tríptic complet es pot consultar a l'annex I.

Resultat: Sí que hi ha, però insuficient.

- Audioguies.

Proporcionats per l'empresa externa 'Flexiguías', resultat d'una adjudicació llençada el 2013¹³. En el cas què un visitant desitgi fer ús de l'audioguia haurà de fer front a un cost addicional a l'entrada de 3€ (en el cas de llogar un parell el cost és de 5€).

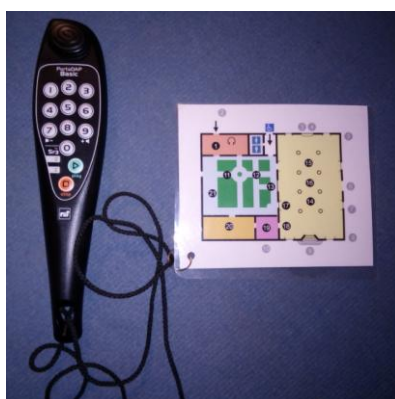
¹² Ajuntament de València. La Llotja. Consultat el 13 / Maig / 2016, a Museos, monumentos y más cultura en Valencia: <http://www.museosymonumentosvalencia.com/va/monuments/lloija/>

¹³ Disponible a l'annex III



Imatge 7: Àrea de lloguer d'audioguies

El model del dispositiu es pot observar en la següent imatge:



Imatge 8: Model d'audioguia a la Llotja

És el model més senzill que oferta la companyia¹⁴, i conté dinou explicacions relacionades amb diferents punts tant de l'interior com de l'exterior de la Llotja en diferents idiomes (castellà, valencià, anglès, rus, italià, ...). Aquestes narracions d'al voltant de tres o quatre minuts cadascuna, abasten tant temàtica d'estructures com històriques o anecdòtiques.

Resultat: Si que hi ha, però de pagament.

- APPs i informació multimèdia.

¹⁴ Tecnologia/Audioguías. Consultat el 15 / Maig / 2016, a Flexiguías: <http://www.flexiguia.com/tecnologia/>

El 2012 la premsa local va criticar el fet que un producte patrimonial, Patrimoni de la Humanitat com aquest, es trobés fora del món de les telecomunicacions¹⁵ i va ser quan l'Ajuntament va treure un plec per a la contractació d'un servei d'audioguies i de desenvolupament d'una app per iOS i Android. El sistema d'audioguies va ser escollit per els responsables de la gestió de la Llotja, però no la pàgina web i l'aplicació per a dispositius mòbils, que contenen informació del conjunt de monuments de la ciutat.



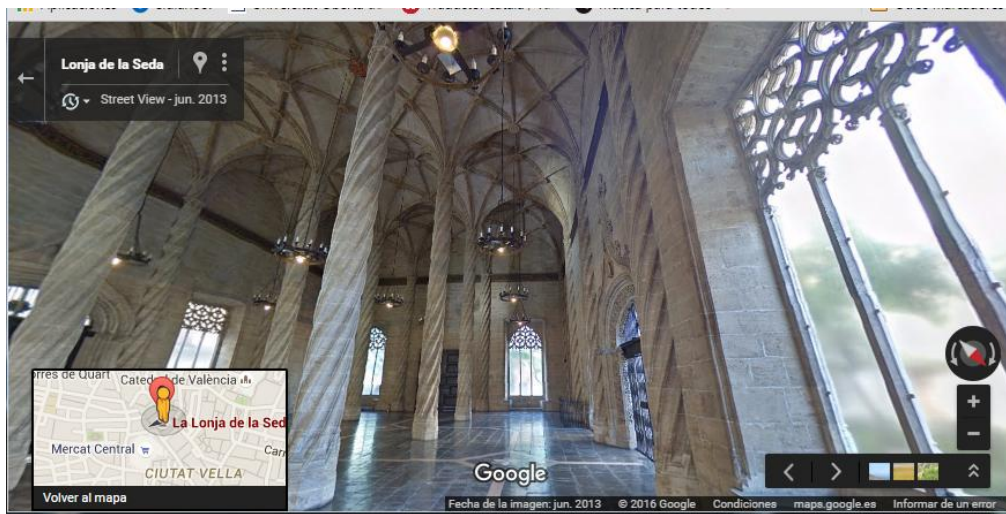
Imatge 9: Captures de pantalla de l'aplicació mòbil

L'app per a dispositius mòbils és molt senzilla. Té el mateix text que el tríptic, que no arriba a ser de la grandària d'una fulla impresa, i no és navegable ni aporta més informació (només telèfon, tarifes, horaris, però no el plànol). En definitiva una aplicació limitada a reflectir en format digital la informació que ja es pot llegir en el tríptic, i per tant, que sembla desenvolupada només per complir el tràmit:

¹⁵ Burguera, D. La Lonja se desentiende de internet. Publicat el 16 / octubre / 2012 , consultat el 14 / maig / 2016 a Las Provincias: <http://www.lasprovincias.es/20121016/mas-actualidad/cultura/lonja-internet-audioguias-folletos-201210162010.html>

Pel que fa la **pàgina web** oficial, continua amb la línia de poca informació, i a més a més està mal dissenyada quant a posicionament. Aquest fet provoca que segons com sigui la recerca no aparegui ni tan sols en la primera pàgina de resultats del cercador. La informació que proveeix és, a banda de dotze línies resumint història i estructura, la corresponent a: tarifes, plànol, com arribar i els horaris.

Un exemple de les possibilitats multimèdia què es podrien oferir des d'una pàgina web seria un simple enllaç incrustat a Google Maps, que permet fer una visita virtual tant a l'exterior com a l'interior de la Llotja (en el punt 5 del treball hi ha un altre exemple):



Imatge 10: Captura de Google Maps

Resultat: Sí que hi ha, però amb contingut escàs. Existeixen webs turístiques privades o personals amb més informació.

- Textos de sala.

No existeixen i el visitant perd molt de la visita per aquesta raó. La carència d'aquests és, potser, el que més pot cridar l'atenció. Aquests textos guien al visitant per l'edifici i l'ajuden a comprendre millor la visita. Sobretot m'ha decebut al punt de no identificar les diferents estances per on es mou el visitant, i també perquè podrien aportar dades curioses, sobretot en un edifici on hi ha tanta iconografia burlesca, grossera, que pot permetre activar la curiositat del visitant.

Resultat: Inexistents.

- Guies.

No hi ha possibilitat de fer una visita guiada per personal propi de la Llotja o de l'Ajuntament. Els únics que es poden trobar per les dependències de la Llotja pertanyen a empreses privades de turisme. Fins a tres diferents i simultanis es podien observar en la darrera visita feta. Un d'aquests tres, per als més petits, feia la visita teatralitzada, però tal com ha quedat reflectit, tots contractats via serveis independents de la Llotja.



Imatge 11: Les visites teatralitzades comencen per l'exterior de l'edifici.

Resultat: Inexistents.

- Elements fixos multimèdia.

A la sala del Tribunal de Comerç es projecta en un dels murs un vídeo de deu minuts des d'un projector amb la narració de la construcció de l'edifici en les seves diferents fases i ampliacions, amb determinats detalls de diverses estructures. No obstant això, no esmenta les diferents funcions que la Llotja ha tingut al llarg de la seva història (com ja s'han enumerat en el punt 3.1 d'aquesta dissertació)



Imatge 12: Visionat del vídeo

Les condicions de visualització no són les més adients, atès que es projecta al mig de la Sala del Consulat, amb la porta al jardí oberta al costat, i la gent passant per el costat, qüestió que provoca que l'audició tampoc siga de gran qualitat.

Resultat: Sí que hi ha. Paga la pena esmentar que la proporció de visitants que decideixen seure aquesta estona per mirar un vídeo és molt baixa.

Finalment es pot presentar tota la informació anterior en quadre resum:

SI	Material imprès. Llibres a la venda i d'altra banda un petit tríptic, amb <u>escassa informació</u> i plànol de la Llotja	NO	Textos de sala. No existeixen i el visitant perd molt de la visita per aquesta raó.
SI	Audioguies. Pertanyen a una empresa externa. Cost addicional a l'entrada de 3€.	NO	Guies. No hi ha possibilitat de fer una visita guiada, amb personal propi del producte (hi ha però d'empreses externes).
SI	APPs i informació multimèdia. L'empresa responsable de les audioguies també s'encarrega de la pàgina web i de l'app. Conté molt <u>poca informació</u> .	SI	Elements fixos multimèdia. A la sala del Tribunal de Comerç projecta en un dels murs un vídeo des d'un projector amb la història de l'edifici.

Es pot confirmar que no existeix en cap moment de la visita una transmissió cultural (llevat de portar audioguies), i per tant molt menys una història amb fil argumental que desperti l'interés en el visitant no especialitzat. La Llotja de València té una història molt curiosa per el que fa a les funcions que ha tingut al llarg de la seva història, i de la ciutat de València, i per tant, és un edifici que ha estat al costat de la ciutadania quan ha fet falta (magatzem o hospital, a més de les funcions per les quals es va erigir, o les de protocol). Aquest vessant, que podria haver-se explotat de forma molt atractiva per al visitant, romandrà amagada de moment i per tant, la difusió cultural no és completa.

Tot això, deixa prou clar que no ajuda gens ni mica a la difusió cultural, tan rica per altra banda, de la Llotja de la Seda.

3.4. Diagnòstic del producte patrimonial.

L'avaluació del producte patrimonial i de la seva gestió comunicativa, persegueix l'objectiu de donar resposta a les següents preguntes claus:

- Hi ha una experiència acollidora per al visitant?
- El producte patrimonial compleix la seva tasca cultural?
- Hi ha una transmissió i difusió cultural en la visita?
- Les noves tecnologies donen suporten el producte?

Una manera sintètica de presentar aquest diagnòstic és amb la següent taula¹⁶, resultat de les anàlisis anteriors:

<p>Puntuació dels Serveis de suport (0..5)</p>	<p>3</p>
	<p>Suficient, però per mínims. Es valora que avui en dia tingui sala de recepció, o accessos per discapacitats (tot prou recent) però la carència de servei d'informació, o d'indicacions dintre del recinte penalitza molt, així com la total absència de personal en qualsevol de les dependències.</p>
<p>Puntuació dels</p>	<p>2</p>

¹⁶ Les puntuacions considerades són del 0 al 5, considerant el 5 com a "molt satisfactòri", i el 0 com a molt deficient o inexistent. El grau de satisfacció ve donat per el propi criteri de l'avaluador.

<p>Dispositius de mediació (0..5)</p>	<p>Tot i haver tingut un toc d'atenció per part de la UNESCO i de la premsa, no es pot considerar aprovada aquesta part del producte patrimonial. Cal que es compleixin uns mínims per a la difusió cultural, i en aquest cas aquests mínims passen per forçar per la paciència del visitant si vol veure un vídeo o gastar-se diners en el lloguer d'una audioguia.</p>
<p>PUNTUACIÓ GLOBAL (0..5)</p>	<p>2</p>

La puntuació global es queda en un 2, perquè un bé patrimonial, Patrimoni de la Humanitat no es pot quedar amb uns dispositius de mediació tan deficients, i per tant el pes de la puntuació d'aquests és molt gran.

Cal recordar que la UNESCO no atorga la condició de Patrimoni per sempre. Existeix una revisió periòdica per tal de confirmar que es compleixen certes condicions, i en el cas de la Llotja de Mercaders de València, fa pocs anys va estar a punt de perdre aquesta condició. L'Ajuntament va encarregar a la Universitat Politècnica de València un estudi complet i exhaustiu del monument per tal d'establir les mesures necessàries per a una millor conservació (2008).

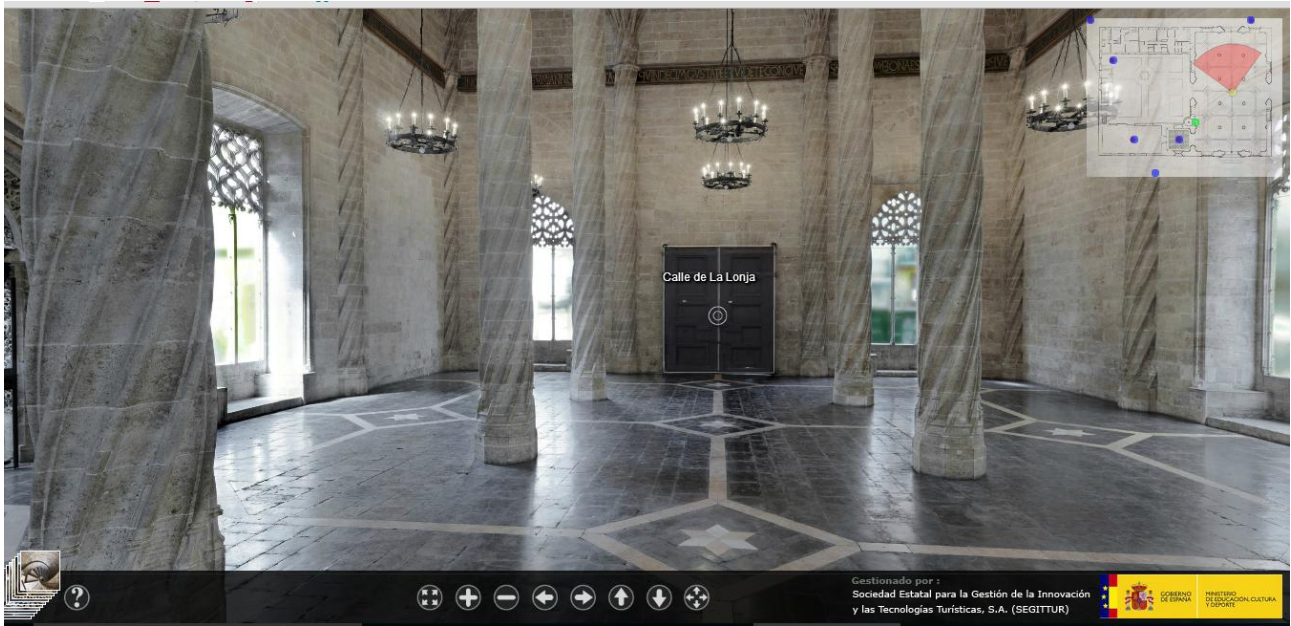
4. Comunicació del Patrimoni: exemples.

En aquesta secció i de manera molt breu, es mostren exemples de diferents dispositius de mediació existents actualment en altres Patrimonis de la Humanitat a Espanya:

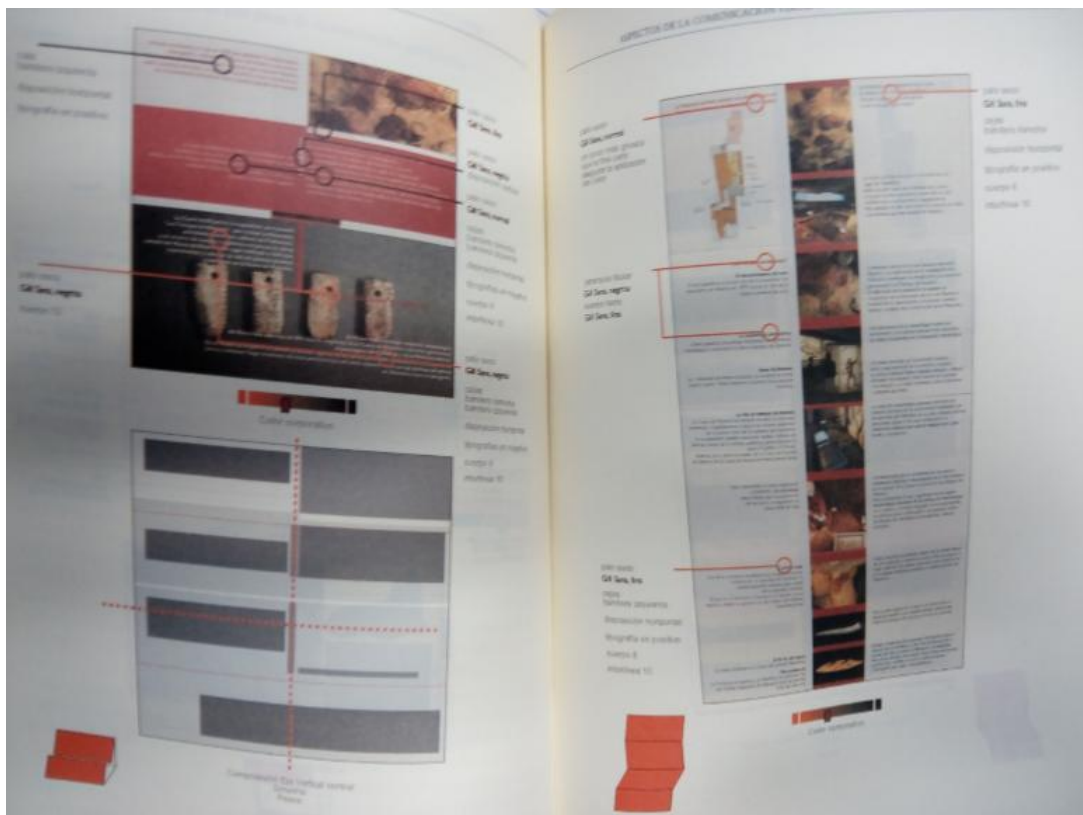
- **Pàgina Web de l'Alhambra i el Generalife.** En aquest cas ens trobem amb una web plena d'informació, amb un exemple a la imatge següent de la secció d'educació que inclou material didàctic:



- **Recorregut virtual de la Llotja de València (pàgina del Ministeri de Cultura, no l'oficial de la Llotja).** En aquest cas, és interessant com la web del Ministeri de Cultura d'Espanya té seccions molt més interessants, com és el cas d'aquest recorregut virtual que permet quasi sentir-se com un visitant de la Llotja de Mercaders, mentre que la web oficial no té quasi contingut:



- **Tríptico de les coves d'Altamira.** Document gratuït però molt didàctic incloent recorregut artístic i històric de les coves:



5. Conclusions

La investigació realitzada ens permet afirmar que les eines que suporten la comunicació de la Llotja no són prou sòlides com per a potenciar el seu valor cultural. L'autor d'aquest treball considera que un millor aprofitament dels dispositius de mediació existents, i un ús més gran dels que no s'estan utilitzant tindria un impacte positiu en l'experiència de la visita, repercutint per tant en la millora de captació de visitants.

Però abans d'entrar en més detall en les conclusions cal remarcar que el concepte de difusió cultural és fonamental per a la gestió de la comunicació global de la Llotja i per tant la detecció de problemes comunicatius és un primer pas en aquesta anàlisi. El principal problema comunicatiu detectat en la comunicació exercida per els gestors de la Llotja de València és **d'imatge**. Resultat d'aquest fet veiem que les visites habituals al bé cultural són turistes estrangers que segueixen el típic passeig per el centre o visites escolars, mentre que els ciutadans de la ciutat o la província acudeixen de tant en tant, però no són coneixedors de la història de l'edifici i la relació amb la ciutat de València, i fins i tot, n'hi ha que no saben que es troben dins d'un Patrimoni de la Humanitat. Cal aconseguir una imatge més entretinguda, didàctica i accessible i que no es quedi en visitar un element arquitectònic i res més.

Tenint sempre present que existeix una forta dependència amb els pressupostos municipals, això no lleva que es podria fer tant amb poc esforç, com per exemple:

- Un parell de **visites guiades** diàries (una en castellà o valencià i una altra en anglès). El volum de visitants avui en dia és molt gran i ho justificaria.
- Incorporar **cartells** indicadors i orientadors de les diferents parts de la Llotja, i si tinguessin textos explicatius o **panels** informatius des del punt de vista tant arquitectònic i artístic com històric, millor difusió.
- Desenvolupament d'una **web** pròpia de la Llotja, amb més i millor contingut i que per tant sigui una referència per a qualsevol visitant, actual o futur. De la mà d'aquesta web hauria d'haver-hi l'**aplicació** per a dispositius mòbils corresponent, encara que de sortida hi hauria prou amb una versió per a mòbil de la nova web. El valor afegit passaria per una adequació dels continguts digitals a la pàgina web i amb un aprofitament de la potència que permeten les noves tecnologies (ben dissenyada i amb elements multimèdia que puguin il·lustrar els diferents moments de la història a la Llotja, per exemple) i a l'app mòbil, on el visitant pogués aprofundir en detalls arquitectònics, socials, culturals.
- Millorar **tríptic** actual amb més contingut.

En arribar a aquest punt de les conclusions, cal també fer referència a si es fa un ús apropiat dels elements dels que es poden disposar en l'actualitat (publicitat, gràfica, relacions públiques, noves tecnologies, ...) per tal d'arribar a la plena democratització de l'accés al nostre patrimoni cultural. El resultat és evident, i és que no s'està donant aquesta situació. Potser és degut als actuals temps de crisi que han coincidit tot just amb la posada en marxa dels nous sistemes d'audioguies, d'inauguració de la nova web i aplicació de mòbil; però la realitat és la que és, i no hi ha hagut cap campanya publicitària, ni de relacions públiques, més enllà de notícies en els diaris referents a les

diferències polítiques entre govern local i oposició en referència a l'adequació de l'entorn de la Llotja a les condicions suggerides per la Unesco.

Si parem atenció als comentaris de la secció comparativa amb altres patrimonis culturals, la resposta és ràpida a l'hora de decidir si es poden dur a terme més accions que millorin aquesta transmissió cultural tan necessària en un patrimoni tan valuós i important com és la Llotja de València.

En la fase final de la investigació per aquesta dissertació ha estat possible establir una conversa entre l'autor de la mateixa i Rafela Soriano¹⁷, tècnica responsable de la Llotja de València. Aquesta conversa però, no es podia considerar 'oficial' segons les pròpies paraules de la Sra. Soriano. En el contacte mantingut, defenia les audioguies com un bon dispositiu de mediació (encara que segons les dades proveïdes per l'empresa proveïdora es troba al voltant del 10% dels visitants els que lloguen el servei) i per tant descartava una aplicació per a mòbil que pogués servir de guia de l'edifici. Però també reconeixia que s'estava estudiant dur a terme el desenvolupament d'una pàgina web específica de la Llotja, independent de la resta de monuments, així com una millora del tríptic que es distribueix als visitants de forma gratuïta.

El fet que des de l'equip gestor de la Llotja ja reconeguin un parell de mancances (no tenir web dedicada i tríptic necessitat de millora) en la comunicació exercida, junt amb la resta d'informació en aquest treball em porta a concloure que encara queda camí per arribar a potenciar el valor cultural de la Llotja de Mercaders de València i que, per tant, l'experiència del visitant es troba lluny de la que hauria de ser.

¹⁷ Conversa mantinguda el 14 de juny de 2016 amb Rafaela Soriano, tècnica responsable de la Llotja de Mercaders de València.

6. Bibliografia

- MATEOS RUSILLO, S. (2008). *La Comunicación global del patrimonio cultural*. Ed. UOC.
- CARRERAS MONFORT, C. (2005). *Patrimonio cultural y tecnologías de la información y la comunicación : a la búsqueda de nuevas fronteras*. Ayuntamiento de Cartagena, Concejalía de Cultura : 3000 Informática.
- CALAF MASACHS, R i FONTAL MERILLAS, O. (2004) *Comunicación educativa del patrimonio : referentes, modelos y ejemplos*. Ediciones Trea.
- RAMIREZ BLANCO, M. (2013). *La Lonja de Valencia y su conjunto monumental, origen y desarrollo constructivo*. Universitat Politècnica de València.
- MARTINEZ VALENZUELA, M. (2012). *El Alfarje de la antigua Casa de la Ciudad*. Ed. Centro de Estrategias y Desarrollo de Valencia / Ayuntamiento de Valencia.
- JIMÉNEZ FAYOS, J. (1952). *La Lonja de los Mercaderes*. Treball publicat en la revista ESTO VIR.
- GILMORE, A. I RENTSCHLER, R. (2002) *Changes in museum management. A custodial or marketing emphasis?*. Journal of Management Development (vol. 21, núm. 10, pàg. 745-760).

On-line

- «Museos, monumentos y más cultura en Valencia». Pàgina web oficial.
<http://www.museosymonumentosvalencia.com/va/monuments/llojta/>
- «Llotja de la seda». Wikipedia [article on-line]

https://ca.wikipedia.org/wiki/Llotja_de_la_Seda

- «La Lonja de la Seda de Valencia». Web de la UNESCO [article on-line]

<http://whc.unesco.org/en/list/782>

- «Lonja de la Seda». València City Guide [article on-line]

<http://www.valencia-cityguide.com/es/atracciones-turisticas/monumentos/lonja-de-la-seda.html>

- «La lonja de los Mercaderes». Giménez Fayos, J.M. Revista EstoVir. Consulado de la Lonja de Valencia [article on-line]

http://213.229.136.60/lonja/recursos/servicios/lonja_mercaderes.pdf

- «La Lonja de los Mercaderes». J. Diez Arnal [article on-line]

<http://www.jdiezarnal.com/valencialonja.html>

- "Bienes declarados Patrimonio Mundial. La Lonja de la Seda de Valencia". Ministeri d'Educació, Cultura i Esport [article on-line]

<http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/mc/patrimoniomundial/bienes-declarados/por-ano-de-inscripcion/lonjavalencia.html>

- "La Lonja de la Seda de Valencia. 16 de Noviembre, Día del Patrimonio Mundial". Conselleria d'Educació, Investigació, Cultura i Esport [article on-line]

<http://www.cult.gva.es/dgpa/Patrimoniomundial/lonja.html>

- "Lonja de la Seda". Españaescultura.es. Portal de promoción de la cultura de España. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

[http://viewer.spainisculture.com/hdimages/Visita%20Lonja/tour.html?lang=es&_utma=1.156714578.1464815441.1464815441.1464815441.1&_utmb=1.1.10.1464815441&_utmc=1&_utmz=1.1464815441.1.1.utmcsr=google|utmccn=\(organic\)|utmcmd=organic|utmctr=\(not%2](http://viewer.spainisculture.com/hdimages/Visita%20Lonja/tour.html?lang=es&_utma=1.156714578.1464815441.1464815441.1464815441.1&_utmb=1.1.10.1464815441&_utmc=1&_utmz=1.1464815441.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=(not%2)

Annex I – Tríptic de la Llotja de Mercaders

El tríptic que és mostra a continuació és un document gratuït que s’entrega al visitant junt amb l’entrada d’un tamany de 10x10, amb poca informació i esquema amb les diferents dependències de l’edifici, però carent d’explicacions:



Text:

«Considerado como el más emblemático de los edificios del gótico civil valenciano, la Lonja comenzó a construirse por iniciativa del Consell General de la Ciutat en 1483, siendo sus principales artífices Pere Compte y Joan Ibarra.

El edificio consta de tres cuerpos, Sala de Contratación dedicada a las transacciones mercantiles y en la se instaló la “Taula de Canvis” banco municipal creado en 1407, el Torreón, con tres plantas comunicadas por una escalera de caracol, y el Pabellón del Consulado del Mar, ya de estilo

Annex III – Pliego de prescripciones técnicas que ha de regir en la contratación del servicio de visitas con audio-guías y app de los monumentos dependientes de la Delegación de Cultura (Servicio de Patrimonio Histórico y Cultural)



AJUNTAMENT DE VALÈNCIA

SERVICIO DE PATRIMONIO HISTÓRICO Y CULTURAL PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HA DE REGIR EN LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE VISITAS CON AUDIO-GUÍAS Y APP DE LOS MONUMENTOS DEPENDIENTES DE LA DELEGACIÓN DE CULTURA.

La Concejalía de Cultura del Ayuntamiento de Valencia desea ofrecer a libre licitación la contratación de un sistema automático de visitas guiadas a los monumentos municipales.

1.- Centros sujetos al presente pliego

Están incluidos en el presente contrato los siguientes Monumentos: Lonja de los Mercaderes, Torres de Serranos, Torres de Quart, Almodín y Atarazanas.

2.- Objeto del contrato

El presente contrato tiene por objeto:

A) La producción de una APP de visitas guiadas para smartphone con sistema operativo iOS y Android, en todos los Monumentos que tiene a su cargo la Concejalía de Cultura y que se han especificado en el apartado anterior.

B) Suministro, además, de un servicio de auto-visita mediante alquiler de dispositivo físico (audio-guías/video-guía, tabletas, etc.) para la Lonja, que comprenda la visita guiada y cualquier otro recurso que los licitadores consideren adecuado a su propuesta con objeto de ofrecerlo, en régimen de alquiler, a sus visitantes.

En todas las propuestas, el adjudicatario deberá aportar un servicio de calidad fundamentado en la tecnología de sus equipos, cuya gestión y producción respondan a los altos estándares de calidad propios de los Monumentos.

3. Contenidos de la APP y de las audio-guías de la Lonja

El adjudicatario del servicio redactará los textos de la producción, e indicará los recorridos posibles que servirán para explicar debidamente el Monumento. En todo caso deberá contener una explicación sobre el edificio tanto de su interior como del exterior, su contextualización histórica y urbana, sus usos, así como información puntual y complementaria sobre elementos arquitectónicos, históricos o artísticos de interés.

El adjudicatario financiará y será totalmente responsable de la producción de las grabaciones, usando textos basados en la información que, a su requerimiento, le sea proporcionada por el personal Técnico del Servicio de Patrimonio Histórico, quien tendrá la prerrogativa de dar la aprobación definitiva, y previa a la puesta en funcionamiento del servicio, del contenido total de dichas grabaciones, textos, traducciones, música y efectos sonoros que se incluyan en las mismas.

La duración total del contenido informativo de las visitas con APP será de, como mínimo, 15 minutos y las efectuadas con audio-guías, de 30 minutos también como mínimo, y existirán versiones, traducidas por el adjudicatario y revisadas por el Servicio de Patrimonio Histórico, en, al menos, los siguientes idiomas: castellano, valenciano, inglés, francés, alemán e italiano.

4. Propiedad intelectual e industrial

Los derechos de propiedad intelectual sobre los textos y traducciones, y los derechos de propiedad intelectual e industrial sobre las grabaciones de audio, serán de titularidad del Ayuntamiento de Valencia.

Los derechos de propiedad intelectual e industrial sobre los sistemas de reproducción empleados, serán de titularidad del adjudicatario.

5. Características técnicas y número de las unidades portátiles.

a) El adjudicatario se obliga a proporcionar el número de equipos necesarios para atender la demanda de prestación del servicio de audio-guía, en cualquier momento y sin ningún tipo de demora en la entrega de aquéllos a los usuarios.

Los equipos de audio-guías individuales deberán cumplir rigurosamente la normativa europea sobre seguridad para los usuarios y haber sido objeto de la oportuna homologación, y deberán reunir, como mínimo, las siguientes características técnicas:

1. En los equipos individuales de utilización directa al oído, si los hubiera, se adoptarán las medidas de higiene oportunas.
2. Los equipos deberán presentar un diseño exterior que disponga al menos de las siguientes características:
 - a. Ergonómico, ligero y que facilite el manejo para todos los tipos de público (niños, adultos, mayores, etc.).
 - b. Realizado con materiales resistentes a la humedad, golpes o caídas.
 - c. Que permita su utilización a ambidiestros.
 - d. Con botones dotados con los caracteres universales, adaptados al braille y fáciles de leer.
3. Los equipos deberán disponer, al menos, de volumen seleccionable.
4. Los equipos deberán permitir la sincronización multilingüe con los audiovisuales, caso de existir.
5. Sonido estéreo digital de alta calidad.
6. Capacidad de memoria suficiente para contener todas las grabaciones, en cualquiera de los idiomas exigidos.
7. Posibilitar un recorrido lineal o libertad de selección de diferentes recorridos por el Monumento.
8. Autonomía de batería suficiente para el recorrido.
9. Sistema antirrobo imposible de manipular por el usuario.
10. Sistema de sujeción y transporte por el usuario.
11. Si las unidades necesitasen estación de carga, ésta deberá cumplir con los siguientes requisitos:
 - a. Ocupar un espacio reducido.
 - b. Facilidad de colocar y retirar las unidades portátiles.
 - c. Funciones: recarga de baterías, carga de contenidos, reseteado múltiple, actualización de software, extracción estadísticas, extracción de sondeos.

6.- Mantenimiento y limpieza.

- a.- El coste del mantenimiento de la aplicación, si lo hubiera, correrá a cargo del adjudicatario, así como la disponibilidad de sistemas que posibiliten su descarga o disponibilidad inmediata en todos los monumentos, etc.

b.- En el caso de los dispositivos físicos, el adjudicatario vendrá obligado al mantenimiento de los equipos para su correcto funcionamiento en todo momento, garantizando la reposición inmediata de cualquier equipo que presente alguna anomalía.

Asimismo, será responsable de la limpieza, por cada uso y para cada uno de los usuarios, de los equipos y componentes de los sistemas.

El Servicio de Patrimonio Histórico no será responsable de ningún robo o desaparición de sistemas, equipos y demás elementos. El adjudicatario podrá instalar los pertinentes dispositivos antirrobo, en los lugares que determine, en su caso, el Monumento.

El Servicio de Patrimonio Histórico cederá un espacio en la conserjería de la Lonja para la entrega, recogida, almacenamiento y carga de los equipos dotándolo de las tomas de electricidad adecuadas.

El Servicio de Patrimonio Histórico se reserva la potestad de variar la situación y características de los espacios cedidos, en función de la organización del Monumento y otras causas derivadas de las necesidades del servicio.

7.- Ejecución de audio-guías

El adjudicatario dispondrá de un plazo de tres meses para la producción y puesta en servicio de las audio-guías de la Lonja y de seis para el resto de servicios incluidos en su propuesta.

Será causa de resolución del contrato la incapacidad manifiesta del adjudicatario para la confección, edición y gestión de las audio-guías y demás servicios incluidos en su oferta en tiempo y manera.

8.- Gestión de reservas

El adjudicatario dispondrá, a su cargo, de un teléfono de información atendido por personal propio, al menos de 9 a 18 horas, de lunes a viernes.

El adjudicatario se encargará de realizar las reservas de audio-guías de acuerdo a un protocolo estandarizado. Antes de efectuar la reserva, el contratista consultará la agenda de la Lonja para evitar coincidencias con actos programados que imposibiliten la visita al Monumento.

9- Exclusividad

El adjudicatario gozará de exclusividad para el alquiler de audio-guías en la Lonja. Asimismo, podrá desarrollar cuantas aplicaciones tecnológicas estime oportuno, previa propuesta y aprobación por el Servicio de Patrimonio Histórico, para su utilización en los Monumentos objeto del presente contrato. Las aplicaciones desarrolladas por el adjudicatario para los diferentes Monumentos, una vez aprobadas por el Servicio de Patrimonio Histórico y durante el periodo de vigencia del contrato, tendrán carácter oficial, pudiendo hacer uso de los logos oficiales del Ayuntamiento y, en su caso, del respectivo Monumento.

10.- Tarifa por la visita a los Monumentos Municipales

Los visitantes de los Monumentos abonarán el precio establecido en la Ordenanza Reguladora de Precios Públicos por la Visita a los Museos y Monumentos Municipales.

El personal de recepción de los monumentos informará debidamente a los usuarios de la posibilidad de contratar el alquiler de audio-guías de la Lonja y de descargar la APP para efectuar la visita guiada a los Monumentos, con indicación del coste de estos servicios.

11.- Horario del servicio

El horario de prestación del servicio coincidirá, en todo momento, con el horario oficial de apertura del Monumento, a lo largo del contrato. El Servicio de Patrimonio Histórico podrá requerir, con carácter excepcional, la prestación del servicio para ciertos actos fuera de dicho horario, quedando obligado el adjudicatario a su prestación sin derecho a compensación alguna.

12.- Prestación gratuita de audio-guías a favor del Ayuntamiento

El adjudicatario se obliga a poner a disposición del Servicio de Patrimonio Histórico un cupo anual de descargas o alquileres gratuitos de audio-guías, con destino a su uso protocolario.

Los licitadores cuantificarán esta oferta como parte de su proposición, la cual será tomada en cuenta en la baremación de las propuestas.

13.- Actividades generadas por el Ayuntamiento de Valencia

El Ayuntamiento de Valencia podrá promover por su cuenta o a través de terceros actividades y eventos en los Monumentos Municipales al margen de la empresa adjudicataria, pudiendo quedar temporalmente

limitado o suspendido el desarrollo de la actividad del adjudicatario. En todo caso, se informará debidamente y con el tiempo necesario al contratista de tales circunstancias.

14.- Difusión del Servicio de Audio-guías

La empresa adjudicataria podrá realizar, a su cargo, la publicidad que desee sobre el sistema de audio-guías implantado, previa supervisión y autorización del Servicio de Patrimonio Histórico.

15.- Bienes que se ceden al contratista

El servicio de alquiler de audio-guías en soporte físico se prestará en un espacio habilitado en o junto a la Conserjería de la Lonja. No obstante, el Servicio de Patrimonio Histórico se reserva la facultad de poder cambiar a lo largo del contrato, tanto su ubicación como su número. Este espacio estará atendido, como mínimo, por una persona de la empresa adjudicataria. Asimismo, se cederá al contratista el uso privativo de una zona de almacenamiento para acopio de los materiales fungibles necesarios para el desarrollo de la actividad.

Si para la puesta en marcha del servicio se precisa de mobiliario u otros enseres, el diseño, fabricación e instalación de lo necesario serán por cuenta del adjudicatario, bajo la consiguiente aprobación del Servicio de Patrimonio Histórico.

16.- Personal

El adjudicatario deberá dotar adecuadamente el servicio contratado con el personal suficiente para las tareas que conforman la prestación del mismo y a su cargo exclusivamente. A tal efecto, deberá cumplir las disposiciones vigentes en materia laboral, de Seguridad Social, y de Seguridad y Salud en el Trabajo.

El referido personal deberá actuar de acuerdo con las normas de conducta, funcionamiento interno y seguridad establecidas por el Servicio de Patrimonio Histórico, realizando sus tareas debidamente uniformados según diseño de vestuario que requerirá la previa autorización del citado Servicio. El personal estará capacitado para atender debidamente al visitante al menos en castellano, valenciano e inglés. El adjudicatario será responsable de la calidad del servicio que preste.

Acabado el contrato, el contratista asumirá a su costa el cese laboral, si procede, del personal que tenga empleado.

Entre el personal empleado y el Ayuntamiento de Valencia no existirá ninguna relación de dependencia laboral ni administrativa.

18. Seguimiento de la actividad

Anualmente el adjudicatario deberá presentar un informe detallado que recoja las conclusiones de la actividad desarrollada.

Mensualmente la empresa adjudicataria facilitará al Servicio de Patrimonio Histórico la siguiente información:

- 1.- Número diario de alquileres, en tramos horarios y, dentro de éstos, los realizados en cada idioma.
- 2.- Reclamaciones o sugerencias formuladas por los usuarios, así como las aclaraciones o contestaciones a las mismas.

En Valencia, a 4 de junio de 2013

EL TÉCNICO DE GESTIÓN DE PATRIMONIO
HISTÓRICO Y CULTURA

Fdo. Javier García Peiró

LA TÉCNICO SUPERIOR DE PATRIMONIO
HISTÓRICO Y CULTURA

Fdo. Rafaela Soriano Sánchez

LA JEFA DEL SERVICIO DE PATRIMONIO HISTÓRICO

Fdo. Paula Delgado Hueso

Anunci Adjudicació Contracte:

[https://www.valencia.es/contratacion/xcontratacion.nsf/vLicitacionesTodas/56BF77F98037DAB5C1257AF7002D7D8B/\\$file/6-ANUNCIO%20ADJUDICACI%C3%93N.cas_firmado.pdf](https://www.valencia.es/contratacion/xcontratacion.nsf/vLicitacionesTodas/56BF77F98037DAB5C1257AF7002D7D8B/$file/6-ANUNCIO%20ADJUDICACI%C3%93N.cas_firmado.pdf)

Sergio MUÑOZ SORIANO

València, 20 de juny de 2016