



ANÁLISIS ESTRATÉGICO COMUNICACIONAL:

**Propuesta de Gestión, sobre Nueva Museología
en Museos Estatales de Chile.**

Proyecto de Título para optar al grado académico de Licenciado en Turismo y Cultura y el
Título de Administrador de Empresas Turístico Cultural.

Estudiante: Rodrigo Alejandro Fajardo García.

Profesor Guía: Marcelo Novoa Sepúlveda.

Gestión en Turismo y Cultura.

Universidad de Valparaíso.

Principalmente quisiera dedicar esta instancia a mi madre, la persona más importante en mis cortos pasos de vida; quien con su cariño me ha enseñado a ser persona, así como también me ha enseñado el sentido de la responsabilidad. Dedicar este estudio a mi madre llena mis expectativas de vida, atribuyendo a ella mi máspreciado y profundo amor a modo de dedicación.

Dentro del proceso de enseñanza que he llevado a cabo durante largos años de mi existencia, he aprendido a agradecer las oportunidades que se han propiciado en mi trayectoria.

Hoy concluyendo un proceso, y conciente de que nunca terminaré de aprender, comienzo primeramente por agradecer el apoyo y el cariño de mi familia; en especial a mi abuelita Bernarda, quien con su comprensión y apoyo ha florecido en mi valores y recuerdos inolvidables para mi vida. Sobre aquel apoyo incondicional quisiera manifestar mis agradecimientos a mis tíos, quienes han sido fundamentales en la manera de ejemplificar la senda a seguir; destacando el apoyo de mi tía Verónica, como también de mi tía Lorena. De manera muy especial agradecer a mi tío Juan, quien ha sido el gran ejemplo, y apoyo que ha cimentado mi bienestar.

Agradecer a mis hermanos y también de manera especial a Rubén, quien ha sido una figura paterna importante en los procesos formativos.

Agradecer a al Profesor Marcelo Novoa por contribuir como profesor guía del presente título, y a todos aquellos profesores que han compartido parte de su sabiduría y entendimiento. Al que igual que destacar la solidaridad dispuesta por mi amigo y compañero Pedro Segura.

Agradecer al Museo Nacional de Historia Natural, por la experiencia vivida allí, por su apoyo y guía en el continuo aprendizaje sobre las temáticas referidas en el presente estudio.

Índice.

Capítulo I: Introducción.

1.1.- Idea de Título.....2

1.2.- Estructura de la idea.....4

1.3.- Introducción.....6

1.4.- Mapa conceptual de la Investigación.....7

Capítulo II: Marco Teórico.

2.1.- Investigación y análisis.....9

2.1.1- Planteamiento de la Problemática a Investigar.....9

2.1.2- Objetivos de la Investigación.....11

2.1.3.- Preguntas de Investigación.....12

2.1.4- Justificaciones de la Investigación.....13

2.1.5- Limitaciones de la Investigación.....14

2.2-Marco Teórico.....15

2.2.1- Definición y Conceptualización de Museos.....15

2.2.2- Análisis de Escenarios.....18

2.3.- Modelos de Gestión Aplicados a La Nueva Museología.....22

2.3.1.- Modelos de Gestión Museal Aplicados a Nivel Mundial.....23

2.3.2.- Modelos de Gestión Museal Aplicados en Latinoamérica y el Caribe.....25

2.3.3.- Modelos de Gestión Museal Aplicados en Chile.....27

2.4.- Identificación de Museos en Chile.....29

2.4.1- Museos Estatales.....30

2.4.2- Museos Particulares.....33

2.4.3.- Experiencias de Museos Comunitarios en Chile.....35

2.5.- Normativas Referentes Sobre Museos en Chile.....37

2.6.-Revisión de lo Expuesto.....39

Capítulo III: Análisis de Organismos Culturales y Aplicaciones en Gestión Museal.

3.1.- Gestión Museal.....41

3.1.1.- Sobre gestión museal.....41

3.1.2.- Gestión y extensión.....42

3.2.- Organismos Responsables en Gestión Museal en Chile.....43

3.2.1.- Institucionalidad cultural.....43

3.2.2.- D.I.B.A.M.....44

3.2.3.-Subdirección Nacional de Museos.....47

3.2.4.- Organismos de derecho privado.....49

3.3.- Gestión Museal y Capital Social.....50

3.3.1.- Redes internacionales.....51

3.3.2.- Redes nacionales.....53

3.3.3.- Redes regionales.....54

3.3.4.- Grupos estratégicos.....55

3.4.- Museos e Industrias Culturales. 56

3.4.1.- Turismo cultural y museos.....57

3.4.2.- Los museos y el desarrollo turístico.....58

3.5.- Estrategias de Comunicación sobre el Concepto de Museo.....59

3.5.1.- Estrategia comunicacional a nivel organizacional.....60

3.5.2.- Estrategia comunicacional a nivel institucional.....61

3.5.3.- Estrategia comunicacional a nivel dialogo museal.....64

3.5.4.- Estrategia comunicacional a nivel turismo cultural y desarrollo sustentable....67

3.6.- Revisión de lo Expuesto.....68

Capítulo IV: Conclusiones.

4.1.- Apreciaciones sobre el Contexto.....70

4.2.- Análisis Prospectivo de la Situación Actual.....72

4.3.- Revisión de las Preguntas de Investigación.....73

Capítulo V: Propuesta.

5.1.- Producto de la Investigación.....76

5.2.- Revisión de definición de “Análisis Estratégico Comunicacional”.....77

5.3.- Propuesta de Gestión.....78

5.4.- Museo Comunitario como modelo de gestión museal.....83

5.4.1.- Definición de modelo de gestión.....84

5.5.- Objetivos estratégicos de la Propuesta de gestión.....86

5.6.- Fundamentos de la propuesta.....87

Bibliografía.....88

Anexos.....90

Resumen

Palabras claves:

Nueva museología – Comunicatividad – Modelo de gestión – Museo Comunitario.

Los museos juegan un importante rol en la sociedad; no solo por su cercanía con proyectos educativos, sino por su esencia comunicativa; pasando de ser depositarios de objetos, a ser espacios para la cultura. Este estudio, busca posicionar la nueva museología y su cambio paradigmático (territorio patrimonio comunidad) como la ciencia capaz de establecer estrategias comunicacionales vigentes, afín de solucionar ciertos vacíos comunicativos que se acrecientan en museos estatales de Chile. Sobre lo anterior, es importante observar la presente investigación, como una propuesta de modelo de gestión, que trata sobre la futura implementación de un “Museo Comunitario”. Propuesta que se sustenta, en la extensión de ciertas instituciones culturales de Chile y sus respectivas coberturas institucionales.

Abstract

Key Words:

New museology – Communication – Management model – Community museum.

Museums play an important role in society, not only because of their proximity to educational projects, but for their communicative essence, from being repositories of objects, to be spaces for culture. This study seeks to position the new museology and its paradigm shift (Territory – Heritage – Community) as a science capable of establishing communicative strategies, in order to solve communication gaps that are growing in state museums of Chile. On this, it is important to see this research as a proposed management model, which deals with the future implementation of a Community Museum. This proposal is based on the extension of certain cultural institutions in Chile and their respective institutional coverage.

CAPITULO I:

INTRODUCCIÓN.

1.1- Idea de Título.

La idea es proporcionar a las instituciones museales de Chile, preferentemente estatales, de una propuesta de gestión clara y simple, donde el presente proyecto de titulación, sea fundamentalmente la elaboración de un sustento o una base metodológica. Que, a través de una investigación de orden cualitativo (Base metodológica), establezca una continuidad de la elaboración de futuras propuestas. Sobre ello se estima necesario para la activación de los encadenamientos productivos en materias culturales, involucrar el rol de la investigación como fuente y base de futuras unidades de mercado.

De acorde con lo anterior, se entiende por museo; “aquella institución permanente sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierto al público que realiza investigaciones concernientes a los testimonios materiales del hombre y su entorno, los adquiere, los conserva, **los comunica** y principalmente los exhibe con fines de estudio, educación y deleite”.¹ Tras lo anterior, es necesario interpretar el siguiente Proyecto de Título, como una herramienta a desarrollar estrategias de trabajo en materias comunicacionales. Más bien dicho, se trata de que estas estrategias, atribuyan sobre el concepto de la nueva museología, propuestas e ideas, favoreciendo la relación existente entre servicios culturales y los paradigmas territorio – patrimonio – comunidad.

Sobre el museo; “Todo proceso de comunicación implica la existencia de un objeto o señal que, a través de un emisor, se transmite a un destinatario o receptor”²; receptor que en este caso sería la comunidad, donde los objetos pasan a conformar el significado patrimonial, posibilitando la participación activa de estas mismas comunidades; donde en materias de gestión museal y bajo el concepto del museo como institución, se intenta ampliar en la cobertura de dichas instituciones el concepto de patrimonio cultural y su respectiva incidencia social. Por ende las propuestas que se elaboren a futuro representan parte de las estrategias comunicacionales, que a modo de propuesta de gestión se elabora en los siguientes capítulos.

Es así como de acorde a lo anterior, el presente proyecto de titulación traza el concepto comunicación, como un conducto vertebral necesario a la hora de entender la idea de título; estableciendo a la nueva museología como parte evidente de la gestión museal contemporánea, y patente del establecimiento de un dialogo abierto con una sociedad cada vez mas pluralista y participativa. Sin embargo el dilema que se aclara a continuación destaca la definición de la idea o del negocio que se quiere llevar a cabo. Por ende delimitar las competencias sobre gestión turístico-cultural y sobre museología, es un paso crítico en la elaboración de la idea, ya que si bien es óptimo y coherente manejar términos y conceptos sobre museología, es primordialmente necesario aunar los criterios de gestión que se

¹ ICOM (Consejo Internacional de Museos).

² Hernández Hernández Francisca; “El museo como espacio de comunicación”; Pág. 18.

establecerán a la hora de interpretar dichos conceptos; producto de los antecedentes anteriores se da vida al presente Proyecto de Título: **“Análisis Estratégico Comunicacional, propuesta de gestión sobre nueva museología en museos estatales de Chile”**.

Al hablar de la importancia de los museos como espacios de intercambio comunicativo, no solo se debe observar desde la perspectiva de la difusión de saberes o contenidos científicos, sino también de cómo la institución pasa a ser un referente cultural, con posicionamiento y ventajas de competencia en la industria cultural, orientada a las temáticas patrimoniales y desafíos turísticos del Chile del Bicentenario y su acercamiento a las comunidades. Tras lo anterior, **la idea de proyecto busca generar una base metodológica (investigación cualitativa), para así sostener una propuesta de gestión que actúe sobre instituciones que posean interés en ampliar su cobertura con una propuesta nueva museológica de acorde al que hacer cultural y turístico de Chile.**

La futura aplicabilidad de la investigación base, recae sobre la propuesta de un Museo Comunitario; donde a modo de propuesta de modelo de gestión, este proyecto busca instancias de participación sobre instituciones culturales, referentes en materias culturales y museales; preferentemente hacia los museos estatales de Chile, que deseen ampliar sus radios de cobertura institucional.

A través de herramientas en gestión comunicacional se muestra el museo como un espacio propicio para que el visitante establezca distintos significados con respecto a los contenidos que propone el museo; así mismo promueve la participación y los momentos para el ocio. Desde el anterior vértice, este análisis es un actor clarificador en términos de comunicación, no solo evadiendo ruidos comunicacionales internos y externos que distorsionan los diversos canales que surgen entre la comunidad y la institución, sino también animando la gestión de investigaciones en materias culturales y su relación con la oferta turística existente, posibilitando la explotación de recursos, la creación de empleo y el desarrollo económico.

1.2-Estructura de la Idea.

Por nombre del proyecto se toma el siguiente título: **“Análisis Estratégico Comunicacional, propuesta de gestión sobre nueva museología en museos estatales de Chile”**, si bien el nombre comprende un todo, es necesario establecer un margen conceptual; de modo que clarifique y simplifique el título de dicho proyecto.

Por **Análisis**; se entiende aquella observación y levantamiento de información, que, a través de la presente investigación inductiva, trata principalmente sobre instituciones estatales de Chile. Sobre lo anterior se destaca que esto no es una asesoría en términos de estrategias y análisis de procesos de las organizaciones estatales en Chile sobre museos; por el contrario, el concepto “Análisis Estratégico Comunicacional”, se estima como el nombre de la investigación o base metodológica, que desemboca sobre las propuestas que se sustentan en investigaciones bases de modelos de gestión y futuros planes de negocios (así lo estimen los encadenamientos productivos). Si bien se realiza una típica conceptualización del título en materia de ideas, es muy necesario realizar esto con los conceptos que se destacan en el nombre del respectivo Proyecto de Título. Así mismo por **estrategia** comprenderemos aquellas líneas directrices, las cuales en un contexto institucional, aseguran una decisión óptima en su debido momento. Ambos conceptos anteriores tienen una destacada relevancia, ya que juntos dan a exhibir una herramienta de desarrollo organizacional, como lo es un análisis estratégico, donde, a través de este significado se comprenden términos tales como diagnóstico, posición estratégica, etc. todo visto desde la perspectiva del museo como organización estatal y del concepto de comunicación como hilo conductor de las ideas y de los términos desarrollados. Antes de llegar a la definición de la comunicación en el museo debemos hacer una breve referencia al valor del lenguaje como soporte de esta comunicación, su finalidad y la variedad de público con la que se enfrenta, a su vez también determinan las características de sencillez, claridad y rigor. Por ende **comunicacional**, lo entenderemos como definir las deficiencias de las instituciones ante los problemas de relación con el público o para ser mas precisos con sus comunidades, no solo debido a la gran extensión de campos y funciones que le atañen dentro de la actividad del museo, sino debido los mismos desafíos de la nueva museología y su posicionamiento y referencia en la industria cultural y turística. Si solo se centra en el significado de la palabra comunicación, entenderemos a esta última como; “Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor”³, sin embargo como se ha dicho con anterioridad la suma de las partes, no es mas que el todo, por lo que dicha palabra se enmarca con lo de Análisis, además de lo Estratégico, formando el concepto comunicacional como nexo relacional museo – territorio – patrimonio – comunidad.

³ <http://www.rae.es/rae.html>

Ahora también es de suma importancia entender que cuando hablamos de una **propuesta de gestión**; nos enmarcamos en traducir aquel análisis estratégico comunicacional, en un modelo de gestión, que sea capaz de proponer estrategias a nivel de instrumentos y métodos de trabajo comunicativo. En sí, este proyecto se enfoca con un propósito de Pro actividad, desde su base metodológica por un lado, y por otro lado su propuesta destacando la innovación y gestión de operaciones comunicacionales, en el marco del cambio de paradigma de la nueva museología. **Cuando hablamos de una propuesta y a la vez hablamos de una cobertura de análisis, no necesariamente refiere a la definición de los problemas de cada uno de los museos estatales de Chile, muy por el contrario este proyecto se vincula como una base metodológica sustento de la propuesta – modelo de gestión, que a su vez, esta se fundamenta de acuerdo a las experiencias sobre nueva museología instaladas en museos estatales de Chile.**

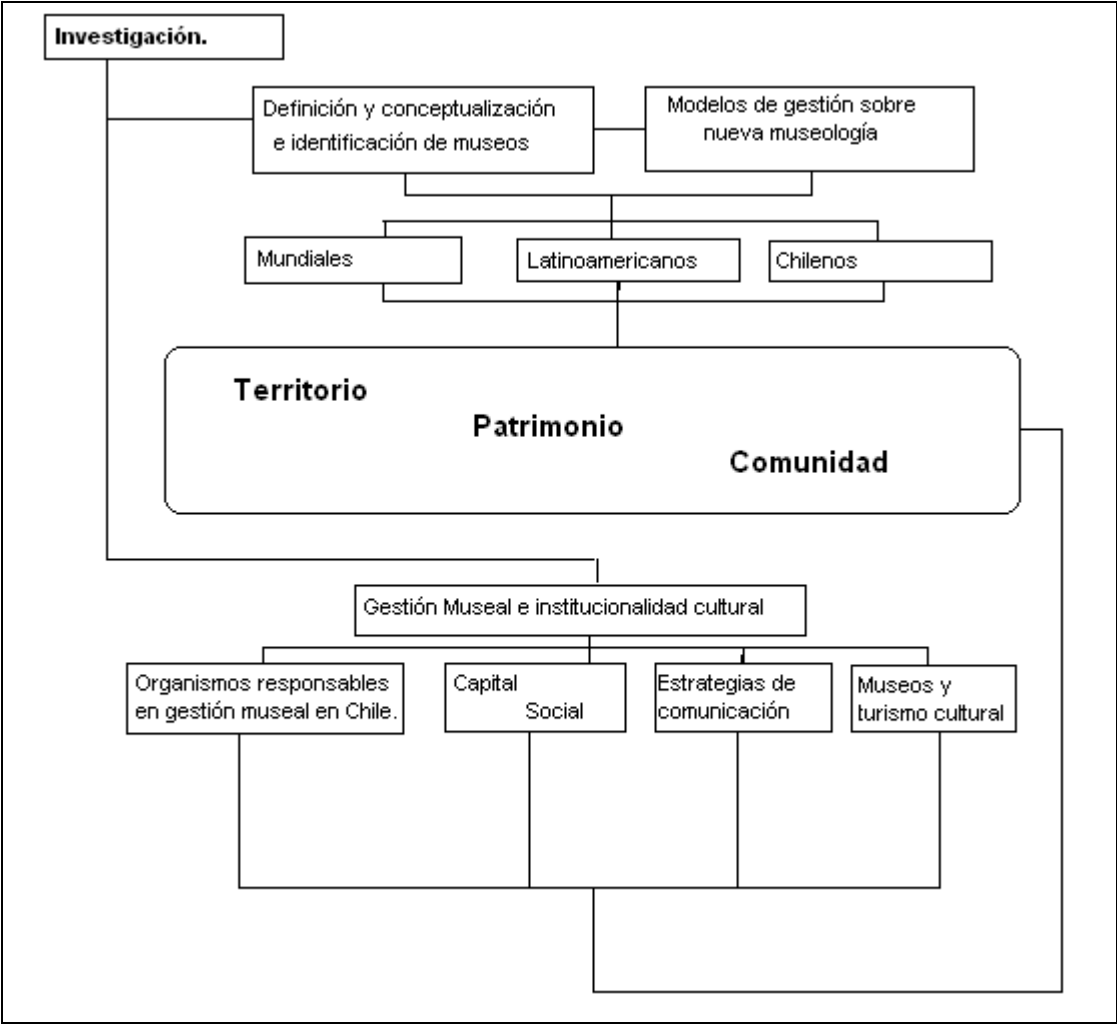
Desde esta perspectiva también es clave entender el hilo conductor de la idea; el termino comunicacional, como parte de un dialogo entre el museo como tal, y los nuevos paradigmas de la museología contemporánea, entregando una experiencia, un deleite, que sin lugar a dudas es un aliciente de la industria cultural y turística nacional.

1.3- Introducción.

Hoy en día nuestro entorno cambia, ante aquello, lo importante es anticipar ciertos escenarios de manera estratégica, a fin de solucionar las diversas problemáticas que enfrentan las organizaciones. Estas complejidades que se enfrentan ante una realidad social, se traducen desde varios vértices; uno de estos vértices es la comunicación, o los medios de comunicación y su ejemplar capacidad de adaptarse a entornos rápidamente cambiantes. ¿Será entonces la comunicación un ente crítico de la sociedad de las comunicaciones?, lo cierto es que el desafío se encuentra en la gestión y su capacidad de posicionar la cultura a través de modelos de participación comunicativa hacia la ciudadanía. A través de la globalización, se entiende que hablar de cultura o industria cultural, sin vincularla a medios de comunicación, es algo inapropiado en este contexto de mundialización. Una de las propuestas más interesantes que se observan de acuerdo al tema cultura y medios de comunicación, es la figura del Museo como institución; por ende una de las funciones definitorias de un museo es la comunicación y difusión de contenidos culturales a la sociedad en que se implanta. Respecto a lo anterior es importante, destacar al museo como un medio de comunicación y no solo vincular su relación con los medios como una importante función, ya que precisamente un Museo es aquello. Antes de sumergirse en las necesarias definiciones, es necesario abordar el nombre del siguiente Proyecto de Título: **“Análisis Estratégico Comunicacional, propuesta de gestión sobre nueva museología en museos estatales de Chile”**.

Sobre el sentido histórico del modelo, se destacan ciertos eventos de proporciones globales, teniendo como hecho principal el cambio de paradigma de la museología; pasando así de la museología tradicional a la nueva museología. Varias han sido las condiciones políticas, por ende culturales, y también de otra índole, para efectuar un cambio paradigmático respecto a una ciencia de las proporciones de la museología. En estricto rigor el concepto Ruptura, fue designado por museólogos de prestigio, a un evento mundial que en el año 1972 en Santiago de Chile se efectuase; la llamada “Mesa de Santiago”, quien a través de la declaración de Santiago, expresase lo siguiente: “Los cambios sociales, económicos y culturales que se están produciendo en el mundo, y sobre todo, en muchas de las zonas subdesarrolladas constituyen un reto para la museología” (Declaración de Santiago, 1972), estas palabras esbozan algo del sentir museológico de aquellos años. Haciendo un alcance histórico político, el mundo pos Guerra Fría, polarizado establece su reorganización social; de acuerdo a aquello, en Francia principalmente y en ciertas regiones con características de subdesarrollo, se manifiesta la teoría de la nueva museología como un anticipo del concepto de modernización del estado, y otras circunstancias tales como la globalización y las comunicaciones en términos de museología.

1.4.- Mapa Conceptual de la Investigación.



CAPITULO II:

MARCO TEORICO.

2.1- Investigación y Análisis.

2.1.1- Planteamiento de la Problemática a Investigar.

Mediante el bagaje que lleva el presente proyecto, se integra con aun más fuerza el tema de la problemática, que no necesariamente se asume como principal referente y motivación de esta investigación, tras lo anterior el poder de síntesis de la propuesta es la aspiración hacia un horizonte ideal. Por ende, parte de esta definición de una problemática, pasa primordialmente por relacionarse de una u otra manera con el objeto de la investigación que en este caso sienta sus bases en el cambio de paradigmas de una ciencia. Este mismo cambio de paradigmas, a su vez genera una evidente ruptura entre la implementación de proyectos sobre nueva museología y aquellos proyectos de museología tradicional; provocando fuertes falencias comunicativas en la gestión museal y en la misma extensión de los radios de cobertura de las instituciones tutelares del área museal y educativo – cultural.

De acorde a ciertas premisas analizadas con anterioridad, es importante señalar que al referirse a cambios de paradigmas, no se habla de la desintegración de conductos institucionales ni nada por el estilo, mas bien, al contrario atribuye a concepciones vanguardistas que desde el viejo continente, han cuestionado gran parte de la ciencia de los museos, transformando ciertos criterios, en parte fundamental del desarrollo de la museología contemporánea. Lo oportuno al caso, entonces es señalar las dimensiones de la investigación, las cuales serán señaladas en las limitaciones de la investigación (2.1.5). Desde allí, se señala una importancia hacia las concepciones mismas de la modernización del estado, visto este, como aparato de gestión en territorios y sus respectivas comunidades. E ahí entonces la importancia del planteamiento de la problemática; que lleva acentuando su participación en la mayoría de los museos estatales de Chile. Genéricamente, la problemática que se plantea, no solo afecta a los museos estatales en Chile, más bien este es un fenómeno que recurrentemente, muchas de las organizaciones de las áreas museológicas deben asumir.

Respecto a ello, la nueva, museología como expresión, ha sentado fuertes bases en la región latinoamericana. No ajeno de esta realidad, en Chile también se han implementado proyectos museológicos que atribuyan los cambios de paradigma de la nueva gestión en torno al territorio – patrimonio – comunidad.

De un grupo, de modelos de gestión de nueva museología existentes, los museos comunitarios son la expresión que se gesta en la región y también de los que más se han implementados en el marco de la nueva museología. En Chile, en particular se encuentran 4 de estas iniciativas a lo largo del territorio, de donde tres de esas cuatro iniciativas pertenecen

a órganos estatales, por ende el factor crítico de estas organizaciones depende de las implementaciones que se construyan a nivel propuesta de estado. Cabe también destacar, que desde 1970 en adelante, en Latinoamérica se comienzan a establecer los primeros criterios de la nueva museología, similar fecha coincide con las mismas iniciativas en Europa principalmente.

Ahora lo que prima es determinar la problemática que establece la presente investigación (inductiva), quien desde aquello observa y documenta un lento proceso de modernización de las prácticas museológicas en materias de comunicación; así mismo desde la perspectiva analítica argumentativa se enmarca la relevancia de este tema en términos de gestión, precisamente de gestión museal. Lo cual significa un cambio de paradigmas de las instituciones museales tradicionales, de las cuales muchas de ellas son parte emblemática del concepto de estado.

2.1.2- Objetivos de la Investigación.

El siguiente párrafo contiene los objetivos de la investigación, por ende esta fase es determinante a la hora de seguir profundizando en la propuesta de modelo de gestión a generar. Se destaca el último párrafo u objetivo; en función de la transversalidad que se requiere entre los objetivos de la investigación y los objetivos estratégicos de la propuesta, dando mayor consistencia y concordancia, tanto a la base metodológica, como también a la propuesta en sí.

-Establecer los criterios de claridad necesaria para establecer propuestas y conclusiones.

-Identificar experiencias instaladas principalmente en Chile sobre nueva museología.

-Analizar los canales comunicacionales de los museos estatales de Chile.

-Propiciar un vitral sobre modelos de gestión en nueva museología; ya sean mundiales como nacionales.

-Desarrollar estrategias de trabajo comunicacional, a partir de los antecedentes y la experiencia previa sobre nueva museología instaladas en museos estatales de Chile.

2.1.3- Preguntas de Investigación.

Lo interesante de establecer una investigación de tipo inductivo es el carácter analítico argumentativo que esta posee, por ende las siguientes preguntas son necesarias a la hora de elaborar una propuesta de investigación clara. Se destaca el concepto comunicacional como omnipresente, de acorde a los criterios señalados en la problemática a investigar (2.1.1).

- ¿Cómo los museos Estatales de Chile, se posicionan hoy respecto de sus comunidades?
- ¿Cuál es el horizonte de la nueva museología en Chile?
- ¿Existen modelos representativos de nueva museología en museos dependientes del Estado en Chile?
- ¿Es el concepto de modernización del estado, un necesario empuje sobre materia de nueva museología en museos estatales de Chile?

Las preguntas que se expusieron, identifican parte del cuerpo investigativo que se pretende desarrollar a modo de base metodológica y concluir a modo de propuesta; las cuales se desarrollan en el punto 4.3; para a través de esto simplificar la idea de propuesta y clarificar los objetivos de la investigación.

2.1.4- Justificaciones de la Investigación.

Las principales justificaciones que se destacan en el presente proyecto de titulación son las siguientes:

- El creciente desarrollo de la nueva museología en Latinoamérica y su desarrollo en Chile.
- Posicionar a la investigación, como parte fundamental de los encadenamientos productivos de la gestión cultural y su futuro desarrollo.
- La inexistencia de una investigación cualitativa o un estudio que bajo el alero de la nueva museología, desarrolle alguna propuesta sobre nueva museología en Chile.
- **También se establece un nexo experiencial en la justificación de la investigación; determinando la experiencia y observación, como partes fundamentales de la motivación del presente informe.**
- Acrecentar los estudios sobre museología y motivar la realización de investigaciones sobre turismo y museos en universidades.

Las puntuaciones anteriores refieren a la fundamentación de la investigación, por ende son relativamente críticos en el desarrollo de una propuesta o conclusión final. Dicho desarrollo se potencia con la materialización de preguntas, justificación y objetivos; debido a que serán parte principal del eje de la investigación inductiva que se trata en el presente.

2.1.5- Limitaciones de la Investigación.

Principalmente, y adecuado al contexto de la Carrera de Gestión en Turismo y Cultura; el sentido cualitativo del presente estudio, enfoca ciertas áreas que son significativas desde su enfoque cualitativo; lo cual establece una señal hacia el desarrollo de la futura propuesta.

Ahora, si bien las limitaciones de la investigación, pasan principalmente por la capacidad de asociar el mundo privado con la escena estatal; en la medida que exista un espesor cultural mixto capaz de generar iniciativas, los limitantes disminuyen. Por otro lado el desarrollo de la nueva museología, ha estado marcado por ciertos eventos socio-políticos, que han disminuido su capacidad de cobertura como iniciativa museológica.

El desarrollo de la nueva museología en la región latinoamericana, pasa por ciertos limitantes, como el hecho de enfrentar sociedades con una baja inversión hacia la cultura, lo que combinado con las falencias entre la reciprocidad de lo público y lo privado, agotan las posibilidades de indagar de manera inductiva hacia las posibles plataformas y propuestas de nueva museología en la región.

2.2-Marco Teórico.

2.2.1-Definición y Conceptualización de Museos.

Una parte importante a la hora de elaborar un Proyecto de Título, es precisamente la definición y conceptualización de los términos críticos; términos que argumentan parte de la comprensión de manera clara y simple de una propuesta de modelo de gestión aplicable a museos Estatales en Chile. De pronto lo sensato sería establecer una definición universalizada en torno al concepto museo, sin embargo desde el mismo ceno de la museología existen disparidades sobre la terminología misma de esta ciencia, por lo que es también necesario proponer un alcance histórico, para de manera objetiva destacar ciertos acontecimientos de relevancia que clarifiquen aun más la idea de Proyecto a seguir.

Desde los orígenes de Grecia la palabra “Mouseion” fue el primer término designado, mismo que en latín se adjudicase el termino “Museum”, palabra del cual se hereda el concepto “Museo”, etimológicamente hablando es destacable de apreciar, pero lo que ahora se torna de carácter urgente, es observar la definición de Museo desde la perspectiva institucional y las características de mundialización del entorno. Por ende por museo entenderemos “aquella institución permanente sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierto al público que realiza investigaciones concernientes a los testimonios materiales del hombre y su entorno, los adquiere, los conserva, **los comunica** y principalmente los exhibe con fines de estudio, educación y deleite”. (ICOM (Consejo Internacional de Museos)). De acorde al Consejo Internacional de Museos se observa como por aspectos genéricos entendemos sus características tales como; que esta es una institución permanente, al servicio de la sociedad y su desarrollo, sin fines de lucro y además abierto hacia el mundo público. También desde una perspectiva funcional, investiga, educa, expone, conserva, adquiere y por supuesto **comunica**, hacia fines que son tales como el estudio y el deleite. Respecto a lo último es imprescindible establecer el alcance, que a través del concepto deleite la museología hace con el turismo cultural y en especial con el concepto patrimonio; destacando no solo los fines educativos, sino propiciando el desarrollo de la industria cultural y turística nacional. “Actualmente existen una gran variedad de museos: museos de cera, museos de ciencias y técnica, museos de arte, museos históricos, museos de historia natural, museos dedicados a personalidades y museos arqueológicos, por nombrar sólo algunos”⁴. No obstante a lo anterior, un suceso importante desde la perspectiva de la ciencia museológica, genera un cambio de paradigma, pasando así de la museología tradicional a lo que se conoce por nueva museología. Tras este pequeño alcance terminológico y paradigmático se atribuyen ciertos conceptos claves o críticos tales como el ya mencionado concepto de Museo.

⁴ (<http://www.museos.us/arte/antropologia/tipos-de-museos-en-la-actualidad/>)

Desde este sentido, museología se entiende como; “Ciencia que trata del museo, su historia, su influjo en la sociedad, las técnicas de conservación y catalogación”⁵. Ahora entonces, se deduce, que el siguiente proyecto de titulación busca un espacio museológico a profundizar sobre el concepto comunicacional, lo cual es siempre prudente aterrizar sobre el lenguaje como soporte de dicha comunicacionalidad; que se da entre los conceptos de la museología y la institucionalidad cultural nacional e internacional.

Ahora de acorde el contexto de las organizaciones Estatales en Chile, que se dedican a la gestión museal, o mejor dicho que son museos y en general a personas jurídicas perteneciente a un gobierno local o a algún área educacional, les compete establecer criterios comunicativos claros y estratégicamente precisos; no en desmedro de lo anterior, es también necesario establecer una definición de comunicación, por ende por comunicación entenderemos lo siguiente: “La **comunicación** es un fenómeno de carácter social que comprende todos los actos mediante los cuales los seres vivos se comunican con sus semejantes para transmitir o intercambiar información. Comunicar significa **poner en común** e implica compartir”⁶, es un concepto que si bien es atribuible de un significado, se es demasiado difícil consensuar, por lo que se establecen diversos conductos de interpretación. Si es difícil establecer criterios de universalización del que hacer museal, es cosa de imaginar entonces, como dentro de un museo la comunicación puede perder su fuerza y confundir y desatender estrategias hacia las comunidades; entendiendo a estas como los visitantes y usuarios de los conceptos de la nueva museología. Esto debe estar en constante reingeniería, e ir al compás de las exigencias de los cambios paradigmáticos.

Si se habla de la naturaleza del museo se toma primordialmente el término de museo tradicional, que generalmente son instituciones custodiantes de objetos, y poseen una fuerte y rígida estructura organizacional en la toma de decisiones, lo que obstaculiza algo que es sin lugar a dudas el éxito de las organizaciones líderes; el mantenerse de acorde a la rapidez con la que el entorno modifica su presente. Los procesos sistemáticos dentro de un museo tradicional, se conceptualizan por: un edificio, una colección y un público. A la luz de lo anterior, se entiende como parte de este cambiante medio, la rápida adaptación de la Nueva Museología, en especial en la región Latinoamericana. Esto se produce de acorde a una ruptura existente en torno al concepto museo y su rol en la sociedad. La primera declaración de Nueva Museología se realizó en la famosa “mesa de Santiago”, quien en 1972, ya tomaba acuerdos de nueva museología bajo el apoyo de la UNESCO. Este significativo evento, ha sido un potente avance para el que hacer regional en términos de gestión museal, permitiendo elaborar un cambio paradigmático. Dicho cambio paradigmático se establece sobre las

⁵ (<http://www.wordreference.com/definicion/museograf%EDa>)

⁶ (<http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>)

apreciaciones que veremos en el diagrama número 1, donde se establecen las estructuras del cambio paradigmático de la nueva museología, en términos de conceptos, si bien estos pilares hablan por si mismos cabe destacar que la museología tradicional atribuye, en un sentido geométrico, un cuadrado de apreciaciones institucionales y por ende museales, en cambio el rol mas participativo de la nueva museología y el carácter comprometido y no hermético con la comunidad, explican la morfología del siguiente diagrama de conceptos.

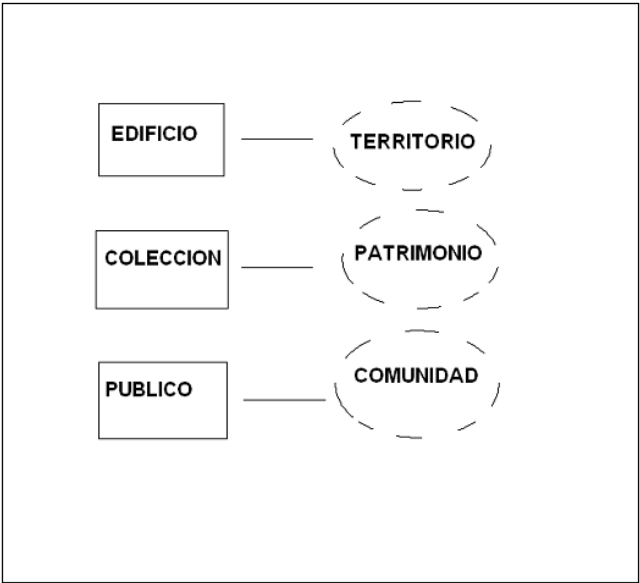


Diagrama 1

El nuevo concepto de la museología va de acorde a la cultura y la inserción en el sistema de aldea global, donde se postulan premisas tales como; la realización de la actividad de museo como sistema abierto e interactivo y también se toma en consideración el dialogo entre sujetos, como una premisa de suma importancia, por ende se entiende este paso como un factor crítico dentro del proceso museal y su rol de cambio paradigmático, posicionando el tema comunicativo dentro de las partes de engranaje comunitario y territorial.

Las más conocidas expresiones de la nueva museología son modelos de gestión como los siguientes ejemplos: Museos al Aire Libre, Museos Virtuales, Eco-Museos, Museos Comunitarios, Museo Integral, entre otros. Sin embargo lo que reúne estas ideas y antecedentes, se enfoca en lo comunicativo o en lo comunicacional, para a través de los antes mencionados modelos de gestión, la nueva museología adopte las medidas necesarias para así poder consolidar un cambio paradigmático de proporciones sociales.

Por consiguiente esta investigación se aplica sobre nueva museología hacia museos estatales en Chile, por que precisamente, esta cobertura, involucra fuertes deficiencias en cuanto a la revitalización del proceso museal y por ende en el área comunicacional.

2.2.2-Análisis de Escenarios.

Respecto a la elaboración de un marco teórico, es necesario analizar la situación actual; por ello, la situación comunicativa, se entiende como lo tendiente a destacar o mas bien dicho a profundizar. Históricamente se ha establecido al objeto como la atracción de los museos, asumiendo un rol pasivo del visitante. Precisamente en el carácter de la museología del objeto; se observa una directa relación entre el objeto y el visitante; desde la perspectiva de su funcionamiento y también en la forma de exhibir ciertos objetos. Respecto a aquello, existen técnicas de comunicación involucradas en la museología del objeto, en si más que técnica de comunicación se habla de un diagrama de procesos comunicativos a nivel organizacional.

El tema, alrededor, de la museología del objeto, pasa por la calidad de la comunicación a nivel dialogo museal, entre el objeto y la interpretación del visitante, como se observa en el diagrama 2 atribuye en casi exclusiva relación entre el objeto como máxima atracción, sin tomar en consideración el tema de la formación de un nuevo público, o de generar sistemas participativos con la comunidad. A pesar de que la comunicación se encuentra en un vértice necesario y protagónico, la ruptura entre museo tradicional y la nueva museología exige propuestas organizacionales de acorde a las exigencias de la oferta en términos de gestión museal institucional.

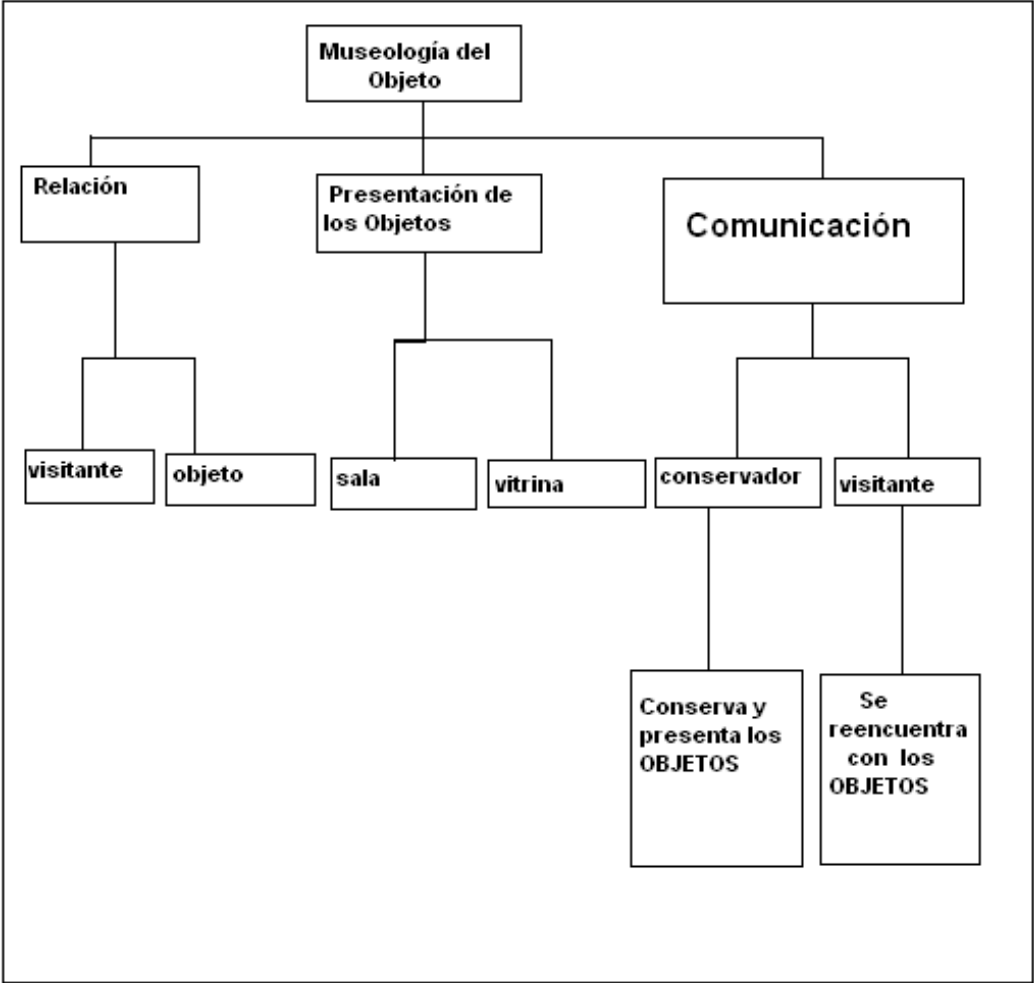


Diagrama 2.⁷

Un claro ejemplo y analogía se observa a la hora de analizar el museo como templo, dicha analogía entre lo sagrado del objeto y lo pasivo del visitante destaca la necesaria comparación entre un templo y un museo. De esa forma, entonces el carácter sagrado del museo, cambia sobre los pilares; territorio – patrimonio – comunidad, fortaleciendo el cambio de los paradigmas anteriores, para así **instalar un modelo participativo de desarrollo comunicativo aplicable a la nueva museología.**

Sobre la comprensión de lo que se implementa, se establece la noción de propuesta de gestión o propuesta de modelo de gestión, donde es muy necesario atenuar sobre la conceptualización del significado del uso de la metodología de la investigación. Desde dicha perspectiva se entiende por Modelo de Gestión; aquella **forma** de generar un proceder; que obedezca a una cierta racionalidad genérica que se repite, es decir, un procedimiento tipo.

Sobre lo establecido, a su vez, es también necesario, para el desarrollo de la presente investigación y propuesta de modelo de gestión, simplificar acorde a la nueva museología y

⁷ Proceso de comunicación de la museología del objeto. Hernández Hernández Francisca; “El museo como espacio de comunicación”; Pág. 66.

así ver como adapta su capacidad de interrelacionarse con la cadena de valor y la respectiva industria cultural.

Lo que se trata de orientar en el diagrama número 3, encuentra muchos puntos de similitud con el diagrama 2, debido a que las prácticas comunicacionales son orgánicamente similares; sin embargo, aun perteneciendo a la misma ciencia de estudio de los museos, hay un fenómeno paradigmático que interfiere en la orgánica de la comunicatividad dentro de las organizaciones. Por ende, con prácticas como el presente Proyecto de Título, se posibilita de alguna forma el gestionar la convergencia de los paradigmas de la nueva museología, con la teoría de la museología del objeto; dicha forma se establece de acuerdo a la gran capacidad de adaptación que requiere la institucionalidad cultural para enfrentar los cambios significativos del macro entorno.

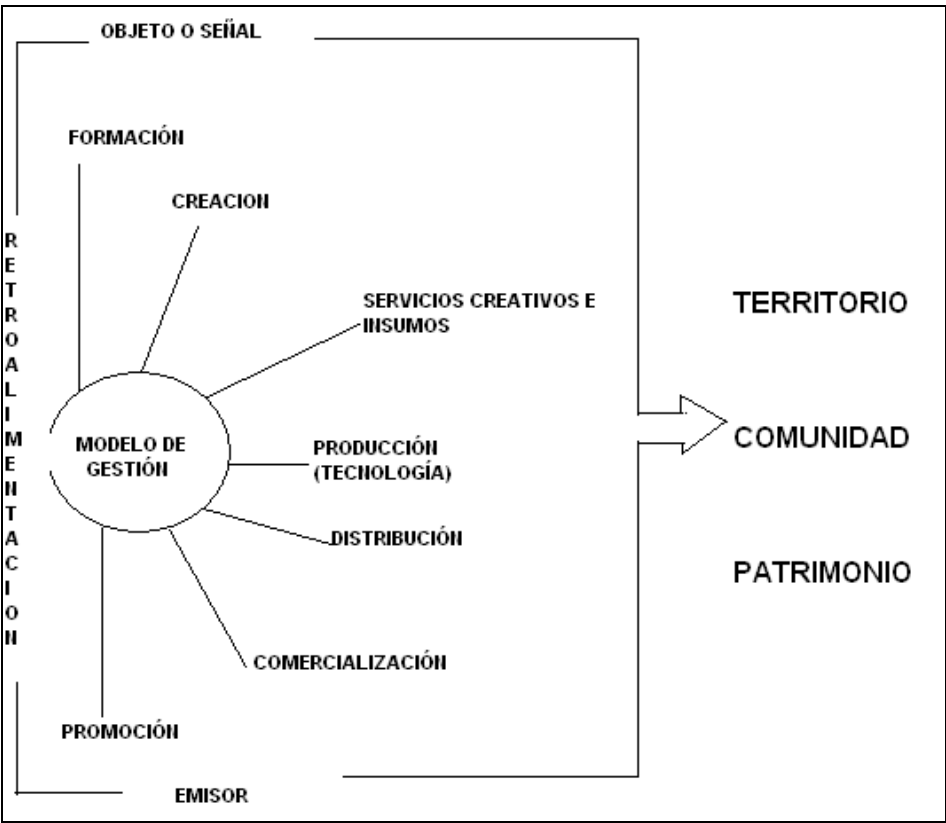


Diagrama 3

Estas explicaciones conceptuales, que analógicamente, se conjugan en el diagrama 2 y 3 observan procesos claros y conocidos; tales como la cadena de valor, el sistema de comunicación, etc. en sí formas de entender ciertos fenómenos en las organizaciones o instituciones. Desde dicho acuerdo, la presente cadena de valor involucra sucesos que no se deben pasar por alto, por lo tanto, los aspectos críticos de la institucionalidad cultural, se deben observar e implementar de acorde a los criterios museológicos.

Es la museología, a su vez, la encargada de elaborar un sistema de modernización de las practicas en dicha materia; por lo cual, a continuación se desarrollará una investigación de tipo inductivo sobre las variables identificadas, conceptualizadas y plataformizadas anteriormente.

2.3.- Modelos de Gestión Aplicados a La Nueva Museología.

Sin duda alguna, los aportes que se generan a través de la realización de modelos de gestión aplicados a la nueva museología, son un aliciente para la realización de mismas iniciativas, que a nivel global son enfocadas desde varias perspectivas. En dicho sentido, se debe tomar ciertas experiencias como referentes y fundamentos de la materialidad del Proyecto de Título que se articula. Destacando el carácter integral de la nueva museología, se analiza la cadena de producción de un museo, o también llamado el proceso museal, dando énfasis a las temáticas de comunicación; entendiendo este termino como un ente omnipresente en la interpretación de un proceso de gestión museal. Para hacer una descripción y exploración, simple y clara, se establece una división entre los que se destacan las siguientes subdivisiones:

- Modelos de Gestión Museal aplicados a nivel mundial.
- Modelos de Gestión Museal aplicados en Latinoamérica y el Caribe.
- Modelos de Gestión Museal aplicados en Chile.

Estas clasificaciones, están establecidas siempre en el contexto de la nueva museología, por ende su comprensión y justificación encuentra sentido en las concepciones de territorio – patrimonio – comunidad. Sobre aquello, las instituciones de la región latinoamericana que atienden temas de gestión museal, pretenden seguir siendo actual, sin renunciar a su pasado y a su memoria histórica, por ende ha de formar un nuevo lenguaje, estableciendo un dialogo abierto con una sociedad cada vez mas pluralista. De manera que dichas instituciones, sean referentes culturales, no solo de carácter emblemático, sino además integrando a la comunidad, a través del concepto comunicación, hilo conductor de la presente investigación.

2.3.1.- Modelos de Gestión Museal Aplicados a Nivel Mundial.

Los modelos de gestión en torno a la nueva museología, son propuesta de vanguardia; sobre todo para la región latinoamericana, no obstante, y gracias al trabajo de los museos comunitarios en México, mas diseños novedosos de museología, proyectos privados, y algunas salas de ciertas instituciones, la nueva museología se ha dado a conocer en la región de manera integra. En dicho sentido “la nueva museología involucra a todas aquellas experiencias surgidas en países europeos y Canadá, con el nombre de EcoMuseos; en Estados Unidos de America surgen los Museos Vecinales o de Barrio; y como expresión principalmente latinoamericana, producto de la propuesta del museo integral se desarrollan los Museos Comunitarios”⁸.

El EcoMuseo, surge como de las primeras iniciativas o modelos en gestión de nueva museología en Europa, cuando a mediados de 1971, en Francia se habló del concepto de EcoMuseo; donde principalmente se distinguen dos clasificaciones de orden funcional. Esto refiere a que existen dos tipologías de Eco Museos aquel que se identifica con el desarrollo del medio ambiente y el EcoMuseo de desarrollo comunitario o territorial. Ambos instrumentos son parte del sustento metodológico de la nueva museología, por ende referente del presente Proyecto de Título. Casi similar al tema de los EcoMuseos, se encuentra el vanguardista modelo de gestión museal de “EconoMuseo”, modelo que fue desarrollado en la provincia de Québec; donde esta experiencia comunicativa corresponde a una ex fabrica de papel a mano, donde tuvo que cerrar sus puertas en la década de los 80; Hoy se utiliza como un referente de la aplicación del nuevo concepto y modelo de gestión. Tras la referencia de este modelo, es necesario posicionar el reciente concepto de EconoMuseo, en este caso, como un grado de relación entre la empresa artesanal y el mundo de la museología. Por EconoMuseo entonces, entenderemos “una marca registrada; existen alrededor de 36 EconoMuseo en funcionamiento de Québec, integrándose en una red regional. Actualmente existe gran interés por parte de varios países de Latinoamérica de desarrollar esta propuesta museológica, adaptando este concepto a su realidad cultural social.”⁹

También se encuentran interesantes respaldos de modelos de gestión museal en Washington D.C., donde tras la propuesta del museólogo afroamericano John R. Kinard, se gesta el “Museo Nacional de Anacostia”, el cual abre al público en 1967. La estrategia que se establece a través de esta iniciativa es la de posicionar los llamados “Museos Vecinales”, los cuales actúan como centros de cultura capaces de responder a las necesidades de la comunidad a la que se inserta.

⁸ Instituto Latinoamericano de Museos; Vigencia de la nueva museología en America Latina: conceptos y modelos. Georgina DeCarli. Edición electrónica, Revista Abra de la facultad de ciencias sociales de la universidad nacional, Editorial EUNA, Costa Rica, julio – diciembre, 2003.)

⁹ Instituto Latinoamericano de Museos; Vigencia de la nueva museología en America Latina: conceptos y modelos. Georgina DeCarli. Edición electrónica, Revista Abra de la facultad de ciencias sociales de la universidad nacional, Editorial EUNA, Costa Rica, julio – diciembre, 2003.)

La exploración hacia los modelos de gestión, revisados anteriormente, destaca que los anteriores (propuestas, modelos, etc.), son las estructuras sobre la que ciertos planes o investigaciones actúan. Entendiendo lo anterior; El presente Proyecto de Título, **“Análisis Estratégico Comunicacional, propuesta de gestión, sobre nueva museología en museos estatales de Chile”** es parte de la articulación entre diversos modelos (y sus caracteres comunicativos), con sus respectivos contextos, dotando a los pilares de la nueva museología; territorio – patrimonio y comunidad, de la calidad de gestión museal que la institucionalidad requiere.

2.3.2.-Modelos de Gestión Museal Aplicados en Latinoamérica y el Caribe.

Latinoamérica en particular, es la región, a nivel mundial que exhibe un interés museológico hacia la integración de su comunidad, de manera participativa; donde se han elaborado propuesta y modelos concretos en términos de nueva museología. La mesa redonda de Santiago en 1972, traza el horizonte de la nueva museología en la región. Planteando la necesidad de generar diversas experiencias, donde el museo integra la dinámica de la investigación, preservación y comunicación; donde nacen modelos de gestión museal contemporánea, de apoyo al patrimonio natural y cultural; con las comunidades.

Los primeros modelos que se gestan en la región, son los museos comunitarios, donde en La Extensión Suburbana del Museo Nacional de Antropología de Ciudad de México, recibe el nombre de “la casa del museo”, donde la experiencia generó una concepción teórico-metodológica, que a su vez estableció la aparición de museos comunitarios en diversas regiones de la república mexicana. Así mismo, esta iniciativa que nace de la comunidad, se desarrolla con la participación ciudadana, en la forma de diseño e interpretación de las estrategias comunicativas que la propia institucionalidad trabaja con la comunidad. Desde este sentido las estrategias de comunicación son partes críticas del éxito de la organización en un territorio determinado. También existen iniciativas como la Unión de Museos Comunitarios, quien fundado en 1991 en Oaxaca, establece las directrices de sostener y crear nuevas instancia de desarrollo museal comunitario. Hoy encontramos un museo comunitario en la ciudad de Chordeleg, en Ecuador, al igual que otras instancias de “museos didácticos comunitarios”, teniendo éxito en países como Brasil, Nicaragua, Ecuador, Costa Rica y Colombia. Estas experiencias involucran propuestas como superar estructuras tradicionales con fuertes problemas de comunicación, principalmente por su actitud no dialogal, lo cual se amortiguaría involucrando participativamente la nueva museología a dichas instituciones. En conclusión vemos que el museo comunitario, es la nueva expresión de la nueva museología en México. “Según datos del Balance del Programa de Museos Comunitarios INAH-DGCP 1995-2000, existen 269 museos comunitarios en México, de los cuales 163 están abiertos al público. De los que están en operación, el 94% presenta la historia de su comunidad o de la región como el tema de mayor interés; los otros dos temas más frecuentes son la época prehispánica (en el 58%) y la etnografía (en un 57%). Del total de museos, 74% corresponde a comunidad mestiza y el 24% se localiza en comunidades indígenas”.¹⁰ Esto demuestra la cobertura de una propuesta o un modelo de gestión museal en Latinoamérica, pero además **explicita el tema del patrimonio cultural, como fuente de desarrollo turístico cultural.**

¹⁰ Instituto Latinoamericano de Museos; Vigencia de la nueva museología en America Latina: conceptos y modelos. Georgina DeCarli. Edición electrónica, Revista Abra de la facultad de ciencias sociales de la universidad nacional, Editorial EUNA, Costa Rica, julio – diciembre, 2003.)

Otra manera de ejemplificar los modelos de gestión museal en Latinoamérica es el Museo de Cultura Popular, quien en 1994 abre sus puertas al público, el cual nace como un proyecto de área de extensión e investigación de la Escuela de Sociología de la Universidad Nacional de Costa Rica, con el fin de rescatar y difundir y reactivar algunas de las manifestaciones y tradiciones de la cultura popular del valle de Costa Rica. El hecho de establecer grandes vínculos con la comunidad y trabajar bajo la línea productiva de la cultura popular es un desafío de proporciones hacia la gestión de la nueva museología.

También en Latinoamérica se conocen modelos de “Eco museos”, donde en conjunto con los museos comunitarios, son expresiones de la nueva museología en Latinoamérica.

2.3.3.- Modelos de Gestión Museal Aplicados en Chile.

Las experiencias implementadas en Chile, datan del año 1972, donde se establecen las primeras definiciones sobre las áreas que compete la museología contemporánea, dicho año es reconocido por la Declaración de Santiago, que en el marco de la Mesa de Santiago, se establecen y clarifican ciertos temas que vinculan a la nueva museología. En torno a lo anterior se discute sobre el museo tradicional y el concepto de museo moderno, con lo cual se integra una conceptualización moderna de la institucionalidad cultural museal. De ahí en adelante todo se centrará en la creación de espacios entretenidos, desestigmatizando la idea del museo como templo, o lugar de aburrimiento. Hoy, la manera que los museos tradicionales en Chile tienen para enfrentar esta realidad, se observa como “la falta de nuevas ideas acerca de la función del museo, se ha tratado de resolver convirtiendo al museo en un centro cultural”¹¹. Es así como Chile, no se ha excluido de la región en materias de aplicación de modelos de nueva museología integrada, estableciendo fuertes obras emblemáticas como soporte de anteriores políticas públicas e iniciativas privadas. Dentro del mismo contexto, hay ciertas instituciones que han innovado hacia el área de entretenimiento, por ende estas fábricas de experiencias son en su mayoría iniciativas de índole privado, que sustentan su implementación en experiencias extranjeras.

Es así como a Santiago de Chile, el 2 de marzo del 2000, llega el proyecto más innovador, en términos de fabricación de cultura entretenida. El MIM o Museo Interactivo Mirador; es el más grande y moderno complejo de entretenimiento cultural de Chile, tanto por la calidad de sus contenidos como por su propuesta educativa, que se basa en la participación interactiva del visitante con cada una de las 330 exhibiciones de las ciencias, las artes y la naturaleza. Lo interesante a destacar de este modelo es que es uno de los más importantes de su género en el mundo y constituye un verdadero parque de imaginaciones y un desafío a los sentidos; sino como autores citan y en analogía entre el museo (tradicional) como templo “Se ha desacralizado el santuario dice Gombrich, se sustituye la peregrinación por la excursión turística, el objeto por el *souvenir*, la exposición por el *show*”¹².

Desde esta perspectiva MIM es una aplicación de gestión, que bajo los criterios comerciales, por sobre los patrimoniales, establece políticas de comunicación del área corporativa, donde se comenta el éxito financiero e institucional, en desmedro de la integración de la comunidad en el proyecto museológico.

Tras lo anterior, se pudo observar dos modelos de gestión museal, que integran estrategias claras en el área comunicacional, en el primer caso de la mesa redonda de Santiago y conjunta declaración del mismo lugar, se examina el carácter institucional – multilateral, de

¹¹ (García Canclini, Néstor. “Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad”. México; 1989.).

¹² (García Canclini, Néstor. “Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad”. México; 1989.).

las relaciones comunicativas de dicha iniciativa. Mientras, por otro lado la Experiencia MIM, exhibe una orgánica institucional privada, cuya estrategia de comunicación se enfoca a nivel de dialogo museal y sus respectivas formas de modernidad comunicativa - tecnológicas.

2.4.- Identificación de Museos en Chile.

El horizonte público (tanto museos particulares como estatales; que sean abiertos a público por un mínimo de tres horas) de los museos en Chile, comporta diversos factores; desde su perspectiva cualitativa, la contribución tanto de personas naturales, como personas jurídicas y sus aportes, *papers*, investigaciones varias y aplicaciones en museología, han fortalecido dicha perspectiva, dando un *plus* al tema de la calidad de los museos. Por otro lado, el aporte cuantitativo de los actores del mundo museológico nacional, comporta diversas referencias; a modo de aclaratoria se establece que “Base Musa”, es el ente que se perfila como una fuente informativa y plataforma existente de ciertos datos que se exponen desde la perspectiva cuantitativa en el presente Proyecto de Titulación. Considerando lo anterior, actualmente en Chile funcionan aproximadamente 200 museos, con diversas dependencias administrativas municipales, universitarias, religiosas, militares, privados, etc. Cabe destacar que los museos que se establecen y se diferencian son aquellos que se encuentran integrados en la red Base Musa, por lo tanto existe un universo de alrededor de 200 museos, de los cuales solo 121 aproximadamente se encuentran incluidos en esta red, por consiguiente el levantamiento y la sistematización de los datos proporcionados por Base Musa, son parte de las siguientes especificaciones.



Foto 1.¹³

¹³ masvalevolando.blogspot.com/

2.4.1- Museos Estatales.

Los museos estatales juegan un rol fundamental en el desarrollo de la sociedad y su relación con la educación de un país. Sobre este término entenderemos aquellas iniciativas que se sustentan mediante aporte fiscal; tomando esto último como establecimientos pertenecientes a municipios y también a instituciones dependientes de universidades del Estado. Sobre esta base se entienden por museos estatales aquellos que pertenecen a departamentos de extensión de alguna universidad estatal (iniciativas universitarias), a aquellas unidades museológicas de dependencia administrativa municipal y principalmente a los 26 museos pertenecientes a la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos. En Chile se consideran las siguientes instituciones como parte de la oferta cultural museológica de orden Estatal;

- Centro Cultural Dun Gun We
- Galería de la Historia
- Museo Histórico y Arqueológico “Arturo Möller Sandrock”
- Museo Antropológico Martín Gusinde (*dibam*)
- Museo Antropológico Sebastián Englert - Isla de Pascua (*dibam*)
- Museo Arqueológico de Cunco
- Museo Arqueológico de la Serena (*dibam*)
- Museo Arqueológico y Antropológico de Casablanca
- Museo Arte y Artesanía de Linares (*dibam*)
- Museo de Antofagasta (*dibam*)
- Museo de Arte Contemporáneo
- Museo de Ate Sagrado
- Museo de Artes Decorativas (*dibam*)
- Museo de Cerro Sombrero
- Museo de Constitución
- Museo de Farmacia Prof. César Leyton g.
- Museo de Historia Natural de Concepción (*dibam*)
- Museo de Historia Natural de Valparaíso (*dibam*)
- Museo de la Alta Frontera
- Museo de la Educación Gabriela Mistral (*dibam*)
- Museo de la Ligua
- Museo de Sitio Fuerte Niebla (*dibam*)
- Museo de Villa Cerro Castillo
- Museo del Limarí (*dibam*)
- Museo del Niño Rural
- Museo del Recuerdo Punta Arenas

- Museo del Salitre María Elena
- Museo Gabriela Mistral de Vicuña (*dibam*)
- Museo Geológico “Humberto Fuenzalida”
- Museo Geológico “Prof. Lajos Biró Bagoczky”
- Museo Histórico - Arqueológico de Quillota
- Museo Histórico Comunal de Renaico
- Museo Histórico de Colbún
- Museo Histórico de La Cruz
- Museo Histórico de Puerto Montt
- Museo Histórico de Villa Alegre
- Museo Histórico de Yervas Buenas Casa del Brigadier Pareja (*dibam*)
- Museo Histórico Dominico (*dibam*)
- Museo Histórico Gabriel González Videla (*dibam*)
- Museo Histórico Minero Puchoco Schwager
- Museo Histórico Nacional (*dibam*)
- Museo Histórico y Natural de Mejillones
- Museo Histórico-Religioso Curepto
- Museo Interactivo de Osorno
- Museo Lircunlautas
- Museo Mapuche de Cañete (*dibam*)
- Museo Minero Histórico Paleontológico
- Museo Municipal “Fernando Cordero Rusque”
- Museo Municipal de Bulnes
- Museo Municipal de Loncoche
- Museo Municipal de Pica
- Museo Municipal de Rere
- Museo Municipal de San Antonio
- Museo Nacional Aeronáutico y del Espacio (ejercito)* *
- Museo Nacional Benjamín Vicuña Mackenna (*dibam*)
- Museo Nacional de Bellas Artes (*dibam*)
- Museo Nacional de Historia Natural de Santiago (*dibam*)
- Museo O’Higiniano y de Bellas Artes de Talca (*dibam*)
- Museo Paleontológico de Caldera
- Museo Puerto Natales
- Museo Regional de Ancud (*dibam*)
- Museo Regional de Atacama, Copiapó (*dibam*)
- Museo Regional de la Araucanía (*dibam*)
- Museo Regional de Magallanes (*dibam*)

* * Por su categoría de museo “Nacional”, deja su dependencia administrativa a manos del Estado. Es importante destacar el rol autónomo (en términos de decisiones) de las instituciones u organizaciones militares, por consiguiente se observa como una excepción.

- Museo Regional de Rancagua (*dibam*)
- Museo y Archivo Histórico Municipal de Osorno
- Sala Patrimonial Fuerte Reina Luisa

Sobre lo anterior se destacan los museos municipales por sobre aquellos museos dependientes de universidades. Aquellos museos que se encuentran subrayados, pertenecen a dependencias económico administrativas de universidades estatales, por consiguiente se destaca a modo de análisis futuro. A su vez, aquel museo que se explicita en color azul, identifica una excepción de tipo institucional, ya que, a pesar de que ese museo es dependiente de órganos estatales (ejercito), es único en su categoría de museo Nacional, e ahí su ligación con los fondos estatales de fomento a la producción museal.

2.4.2- Museos Particulares.

Por museos particulares, se entienden aquellas instituciones culturales que se determinan como parte de alguna institución de derecho privado; donde su dependencia administrativa se vincula a fundaciones, corporaciones u organizaciones que no necesariamente con fines de lucro, establecen criterios de gestión sobre bienes, objetos e iniciativas en gestión cultural museal. Por museos particulares en Chile, se encuentran los siguientes ejemplares:

- Auto Museum Moncopulli
- Corporación Monumento al Trabajo Marítimo Ram Poderoso
- Mini Museo de Cobquecura
- Museo “Cómo recuerdo mi Pampa”
- Museo Arqueológico de los Andes
- Casa Museo Eduardo Frei Montalva
- Monitor r.h. Huáscar
- Museo Andino
- Museo Arqueológico de Santiago
- Museo Buen pastor de arte sacro y costumbrista
- Museo casa la Sebastiana
- Museo colegio Alemán de Santiago
- Museo de Artes Visuales
- Museo de Colchagua
- Museo de Historia Natural y Cultural del Desierto de Atacama
- Museo de la Escuela de caballería blindada
- Museo de la Gran Minería del Cobre
- Museo de la Solidaridad Salvador Allende
- Museo de Lota
- Museo de Sitio Oficina Humberstone
- Museo del Carmen de Maipú
- Museo el Mirador de Lukas
- Museo Escolar Juan Collao Cerda
- Museo Fonck
- Museo Histórico de Purén
- Museo Histórico y Militar de Chile
- Museo Infantil
- Museo Interactivo Big Bang
- Museo Interactivo Mirador
- Museo La Merced

- Museo Mapuche de Pucón
- Museo Militar Austral
- Museo Mina Chiflón del Diablo
- Museo Naval y Marítimo de Punta Arenas
- Museo Naval y Marítimo de Valparaíso
- Museo Parque Tantauco
- Museo Parroquial de Paredones
- Museo Postal y Telegráfico
- Museo Rally
- Museo Regional de Iquique
- Museo Rostros y Voces de Cobquecura
- Museo Salesiano Maggiorino Borgatello
- Museo San Francisco de Chillán
- Museo San José-Ranquil
- Museo Stom - Chiguayante
- Museo Viviente de las tradiciones Chonchinas
- Museo y Archivo Histórico de Arauco
- Parque Lota
- Parque Museo Ferroviario
- Parque pedro del río Zañartu, Hualpén
- Santuario Cuna de Prat
- Taller Cultural José Martí, Diego de Almagro

La anterior lista de museos, pertenece a aquellas instituciones que se administran bajo una entidad de derecho privado; llámese a esta fundaciones, corporaciones, empresas, etc. esto aclara el escenario sobre las vías institucionales de la cultura y los museos; de acorde a aquello, este análisis y recopilación, bajo su orden funcional, determina y aclara sobre financiamiento y los necesarios conductos institucionales de ciertos organismos de orden turístico cultural.

2.4.3.- Experiencias de Museos Comunitarios en Chile.

Lo referente a experiencias de museos comunitarios en Chile, es bastante variado, debido a que si bien Chile es un país centralizado; a continuación se analizan 4 proyectos de nueva museología en Chile, de los cuales tres pertenecen a provincias y uno a la capital Santiago de Chile.

Hablar de museos comunitarios en Latinoamérica, es hablar de una práctica que identifica el accionar de las vías institucionales en la región. Por ende Chile no se ha excluido de la región en dichos términos, dando vida a iniciativas de nueva museología, en especial a 4 museos comunitarios; El Museo Municipal de Bulnes, El Museo del Salitre María Elena, El Museo de Farmacia del Profesor César Leyton G y también El Taller Cultural José Martí, Diego de Almagro. Para establecer criterios de comparación es necesario establecer una exploración hacia las prácticas de dependencia institucional, además de las temáticas que se toman como propósito de las iniciativas.

El Museo Municipal de Bulnes es una iniciativa que depende administrativamente de la Ilustre Municipalidad de Bulnes, quien fundado en el año 2002, luce una orgánica referente a un museo comunitario, destacando como objetivo parte del rescate del patrimonio cultural de la comuna, además de rescatar ciertas manifestaciones artísticas y culturales de su gente. Principalmente sobre el manejo de colecciones que realiza, se destacan los de tipo folclórico, biográfico y objeto cotidiano entre otros. De esta manera el Museo Municipal de Bulnes, se muestra como una iniciativa de nueva museología, que desde la octava región de Chile, destaca por su iniciativa hacia y con la gente.

Por otro lado **El Museo del Salitre María Elena**, que depende administrativa y financieramente a la municipalidad de María Elena; ubicado en la segunda región de Antofagasta, específicamente en la provincia de Tocopilla; destaca por su tipología de museo comunitario, el cual en sus principios, en 1878 jamás pensó en la idea de un museo comunitario, hoy se posiciona como proyecto de vanguardia en cuanto a nueva museología se trata, rescatando, preservando, y difundiendo el patrimonio arqueológico e histórico de la pampa salitrera de la Segunda región, mediante el apoyo de la gente y su cultura, se desarrolla el concepto de museo comunitario; este museo el cual posee alrededor de 3000 objetos puestos en valor, trabaja sobre la arqueología, el folclore y los objetos cotidianos, quien desde la comunidad trabaja sobre el territorio y el concepto de patrimonio cultural.

Otra iniciativa de este tipo es **El Museo de Farmacia del Profesor César Leyton G**, el cual perteneciente a la Universidad de Chile, fue fundado en 1951, hoy se considera como museo de tipo comunitario, eso principalmente a que ha dado a conocer la historia de la

farmacia en Chile, a través de piezas, equipos y materiales recolectados a lo largo de años por estudiantes y público en general. El manejo de colecciones que posee este museo se vincula al área científica, tecnológica y biográfica, destacando alrededor de 550 objetos en exhibición. Las temáticas a tratar en consideración a este museo son precisamente las **áreas de extensión y comunicaciones** las que se destacan, entregando así un rol comunitario hacia la ciudadanía y desde la comunidad. Se destaca esta iniciativa como parte del departamento de extensión de la universidad de Chile.

Sobre experiencias como las anteriores también se destaca el proyecto **Taller Cultural José Martí, Diego de Almagro**, el cual funciona bajo una entidad de administración particular, este museo de tipo comunitario, fue creado en 1995, con el objetivo de resguardar y mantener la historia local del asentamiento, en especial del antiguo Pueblo Hundido, a través de la fotografía. El manejo de las colecciones, trabaja principalmente la fotografía, mediante un número de 60 objetos puestos en valor, este museo vincula sus directrices de crecimiento en su plan de extensión, por lo cual nos demuestra el manejo institucional desde la perspectiva de la **extensión e integración de la comunidad hacia la comunicación con su patrimonio**.

Finalmente después de explorar sobre las dimensiones y limitantes de las nuevas iniciativas de museología en Chile, es importante destacar el sentido extensivo de la integración social, entendiendo esto como parte de las políticas culturales de las instituciones de las cuales depende. De los cuatro casos observados 3 de ellos pertenecen a iniciativas fomentadas por el estado, destacando el gran sentido de descentralización que estos transmiten, fomentando el crecimiento de la industria cultural y descentralizando las acciones de turismo a través de prácticas de nueva museología en Chile. Destacando los planes que se gestionan en los departamentos de extensión de las instituciones sostenedoras de estos museos.

2.5.- Normativas Referentes Sobre Museos en Chile.

Lo relacionado con las normativas vigentes en materia de museología y sus respectivas aplicaciones, va de la mano con las necesarias regulaciones mínimas. Respecto a aquello es necesario realizar un alcance óptimo en términos de consideraciones tales como las siguientes; “Se declaran bibliotecas públicas o museos públicos, bajo tuición de la dirección general, todos los que se abran al público, sean fiscales o particulares.”¹⁴ Sobre dicho alcance y entendiendo a la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM), como parte de la estructura de Estado, mas específicamente dependiente del Ministerio de Educación; constitúyase un solo servicio de funciones coordinadas. “Las bibliotecas y los museos particulares y municipales podrán asimilarse al carácter de establecimientos públicos y recibir de la dirección general ayuda técnica y fomento de sus colecciones, siempre que cumplan con los siguientes requisitos: A).- Abrir sus salas al público por lo menos tres horas diarias, y B).- Enviar mensualmente a la dirección general un cuadro estadístico con los datos indicados en el formulario necesario.”¹⁵

Estas indicaciones de carácter normativo son los conductos institucionales que poseen las organizaciones competentes en gestión museal en Chile, por ende, es también necesario destacar aquellos museos de provincias, quienes, en términos de financiación, adaptan sus objetivos y metas a fin de los fondos que para ello consulte la ley de presupuesto. Aún así los museos nacionales tales como el Museo Nacional de Historia Natural, el Museo Histórico Nacional, el Museo Nacional de Bellas Artes; corresponden a órganos dependientes, pero autónomos de la DIBAM, por aquello comprenderemos; que la Subdirección Nacional de Museos no comprende la categoría de aquellos museos mencionados anteriormente (Nacionales), lo cual justifica la sentencia antes mencionada.

La dependencia administrativa corresponde principalmente al gobierno central (prioritariamente DIBAM), municipal, de fuerzas armadas, universitaria, de organismos de iglesias, privada y de corporaciones, fundaciones o sociedades diversas. Aquella disposición de órganos compone parte de la gama de conductos de fondos que se destinan a la gestión museal en Chile. A través de aquello, se destaca a la DIBAM (MINEDUC), como parte estratégica de la formación de dichos órganos y su respectiva oferta cultural, asumiendo una triple misión, que se enfoca en Museos por un lado, en Archivos por otro y también en Bibliotecas; por ende esta variabilidad de las acciones que se realizan a través de dicho organismo, proporciona una propósito demasiado amplio para las perspectivas múltiples de las temáticas por las cuales esta institución vela.

¹⁴ Art. 4; DFL 5200; Biblioteca del Congreso Nacional.

¹⁵ Art. 4; DFL 5200; Biblioteca del Congreso Nacional.

A pesar de tratar en el capítulo siguiente las temáticas que aborda la Subdirección Nacional de Museos, es de suma importancia destacar el rol de esta entidad en términos de participación. Este órgano dependiente de la Dirección de Bibliotecas Archivos y Museos, abarca un gran porcentaje de los 26 museos pertenecientes a la DIBAM. Donde se realizan diversas labores relacionadas a las temáticas en gestión museal.

2.6.-Revisión de lo Expuesto.

El punto de la revisión de lo expuesto; observa el proceso globalizador de múltiples cambios, no solo en la esfera cultural, sino en las diversas formas de expresión ciudadana. Tras la anterior premisa, tomaremos el tema ligado a la cultura y específicamente a las instituciones pertinentes a la gestión museal.

El desarrollo de la nueva museología a generado un quiebre entre lo vanguardista (por llamarle de algún modo) y lo clásico o tradicional, donde a través de aquella discrepancia se dispone de ciertas falencias comunicacionales que se generan tanto en lo tradicional, como en lo nuevo museológico. Por lo pronto, lo vinculado a la nueva museología comporta a desarrollar una investigación inductiva; que hacia el establecimiento de una base metodológica, busca en su esencia trabajar hacia su futura aplicabilidad.

Sobre lo anterior, es muy necesario, una sencilla y profunda definición conceptual sobre museos, además de la debida clasificación sobre experiencias previas instaladas; llámense estos, modelos de gestión y su respectiva aplicabilidad territorial, para así establecer los parámetros y limitantes legales que poseen ciertas instituciones de la contingencia nacional.

La nueva museología se mueve en el escenario de la posmodernidad, vinculando Territorio – Patrimonio – Comunidad; este suceso de cambios paradigmáticos genera una agitada escena nacional. Por lo cual el siguiente proyecto de titulación se observa como una base de estudio sólida para entablar futuros procedimientos aplicables a sus respectivos territorios.

CAPITULO III:

**ANALISIS DE ORGANISMOS
CULTURALES Y APLICACIONES EN
GESTION MUSEAL.**

3.1.- Gestión Museal.

3.1.1.- Sobre Gestión Museal.

Sobre las políticas de los museos y su gestión; es necesario visualizar al proceso que conjuga los requerimientos básicos de gestión de una organización, con la necesidad de estructurar toda una política en torno al museo como espacio de convivencia.

Sobre aquella perspectiva; históricamente los museos han sido depositarios de variados y exclusivos objetos, destacando el concepto colección como un destacado dentro del espacio museal. Hoy, los museos pasan a ser verdaderos centros educativo – comunicacionales; de aprecio al patrimonio. Precisamente, si el museo se mantiene vigente y presente dentro de la demanda cultural, el desafío es hacia la museología y su trazado bajo el concepto de gestión; para ser preciso, el concepto de gestión museal, nace entre las políticas culturales de las instituciones, la gestión de empresas (sin fines de lucro) y las diversas prácticas museológicas que llegasen a existir (diversos modelos de gestión).

Ahora, lo competente sobre el concepto de gestión museal, pasa por el grado de captación de recursos de diferentes fuentes de financiamiento, así como también por una mayor promoción del mismo museo, siendo esto último parte de las acciones críticas, que trabajando en torno a la imagen corporativa del museo trata sobre propuestas contemporáneas de museos. Muy por el contrario, la antigua gestión museal se enfocaba básicamente en el manejo de los objetos exhibidos, su conservación y custodia; hoy en día el paradigma de la nueva museología, involucra los términos de territorio – patrimonio – comunidad, donde se trabaja el concepto de gestión museal. Entender la gestión museal sobre los paradigmas ya mencionados, es creer en la capacidad de renovación e innovación de la museología.

Hablar entonces de gestión museal, involucra la utilización de herramientas de gestión y manejo de recursos; factores claves para el éxito del museo como institución en la competitiva sociedad contemporánea. Ahora sobre esa capacidad de gestión existente, es muy necesario desarrollar el término de la política concensuada, determinando a dicho lineamiento como parte del propósito de la gestión museal contemporánea.

Cuando hablamos de gestión museal, se atribuyen muchas concepciones, tales como el tema del espacio museal; este termino se determina principalmente por factores como la infraestructura museal, que a su vez involucra lineamientos sobre una planta mínima o básica de personal. Así sucesivamente hasta vincular el servicio museal hacia la capacidad de carga de una institución dedicada al turismo y a la cultura. Dentro de este mismo tema, de la gestión, se observa como los proyectos atractivos y competitivos, serán esenciales para la captación del financiamiento adecuado.

3.1.2.- Gestión y Extensión.

Cuando una determinada institucionalidad cultural, educacional, o museal se involucra con el mundo exterior y por supuesto con su comunidad, se puede hablar de la extensión de la gestión museal. Dicha extensión habla de la comunicación necesaria que debiese existir entre los paradigmas de la nueva museología y los comparandos institucionales que cimientan las políticas de acción de dichos museos; los cuales deberán estar dirigidas principalmente a la educación, para ser mas precisos, esta dirección se evoca hacia el que hacer comunitario; entendiendo a la comunidad como un propósito a trabajar.

Las relaciones del museo en materias de extensión son demasiado necesarias en las instituciones contemporáneas, ya que no solo se necesitan para estimular un proceso educativo complementario a la educación formal; sino, mayor aún, los museos deben desarrollar e implementar nuevas maneras de intercambio entre los mismos y la comunidad, fomentando las relaciones con instituciones del mundo patrimonial y turístico cultural.



Foto 2.¹⁶

El posmodernista concepto del **extensionismo institucional**, es la forma de abarcar radios de cobertura más amplios para las organizaciones; por ende, el proceso de extensión de las instituciones, se muestra como una opción viable en términos organizacionales, así como también en materia de **trabajo conjunto con profesionales externos** a las organizaciones, tal cual se observa en el diagrama 5 del punto 2.3.2, perteneciente a la subdirección de museos de Chile.

¹⁶ www.mre.gov.ve/.../Boletines2007/bole060-07.htm

3.2.- Organismos Responsables en Gestión Museal en Chile.

3.2.1.- Institucionalidad Cultural.

Cuando en Chile se habla de institucionalidad cultural, principalmente se refiere a 3 instituciones emblemáticas del concepto de estado; El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, el Consejo de Monumentos Nacionales y la Dirección de Bibliotecas Archivos y Museos (DIBAM). Lo particular de la institucionalidad cultural en Chile, es precisamente que, El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, tiene el rango de ministerio, en cambio, La Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos y El Consejo de Monumentos Nacionales, dependen de El Ministerio de Educación.

Lo que esta en boga, sobre la temática de la institucionalidad cultural en Chile, es el tema del patrimonio; desde aquella perspectiva, se observa como abordar las oportunidades de desarrollar unidades de comercialización de características tanto turísticas como culturales, con dicho propósito la unión de dos ministerios; El Ministerio de Cultura y El Ministerio de Educación, han proporcionado una propuesta técnica llamada “Comisión de Institucionalidad Patrimonial”, donde en el actual gobierno de la presidenta Bachelet, se ha dado el vamos a la creación del “Instituto del Patrimonio Cultural”, propuesta que trata de unificar tanto las iniciativas culturales del mundo público, como también del sector privado. Instituto que lleva por misión preservar y desarrollar las temáticas sobre patrimonio cultural, por supuesto, sobre una visión país.

Lo prudente a señalar de la institucionalidad cultural en Chile, es que avanza hacia un evidente progreso de la misma industria cultural, destacando las acciones, hacia un esfuerzo de tipo país, aunando las iniciativas públicas, privadas, así como también aquellas provenientes desde la sociedad civil o desde las comunidades.

De acorde a la temática y su respectiva conducción, es óptimo observar el rol de la institucionalidad cultural y su acercamiento a la gestión museal; por ende se tratará de establecer un alcance desde lo macro, hacia lo micro, afin de clarificar las directrices del presente Proyecto de Título.

3.2.2.- D.I.B.A.M.

La Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM), es una de las instituciones culturales emblemáticas más importantes del país, donde, desde el 18 de noviembre del año 1929, se ha relacionado de manera directa con el Ministerio de Educación de Chile. Este organismo de carácter público, posee personalidad jurídica y patrimonio propio. (D F L 5200). DIBAM, como referente cultural de la nación, se posiciona como una institución confiable, que posee por misión lo siguiente: “Promover el conocimiento, la creación, la recreación y la apropiación permanente del patrimonio cultural y la memoria colectiva del país, contribuyendo a los procesos de construcción de identidades y al desarrollo de la comunidad nacional y de su inserción en la comunidad internacional.”¹⁷

Durante las tres últimas décadas el mundo en general ha sufrido variaciones de tipo significativo; esto también repercute a nivel país, posicionando a la globalización como fuente cambio de las mismas organizaciones de referencia dentro de la industria nacional. Por ende las instituciones culturales emblemáticas de Chile como la Dibam, también han sido parte del escenario que se visualiza a presente y futuro. Respecto a aquello se muestra el organigrama del año 2008 de dicha institución, entendiendo a esta misma como parte de un grupo estratégico de relaciones museales.



Logo 1.¹⁸

¹⁷ http://www.dibam.cl/contenido.asp?id_contenido=77&id_subsubmenu=1123&id_submenu=1122&id_menu=1

¹⁸ http://www.reddeabastecimiento.org/dibam_logo.gif

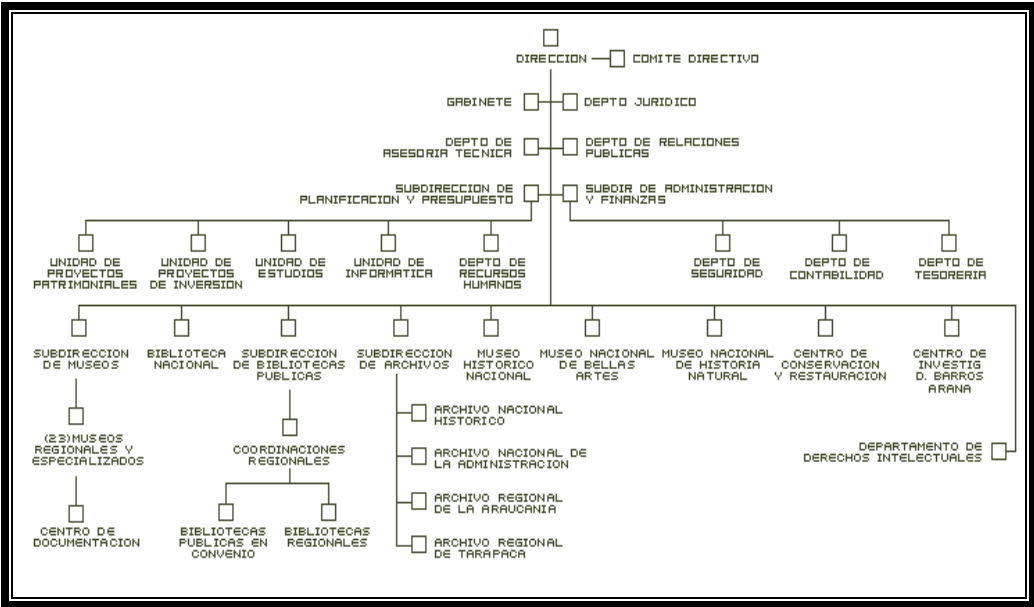


Diagrama 4.¹⁹

Lo prudente a observar del diagrama 4, es ver el grado de autonomía que ejercen los tres museos nacionales (Museo Histórico Nacional, Museo Nacional de Historia Natural y el Museo Nacional de Bellas Artes), donde los restantes 23 museos de regiones y especializados quedan bajo la tutela de la Subdirección Nacional de Museos.

Como se logra observar, Dibam, es una organización de peso institucional, sobre todo a nivel nacional, más aun considerando los lineamientos políticos de dicha organización, los cuales son; “Apoyar y asesorar en los niveles técnicos y de gestión a las más diversas instituciones, organizaciones o personas a fin de respaldar el trabajo que, desde otras áreas del Estado y de la sociedad civil, se realice en función de la promoción y conservación del patrimonio cultural”²⁰.

Tras todo lo anterior este organismo, es uno de los más competentes en términos de trabajo y experiencia de museos en Chile, este órgano posee bajo su tuición a 26 museos de Chile, de los cuales tres son nacionales e importantísimos en el desarrollo de las vías educacionales y comunicacionales con la sociedad.

¹⁹ http://www.dibam.cl/contenido.asp?id_contenido=475

²⁰ http://www.dibam.cl/contenido.asp?id_contenido=77&id_subsubmenu=1123&id_submenu=1122&id_menu=1

El Museo Nacional de Historia Natural, como experiencia de desarrollo DIBAM.

Hablar de museos en el contemporáneo mundo de relaciones sociales, y no hablar de comunidad – territorio – patrimonio, es prácticamente no visualizar el futuro que se aproxima. Así mismo, los museos de hoy en día se preparan para la implementación de diseños novedosos y propuestas interactivas de real cobertura en términos de su comunidad.

El Museo Nacional de Historia Natural (MNHN), desde 1830 ha impulsado el desarrollo complementario de la educación, sobre ciencias naturales específicamente; este proyecto conjuga los diversos conocimientos de los investigadores que allí se desempeñan, para transformar esa información en ciencia para el ciudadano, y no necesariamente en ciencia para los científicos. Desde aquel punto de partida se enfoca el desarrollo de nuevas programas hacia los conceptos de comunidad – territorio – patrimonio.

Conjunto a lo anterior el MNHN ha impulsado unidades de proyecto de nueva museología. No en su plataforma de desarrollo científico, ni organizacional; sino más bien en la inclusión de salas interactivas como lo es el caso específico de la “Sala de Biomas”, donde la ludicidad, la curiosidad, el sentido del querer descubrir, se mezcla con los juegos y paneles didácticos, que complementan partes importantes de los objetos que muestra esta institución. Junto con la sala de los biomas, se encuentra la “Sala del Cobre”, donde se muestra la civilización del hombre en torno a sus recursos y su debido y prudente desarrollo; a pesar de estas dos experiencias, el museo cuenta con diversos equipos de modernización de las prácticas museológicas, demostrando un aporte necesario en términos de **extensión**, lo cual se comprueba con el desarrollo del programa “MUVACO”, MUseo VA a tu COMuna, intuyendo las necesarias adaptaciones de los escenarios que propone la nueva museología.

Esta experiencia de un museo nacional de Chile, es un modelo a seguir en términos de programas hacia la comunidad e implementación de salas didácticas.



Logo 2.²¹

²¹ <http://www.fundacionraphilippi.cl/link/mnhn.jpg>

3.2.3.- Subdirección Nacional de Museos.

Esta entidad bajo la tutela de la Dirección de Bibliotecas Archivos y Museos, tiene por misión; “promover el desarrollo armónico y sostenido de los museos de Chile.”²², donde; “Sus expectativas de desarrollo la orientan a transformarse en una entidad capaz de coordinar, asesorar, apoyar y regular el desarrollo de los museos chilenos; a constituirse en un centro de referencia en materias museológicas para instituciones nacionales y latinoamericanas que conservan patrimonio; con importantes programas de capacitación, proyectos de desarrollo en el área del público y difusora de nuevos enfoques en torno al patrimonio.”²³

La Subdirección Nacional de Museos tiene a su haber, la tuición de 23 museos regionales y especializados. Lo que realmente compete, hacia el presente Proyecto de Título es analizar el que hacer comunicacional de los museos, dando énfasis en aquellos que a pesar de ser reconocidos como públicos, son estatales en su forma y dependencia administrativa. Respecto a lo anterior se explicitan los 23 museos dependientes de la Subdirección Nacional de Museos, con sus respectivas diferenciaciones temáticas.

-Museos Especializados:

1. Museo de Artes Decorativas.
2. Museo Benjamín Vicuña Mackenna.
3. Museo de la Educación Gabriela Mistral.
4. Museo Histórico Dominico.

-Museos Regionales:

5. Museo de Antofagasta.
6. Museo Regional de Atacama.
7. Museo Arqueológico de La Serena.
8. Museo Histórico Gabriel González Videla (La Serena).
9. Museo Gabriela Mistral (Vicuña).
10. Museo del Limarí (Ovalle).
11. Museo de Historia Natural de Valparaíso.
12. Museo Antropológico P. Sebastián Englert (Isla de Pascua).

²² http://www.dibam.cl/subdirec_museos/contenido.asp?id_submenu=90&id_contenido=42&id_menu=53

²³ http://www.dibam.cl/subdirec_museos/contenido.asp?id_submenu=88&id_contenido=39&id_menu=53

- 13. Museo Regional de Rancagua.
- 14. Museo Ohigginiano y de Bellas Artes de Talca.
- 15. Museo de Bellas Artes y Artesanía de Linares.
- 16. Museo Histórico de Yerbos Buenas.
- 17. Museo de Historia Natural de Concepción.
- 18. Museo Mapuche de Cañete.
- 19. Museo Regional de la Araucanía (Temuco).
- 20. Museo de sitio Fuerte Niebla (Valdivia).
- 21. Museo Regional de Ancud.
- 22. Museo Regional de Magallanes.
- 23. Museo Antropológico Martín Gusinde (Puerto Williams).

Luego de haber examinado los 23 museos dependientes de la Subdirección Nacional de Museos, es necesario aclarar que los 23 anteriores museos, más El Museo Histórico Nacional, El Museo Nacional de Historia Natural y El Museo Nacional de Bellas Artes (Museos Nacionales en Categoría y Jerarquía); componen los 26 museos dependientes de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos.

El diagrama numero 5, muestra la estructura organizacional de la Subdirección Nacional de Museos, lo cual muestra el sentido de dependencia administrativa de la DIBAM y principalmente **destaca la utilización de profesionales externos, lo cual abre un nicho de mercado sobre la investigación y futura propuesta que se materializa en el presente Proyecto de Título.**

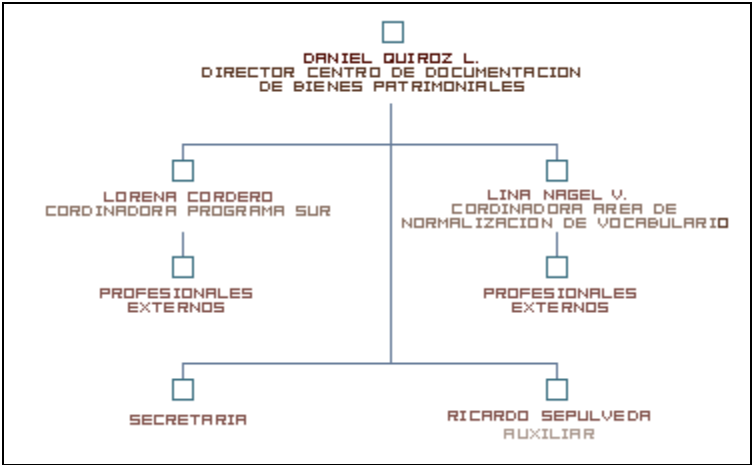


Diagrama 5.²⁴

²⁴http://www.dibam.cl/subdirec_museos/contenido.asp?id_contenido=333&id_subsubmenu=1014&id_submenu=108&id_menu=56

3.2.4.- Organismos de Derecho Privado.

Sobre los actores que participan desde el mundo privado, que intervienen en cultura, y en específico en temas que se aplican sobre las prácticas de museología, se destacan una serie de organismos, que principalmente componen el desarrollo de la industria cultural y turística.

Desde esta perspectiva también se observan organismos, que a pesar de pertenecer de manera directa a la orgánica del concepto de estado, no necesariamente sustentan instituciones museológicas con aporte fiscal; **por ende el tema del aporte fiscal sobre los museos es lo que determina el carácter de estatal o no estatal**, de estos mismos. El sentido del aporte fiscal, solo canaliza la conducción de la gestión de recursos; no involucra gran trascendencia sobre el sentido aquel. De acorde a lo anterior es también necesario aclarar que museos públicos son todas las organizaciones que abren sus puertas al público, no necesariamente son aquellos pertenecientes a organizaciones gubernamentales o estatales. Los organismos que se relacionan hacia el mundo particular, principalmente son los vinculados a los museos de las Fuerzas Armadas, a aquellas universidades de derecho privado, también a Iglesias, Parroquias y comunidades religiosas, Corporaciones, Fundaciones y demás personalidades jurídicas sin fines de lucro, sociedades diversas, entre otras iniciativas museológicas. Determinante es analizar también el grado de participación de las instituciones que se posicionan comparativamente como proyectos de carácter privado, para así también resolver propuestas que necesariamente se establecerían desde el mundo mixto; llámese a esto la unión de lo privado y lo estatal en materias de museología.

La oferta de los museos de las características que se destacan en esta página (privados), es alrededor de 53 museos en funcionamiento, lo cual respecto a la oferta cultural genérica a nivel país, estima un balance positivo en materias de iniciativas museológicas. Lo importante a destacar es la presencia de la nueva museología en los proyectos de iniciativas privadas, de las cuales se destaca la iniciativa, del Museo “Taller Cultural José Martí, Diego de Almagro”, donde bajo el concepto de museo comunitario es un claro ejemplo de la nueva museología en la esfera de derecho privado.

3.3.- Gestión Museal y Capital Social.

La gestión museal, a pesar de ser un concepto contemporáneo; como se ha referido con antelación, se aplica a la capacidad de las organizaciones por obtener recursos, lógicamente acompañado de los necesarios y críticos procesos empresariales que requieren estas personas jurídicas. A través del sentido funcional de la gestión museal, así como también en materias de turismo y cultura, se establecen instancias, tales como convenciones, declaratorias, encuentros, mesas de dialogo; en sí, instancias de tipo multilaterales en su mayoría, ejemplificaciones que se entienden en el presente Proyecto de Título con el concepto de Capital Social; desde esta perspectiva se entiende por capital social lo siguiente: “Por capital social se entiende el conjunto de normas, instituciones y organizaciones que promueven la confianza y la cooperación entre las personas, en las comunidades y en la sociedad en su conjunto. En aquellas formulaciones del paradigma del capital social que se concentran en sus manifestaciones colectivas, se plantea que las relaciones estables de confianza y cooperación pueden reducir los costos de transacción, producir bienes públicos y facilitar la constitución de actores sociales o incluso de sociedades civiles saludables.”²⁵

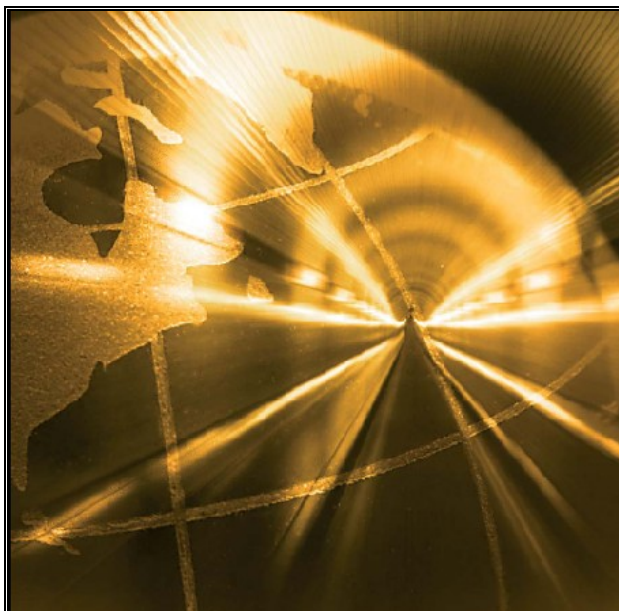


Foto 3 ²⁶

Bajo estas premisas, las diversas manifestaciones tanto a nivel gestión museal, como a nivel de capital social, se desarrollan a distintos niveles, los cuales se tratarán en los puntos sucesores. Es de suma importancia destacar que los conceptos que se investigan y se trazan bajo un horizonte ideal, son de gran relevancia en materias de propuestas e iniciativas posteriores.

²⁵ http://www.plataforma.uchile.cl/fg/semestre1/_2004/asocia/modulo2/clase3/temas/tema01.htm

²⁶ <http://www.fundacioncaixagalicia.org/StaticFiles/Repositorio%20Multimedia%202007/Imagen/Fundaci%C3%B3n/archivos/retoeconomiacief.jpg>

3.3.1.- Redes Internacionales

El propósito multilateral de las acciones de museología se establece a fin de desempeñar los conceptos de Capital Social y también de Gestión Museal. Desde aquel antecedente, se explora sobre los levantamientos informativos anteriores, para interpretar dichos espacios de confluencias sobre materias que abarcan e involucran temáticas tales, como principalmente la museología, entre otras temáticas. Mediante este Proyecto de Título, se establecen las bases investigativas para sostener una propuesta seria sobre los criterios de la nueva museología.

Aquello que al final de este capítulo se establece bajo el concepto de “Estrategias de comunicación de tipo multilateral”, sobre la exploración y el mismo bagaje de la investigación, trasciende al concepto de “Capital Social Multilateral”, donde principalmente se destacan ciertos eventos de grandes magnitudes; tales como, aquellos que poseen una convocatoria masiva y que además establecen los criterios y las propuestas necesarias para elaborar un encuentro destacado, aquellos factores son críticos en el desarrollo de actividades tales como convenciones, declaraciones, congresos, mesas redondas, etc. A través de iniciativas de orden internacional (Latinoamericanas, Iberoamericanas, mundiales, etc.), se nutre el que hacer de la museología, pero no solo de la museología, sino de las diversas interpretaciones de la nueva museología en las vías institucionales a nivel global.



Logo 3.²⁷

ICOM es una organización no gubernamental, que posee un gran nivel de coordinación con la UNESCO, además de tener el status de órgano consultivo del consejo económico y social de las naciones unidas. Lo cual lo posiciona como un referente institucional de relaciones multilaterales; desde dicha perspectiva, “El Consejo Internacional de Museos (ICOM) es una organización internacional de museos y profesionales, dirigida a la conservación, mantenimiento y comunicación del patrimonio natural y cultural del mundo, presente y futuro, tangible e intangible.”²⁸

²⁷ <http://www.icom-ce.org/index.php>

²⁸ <http://www.icom-ce.org/index.php>

Sin lugar a duda, de las organizaciones que se dedican a la museología ICOM, se posiciona como una macro-institución, contribuyendo al estudio de la ciencia museológica y en el desarrollo de instancias de Capital Social Museal; demostrando así, que las redes de orden internacional poseen un conducto funcional necesario en torno a las políticas culturales que atañen a los museos de todo el mundo. Además de ICOM, también son considerablemente posicionadas en Latinoamérica las instituciones de redes regionales tales como RED-ILAM o la Red Latinoamericana de Museos Universitarios, entres otras iniciativas del mismo tipo.

3.3.2.- Redes nacionales.

Dentro del prospecto de iniciativas de orden nacional, que en Chile, se efectúan, se observan ciertos eventos como protagonistas de escenarios posibles, que de seguro darán desarrollo y fruto de la nueva museología en Chile. Por ende estas iniciativas se destacan por argumentar y plataformizar la institucionalidad museística nacional; a fin de generar la necesaria cobertura hacia la institucionalidad cultural y desde la institucionalidad cultural. En dicho sentido la información y la comunicación que debiese existir entre las diversas iniciativas institucionales, es fundamental en el desarrollo de una cultura museística nacional de peso y renombre internacional.

Bajo el anterior párrafo, se destaca la iniciativa “Base Musa”; financiada por el Fondart y patrocinada por la Subdirección Nacional de Museos; esta institucionalidad nace “como una manera de activar la interacción entre los museos; La Subdirección Nacional de Museos ha promovido la creación de organizaciones de museos de carácter voluntario y autónomo, de nivel regional, para compartir ideas, discutir problemas comunes y desarrollar proyectos conjuntos.”²⁹ A través de estas iniciativas se articulan las necesarias redes de capacitación e intercambio entre organizaciones que contemplen proyectos de museología.

Ahora, si bien Base Musa, no es una propuesta de nueva museología como tal; si, argumenta y explora el soporte que se necesita para implementar proyectos tentativos a prácticas en nueva museología. Aplicado a lo anterior en Chile es destacable la implementación de redes o bases de datos, por que contribuyen al espesor cultural necesario en materias de museología que se necesita en Chile; a través de gestiones como las destacadas, se promueven y se articulan las relaciones sociales o las fuentes del Capital Social, para así a un futuro próximo, implementar proyectos de nueva museología significativos en materias de financiamiento.

Lo interesante de destacar nuevamente de Base Musa, es la capacidad de instalar a través de un medio *Web*, un verdadero registro de los museos que, por supuesto, quieran adherirse a dicha iniciativa. Algo realmente significativo de Base Musa es su funcionamiento y realce, a través de las redes regionales de Chile, las que se observarán en el siguiente subtítulo.



Logo 4.³⁰

²⁹ <http://www.basemusa.cl/>

³⁰ <http://www.basemusa.cl/>

3.3.3.- Redes Regionales (a nivel país).

Como se destaca anteriormente el proyecto Base Musa, es impulsado por las redes regionales, las cuales forman parte importante de la orgánica de dicho proyecto. Así mismo, existe un listado de redes regionales, las cuales se ordenarán de manera territorial según orden de ascendencia.

Las Redes Regionales a destacar según la Subdirección Nacional de Museos (DIBAM), son los siguientes:

- Red de Museos de la II Región.
- Agrupación de museos de Atacama.
- Asociación de Museos Quinta Región.
- Museos de la Sexta Región.
- Museos de Séptima Región.
- Coordinación de museos Región del Bío Bío.
- Coordinación de Museos de la Décima Región.
- Asociación de Museos Magallánicos.

Sobre las redes regionales es importantísimo destacar el rol de la descentralización de las industrias culturales, como parte de las iniciativas en las regiones de Chile. Fomentando y sosteniendo el desarrollo armónico de los museos en sus respectivas regiones.

El fomento de las articulaciones regionales son parte de la estrategia de la nueva museología, donde se espera se logre un espesor de conciencia sobre las características patrimoniales y las particularidades de cada sector- territorio, para con la comunidad.

En definitiva las acciones de descentralización no solo contribuyen al desarrollo de una institucionalidad nacional museal sólida y firme, si no también posiciona a las regiones como atractivos turísticos de gran envergadura, desde y hacia lo cultural.

3.3.4.- Grupos Estratégicos.

Primeramente se entiende por grupos estratégicos aquellos bloques o disposiciones, que en términos de decisiones, actúan de manera uniforme, de acorde a los grados de fidelidad y compromiso que esto mismo afiancen. Por ende cuando se establecen ciertos grupos estratégicos, básicamente se observa desde su perspectiva económico-administrativa.

De aquella perspectiva el Estado de Chile se configura como un ente participativo y claro en la consolidación de una institucionalidad museal, quien, con la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, y su dependencia La Subdirección Nacional de Museos, son los entes que pertenecientes al sistema de institucionalidad cultural nacional, poseen en los 26 museos de DIBAM (3 de los 26 tienen la categoría de nacional); además de dichas iniciativas, también se asoman las Redes Regionales antes mencionadas y aquellos municipios que posean una gran cantidad de museos bajo su tuición. También se destacan en un porcentaje menor algunos ministerios, gobernaciones e intendencias. Estos últimos (grupos estatistas; DIBAM, ministerios, universidades etc.) alcanzan metas de acorde al grado de articulación que exista referente a las redes regionales (que existen), y como estas se posicionan a nivel país.

Ahora desde otra perspectiva, visto desde el mundo de las instituciones independientes del aparato estatal, se posicionan también ciertas Fundaciones de renombre, Corporaciones o sencillamente Privados. También se destacan los grupos estratégicos pertenecientes a las comunidades religiosas, llámense estas congregaciones, iglesias o parroquias, que se posicionan con un pequeño porcentaje de instituciones museales a nivel país. Sin embargo, existen algunas instituciones, que a pesar de conformar parte de la orgánica del Estado de Chile, no se financian por aporte fiscal; como los museos pertenecientes a las Fuerzas Armadas, que primordialmente son financiados por corporaciones u otras instancias. La cantidad porcentual de los grupos de orden militar en la institucionalidad museal, es bastante apreciable, principalmente por que son el alero de las instituciones que pioneramente introdujeron sus conocimientos en el mundo de la museología, lo cual no deja de ser cuantitativamente significativo.

3.4.- Museos e Industrias Culturales.

El concepto de Industrias Culturales, va desde los años 50's hasta nuestros días; hoy el termino se encuentra en un notorio avance en materia de desarrollo; de una asociatividad necesaria para fomentar y plataformizar una industria seria, competitiva.

Desde aquella perspectiva, el presente proyecto de titulación, perteneciente a la Carrera de Gestión en Turismo y Cultura, busca interpretar aquellos nichos de mercado que ocurren a nivel de gestión; por ende cuando el presente proyecto incluye el concepto gestión, lo asume tanto desde la perspectiva de la gestión cultural, así como también de la gestión turística de desarrollo cultural.

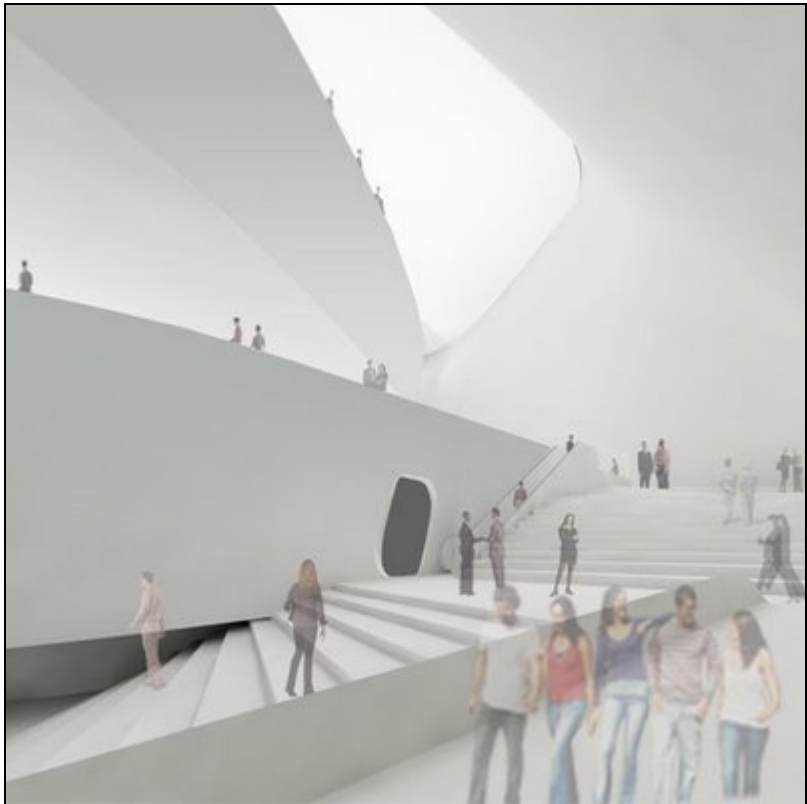


Foto 4.³¹

³¹ http://mexicoparalosmexicanos.blogspot.com/2008_05_01_archive.html

3.4.1.- Turismo Cultural y Museos.

El turismo cultural en Latinoamérica esta creciendo a pasos agigantados, lo cual es claramente comprobable si nos acercamos a las experiencias a nivel local o a nivel país. Asimismo los profesionales del área turística se desenvuelven en deleitar a sus visitantes, tanto así que se trabaja en pos del tiempo libre de este último; para así mismo llenar de maneras innovadoras aquellas holguras, con prácticas que vinculen proyectos cercanos a la museología o a la nueva museología. ¿Por que entonces, los proyectos de museología son tentativas viables a incluir en los circuitos turístico-culturales?, precisamente el concepto cultural, abarca las similitudes que se encuentran sobre la industria turística, así como también se encuentran en la industria cultural. Si observamos desde la perspectiva patrimonial, los museos o las iniciativas museológicas (salas, museos comunitarios, etc.) son parte constituyente de un producto/servicio más en la oferta cultural nacional, por ende acelera y agudiza ciertas posibilidades de cohesión social, tales como la creación de empleos entre otros.

Sobre las materias de gestión que involucran el carácter sostenible del patrimonio cultural, se hace urgente destacar el grado de conciliación que se necesita entre la conservación y el carácter rápidamente cambiante del medio. E ahí, el núcleo de fortalecimiento de la gestión del patrimonio; ya que si detenidamente se observa al patrimonio cultural, este es un recurso único e irremplazable.

3.4.2.- Los Museos y el Desarrollo Turístico.

Cuando se hace referencia a las temáticas que involucran ciertas vertientes técnicas, tales como el tema turístico, o temas como la conservación patrimonial; se adopta al patrimonio como un recurso de real envergadura para el turismo, donde se establecen los museos como instituciones del patrimonio, entregando un destacado papel en el desarrollo del área cultural del turismo, así como también en el desarrollo de localidades turísticas.

La nueva museología habla del cambio de paradigma hacia los conceptos de patrimonio – territorio – comunidad, desde allí se matiza una plataforma de acción cultural, que no necesariamente delimita las iniciativas, mas bien por el contrario, el sentido exploratorio de esta investigación inductiva, nutre de vertientes enfocando al turismo y a la nueva museología como una de las posibilidades de establecer una oferta de acorde a las exigencia de la demanda turística hacia el sentido cultural de las comunidades, entre otras motivaciones e intereses personales.

“El turismo cultural es una actividad de ocio cada vez más generalizada que ofrece, como valor añadido sobre otro tipo de turismo, experiencias relacionadas con el saber y el aprendizaje. Esta forma de turismo activo se ha incrementado en los últimos tiempos y está influyendo en el descenso del tradicional mes de veraneo en la playa y a favor de períodos más cortos de vacaciones, distribuidos durante todo el año, en diversos destinos, nacionales e internacionales. A él hay que añadir el turismo de fin de semana y el excursionismo, con un componente muy elevado de turismo cultural. El sector turismo requiere desarrollar nuevos productos de calidad capaces de enfrentar con éxito la competencia de otras propuestas. La cultura es al respecto un recurso excepcional que, además, a través del turismo se transforma en la mejor fuente potencial para financiar la preservación del patrimonio cultural. Aquí radica el papel primordial que deben jugar los museos buscando siempre beneficios comunes.”³²

Tras la anterior cita, es muy necesario establecer un alcance hacia las mismas estrategias de comunicación que se trabajan dentro de la institucionalidad cultural, así como también en las diversas iniciativas de relación entre el turismo y la cultura.

³² <http://www.nuevamuseologia.com.ar/Museosydesarrollo.htm>

3.5- Estrategias de Comunicación Sobre el Concepto de Museo.

Tras las anteriores pinceladas, sobre museos y sus respectivas definiciones conceptuales, ahora se requiere especificar sobre ciertas estrategias, que dentro del marco de la comunicación como un aspecto fundamental en el desarrollo del museo, y también bajo el paradigma de la nueva museología, son parte principal de muchos de los procesos museales, procesos de orden significativo a la hora de la interpretación de los visitantes sobre el museo.

La realidad en la que se contextualiza este Proyecto de Título, exige al menos cuatro líneas estratégicas que involucren acciones de comunicación. Ahora antes de acceder a dicha explicación, el carácter inductivo (explora, describe y luego genera perspectivas teóricas o propuestas) de esta investigación, no asume al término comunicación ya antes definido, como único y absoluto, es más, se asume cierta flexibilidad en el lexema, de acuerdo a su respectiva conducción terminológica, cuando sea necesario.

Las líneas estratégicas que se destacan son principalmente cuatro; a nivel organizacional, a nivel institucional o interinstitucional, a nivel de dialogo museal y a nivel turismo cultural y desarrollo sustentable. De manera detallada se establecerá una introductoria a los niveles de estrategia comunicacional dentro del marco conceptual de museo.

3.5.1.-Estrategia Comunicacional a Nivel Organizacional.

Muchas organizaciones suelen tener conflictos; asumiendo esa premisa, todos los seres humanos establecen ciertas complejidades necesarias hacia el funcionamiento de la vida en relaciones, por lo cual una organización de personas hacia un objetivo común, con su respectiva misión en común, que además posee estrategias en común, debe asumir el relacionarse de una u otra forma con problemas, conflictos u otras irregularidades. Por lo mismo los canales comunicativos, se aplican a la consecución de dichos objetivos y metas; ahora para que ciertos canales comunicacionales, puedan actuar de manera clara, se tienen que desarrollar políticas, estrategias y planes comunicacionales claros y simples. A pesar de que esto incide de manera directa en el funcionamiento de una organización museal, lo pertinente al Proyecto de Título que se desarrolla, es indagar en los posteriores tres niveles estratégicos en la gestión museal. Aun así el carácter cualitativo de la investigación asume un rol epistemológico y de constante indagación, para así poder extender de manera precisa algunas consideraciones respecto a las estrategias comunicacionales a nivel organizacional. Lo considerable de este subtítulo es que, si hay problemas internos de comunicación, hay serios problemas de tipo funcional en la gestión de un museo, por ende si el museo no funciona de manera organizativa, menos lo hará a nivel institucional, por eso este hincapié al área de gestión organizacional, por que si esta se duerme, todos duermen en el museo, además hay que recordar el contexto de la nueva museología y sus propuestas contemporáneas.

3.5.2.-Estrategia Comunicacional a Nivel Institucional.

De acuerdo a lo anterior, este punto o subtítulo busca extender, acerca de estrategias de comunicación a nivel institucional o interinstitucional. En un primer momento se hace un alcance al nombre interinstitucional o a nivel institucional; aquello refiere a las relaciones que se ejercen través de la institucionalidad cultural museal, por ende cuando referimos al término Inter, refiere a la capacidad de relacionar y proponer alcances significativos respecto aquello. Este punto sustenta tres aristas necesarias en la comprensión de los alcances de dicha institucionalidad; Corporativo, Multilateral, Social. Por lo cual es necesario entablar ciertas diferenciaciones, con sus respectivas ejemplificaciones o aplicaciones de sistemas estratégico comunicacionales a nivel institucional.

a).-Estrategia comunicacional corporativa.

Por estrategia comunicacional corporativa, se entiende todo aquel tipo de relaciones ligadas al tema de posicionamiento en términos de diseño museológico, por ende un diseño potente afín al posicionamiento de marca, también es muy necesario para el ser comunicacional que explora el museo en sí mismo, por ende las relaciones de tipo ínter museos son aquellas ejemplificaciones de tipo relacional que obedecen funcionalmente a caracteres similares, desde ese sentido, se observan también grupos estratégicos de orden corporativo, donde a modo de ejemplo, en Chile encontramos la “Dirección de Bibliotecas Archivos y Museos” (DIBAM), una institución que está al alero de los museos estatales, la cual de manera emblemática conlleva muchas de las gestiones e iniciativas estratégico comunicacionales a nivel institucional en Chile. Dentro del marco de la nueva museología, el área corporativa no se considera como un departamento más, se establece a la vez toda una política en torno al sector marketing; y en particular, frente a la nueva museología, a través de diversos planes y estrategias de marketing, tratan sobre la cobertura del concepto comunidad, frente a aquello se elaboran planes, y herramientas estratégico comunicacionales de acuerdo al contexto inmediato y, por supuesto al macroentorno global.

b).-Estrategia comunicacional multilateral.

Cuando se hace alusión al tema multilateral, necesariamente recaemos sobre las plataformas institucionales, entiendo por aquello; las instituciones como tal, grupos estratégicos, encuentros, convenciones, declaraciones, redes, entre otros. Todo en el marco antes establecido, sobre temas que involucran las nuevas tendencias de la museología contemporánea, y a la vez responden a las temáticas sobre turismo cultural, por ende, muchas de las decisiones que se elaboran en el marco multilateral, pasan por líneas estratégicas de

comunicación interinstitucional, que de seguro posicionan ciertas relaciones como exitosas en el marco de la nueva museología. Por tanto, el posicionamiento estratégico de las organizaciones, pasan por las alianzas, bloques o grupos, que se asumen como sujetos participativos en la elaboración de políticas culturales, planes e iniciativas a nivel región.

Un claro ejemplo de una iniciativa multilateral es la “Red Latinoamericana de Museos Universitarios”, una institución que agrupa divergencia de universidades cuya misión es: propiciar acciones y programas de intercambio, cooperación y **comunicación**, con el fin de sentar lineamientos, entrelazar conocimientos y prácticas, en un ambiente de equidad y movilidad, que legitimen y difundan su gestión. Esta Red tiene por propósito gestionar los marcos interinstitucionales, lo que ahora se conoce arista de la terminología comunicacional, en el marco institucional y multilateral; donde necesariamente su dimensión hacia el accionar de las decisiones y alianzas de los países y sus respectivas regiones, apuntan hacia su posicionamiento. Desde esa perspectiva se promueve el diseño de estrategias, hacia planes de desarrollo y gestión, para así establecer metodologías, criterios, modelos, teorías y estándares en gestión museal, donde además se trabaja y se asesora el diseño de estrategias conjuntas de comunicación, divulgación y formación de públicos, entre otras funciones de índole multilateral, lógicamente enfocado en el paradigma de la nueva museología. Lo interesante de destacar es el sentido **cualitativo** de la gestión de los museos, quien por sobre los factores y criterios cuantitativos elabora y diseña programas de desarrollo comunicativo multilateral. Con la existencia de estas instituciones se abren espacios de encuentro y discusión, con el fin de plantear proyectos de cooperación multilateral en el ámbito de la nueva museología y la gestión del patrimonio en la región. Cabe destacar, que, a la vez muchas de estas iniciativas multilaterales, tiene que ver con los dos puntos que componen las estrategias a nivel institucional o interinstitucional, lo que vislumbra el carácter sinérgico de la investigación y propuesta que se desarrolla.

c).-Estrategia comunicacional social.

Dentro del marco de la institucionalidad, la nueva museología y las estrategias de desarrollo comunicacional; se asume un rol social, rol que se retroalimenta de los anteriores puntos tratados (corporativo – multilateral), ya que cuando se establece alguna acción de índole multilateral, esta puede o no necesariamente, extender la acción hacia un sentido funcional del museo como agente de cambio y desarrollo social. Este compromiso se establece a través de la articulación entre instituciones públicas y privadas en el marco antes establecido, y por supuesto sobre el carácter multilateral.

Sobre esta materia la Declaración de la Ciudad del Salvador, Bahía, 2007; que corresponde a su vez al Primer Encuentro Iberoamericano de Museos, en donde participaron

representantes de; Andorra, Argentina, Bolivia, Brasil, **Chile**, Colombia, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Ecuador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Republica Dominicana, Uruguay y Venezuela. En esta iniciativa, principalmente, se abordaron temáticas tales como la articulación de temas relacionados a la gestión e intercambio de experiencias, prácticas y conocimientos producidos, dentro y sobre el proceso museal y el paradigma de la nueva museología, donde a través de estrategias para la implementación de políticas públicas, se comprende al museo como una herramienta de transformación social estratégico, equitativo y sostenible en términos de su desarrollo industrial. Algunas de las propuestas que se han generado se destaca El Programa de Ibero museos, La Red Iberoamericana de museos, El Registro de museos Iberoamericanos, El Observatorio de museos Iberoamericanos, también destacando El Portal Iberoamericano de Museos, entre otras propuestas más. Lo importante a destacar de las propuestas que se nombraban anteriormente es el sentido comunicacional que poseen, además de la amplia cobertura interinstitucional, ya que, siempre se debe tomar en cuenta, que de aquel encuentro participaron las instituciones más emblemáticas de los estados que allí estuvieron.

3.5.3.-Estrategia Comunicacional a Nivel Dialogo Museal.

Desde esta perspectiva de las estrategias comunicacionales; se puede visualizar hacia un sentido dialógico, de actualización de formas y tecnologías expositivas; atendiendo a la nueva museología, hacia los cambios paradigmáticos que experimenta la ciencia y las demandas del mundo actual. En torno a ese marco se buscan las posibilidades de innovación a partir de experiencias antes instaladas, para así efectuar un trato museal, que en torno al dialogo, establezca grandes porcentajes de captación en términos de comunicatividad.

Es entonces aquí donde se establecen los criterios básicos de comunicatividad, que serán establecidos mas adelante.



Diagrama 6

Lo que se deja a analizar en el siguiente cuadro es la forma de enmarcar el sistema formal de comunicación; compuesto por Emisor – Mensaje – Receptor, para adaptarlo al concepto integral de la nueva museología y la gestión museal. Por tanto en este cuadro, el clásico mensaje, hace referencia a la señal y al diseño de objetos de valor patrimonial y turístico cultural, mientras que los factores cambian su estrategia posicional (destinatario explora – descubre) para asegurar un eficiente control y evaluación de dichos procesos comunicativos. Esto como parte de la simpleza de un proceso comunicacional, se entiende lo anterior, ahora respecto a la dimensión dialógica, y es precisamente el museo quien cuenta con una dimensión dialógica, además de poseer sus propias formas discursivas, lo que lo eleva aun mas a ese que hacer comunicacional. Por ende es siempre importante ver al museo como un lenguaje significativo; ya que no solo ofrece contenidos expositivos, sino que principalmente **comunica** y relaciona signos y objetos, a través de la semántica.

FORMAS DISCURSIVAS DEL MUSEO		
Centro Emisor	Canal de Comunicación	Centro Receptor
Museo	Edificio y Exposiciones de Objetos	Visitante

Diagrama 7

El anterior recuadro afirma lo característico de un sistema de comunicación simple, el cual integra la asociatividad de variables, vistas de una perspectiva diferente, donde no necesariamente difieren ciertos términos de otros; lo destacable es que el canal de comunicación, quien en el diagrama 6, establecía el nombre de mensaje; ahora en el diagrama 7 lo entendemos por dialogo museal, que a su ves destaca desde perspectivas institucionales, sobre el concepto de edificio y las exposiciones mismas de objetos. Lo realmente importante en la dialéctica de los anteriores y futuros diagramas, no es su complejidad, sino busca integrar estos sistemas de comunicación a los paradigmas de la nueva museología (como se aprecia en el cuadro o diagrama 8).



Diagrama 8

El siguiente diagrama busca interpretar los anteriores cuadros, ahora sintetizados sobre la modalidad de la nueva museología y su cambio de paradigmas; lo que permite **visualizar un campo comunicacional más extenso, de eso refiere este proyecto, de hecho busca obtener una representatividad en términos de cobertura comunicacional y su relación con la comunidad.**

Sustancialmente las estrategias comunicacionales a nivel de dialogo museal, se expresan como parte importante de este Proyecto de Título, formando una inmediata relación con el siguiente punto que se establece como estrategias a nivel turismo cultural y desarrollo sustentable.

3.5.4.-Estrategia Comunicacional a Nivel Turismo Cultural y Desarrollo Sustentable.

Antes de comenzar las argumentaciones necesarias, se debe esclarecer cierta terminología adjunta al posterior encabezado; por ende, por desarrollo sustentable se entiende; satisfacer necesidades, pero de una manera comprometida con las futuras generaciones, de manera que estas no se vean afectadas en el funcionamiento de dicha satisfacción de necesidades. Desde este enfoque ahora tomamos los tres anteriores puntos (Paradigmas de la Nueva Museología), para así extender el concepto Turístico-Cultural, hacia la posesión de canales de comunicación tan adaptables a la comunidad, como a los diferentes turistas extranjeros y nacionales que a diario se sienten motivados por intereses de índole Socio-Cultural. Desde esta perspectiva, entonces; ¿Será entonces el museo un **medio** ideal para estudiar, difundir, fomentar entonces la relación entre Territorio – Patrimonio – Comunidad?; lo cierto es que el museo es el responsable de **comunicar** la relación entre estas tres vertientes de la nueva museología.

Ahora también es necesario abordar el concepto de desarrollo sostenible, el cual se entiende como un proceso orientado a la gestión global de los recursos, a fin de la sostenibilidad y conservación del patrimonio, y en particular ciertas áreas protegidas. De esta referencia el desarrollo turístico busca a través de iniciativas de gobierno, ONG, etc. impulsar y participar en la creación de estrategias sostenibles, para la articulación de redes de investigación y comunicación sobre tecnologías de la industria turística y museal.

3.6.- Revisión de lo Expuesto.

A la hora de revisar lo expuesto en el capítulo III; se observa e identifica un énfasis de los conductos institucionales, siendo estos la manera estructurada de poder entablar temas de acorde a la gestión museal y su respectivo capital social. De allí se identifican ciertos tipos de redes y modelos, que atribuyen, a ser un buen precedente hacia la presente investigación.

De acorde al proceder del presente proyecto de titulación; es necesariamente atribuible al concepto cultura, un termino significativamente concordante; como lo es el turismo. Es Decir, al hablar de cultura y no hablar de turismo, se deja un espacio de desarrollo económico y social de lado; lo cual a través del presente estudio, necesariamente se hace un hincapié en los términos y regularidades existentes bajo la legislación cultural y turística, de las “instancias” o redes y su funcionamiento a nivel global. A través de este levantamiento de información y diagnóstico de la institucionalidad cultural museal, se determina a la investigación como la base metodológica de la propuesta de modelo de gestión; fundamentándose sobre la presente base, y a la vez complementándose sobre los conceptos del turismo y la industria turística cultural.

Aun así, lo determinante es observar el que hacer comunicacional; por lo pronto el emergente cambio de paradigma de la nueva museología, ha generado la evidente ruptura entre lo conservado y lo innovado; demostrando, a través de esto mismo un déficit comunicacional en lo estratégico, como también a sí, a nivel de dialogo museal. El propósito de la presente investigación es que a través del transito de la propuesta y su estrategia sobre lo turístico-cultural, se logre un evidente respiro en términos comunicacionales y un sostenible funcionamiento de la institucionalidad cultural museal.

CAPITULO IV:

CONCLUSIONES.

4.1.- Apreciaciones sobre el Contexto.

Lo relevante sobre las apreciaciones del contexto que enmarca la presente investigación y propuesta de modelo de gestión, es su adaptabilidad al carácter rápidamente cambiante del medio globalizado en el que se encuentra inmerso el presente Proyecto de Título. Desde dicha perspectiva, se considera apropiado atenuar sobre las tendencias que se posicionan como parte de proyectos culturales que vinculen museología.

Tras lo anterior se destaca el decrecimiento de la estrategia de uso de la museología tradicional del objeto en la sociedad contemporánea; por ende, se entiende lo anterior como un presente debilitamiento de dicha disciplina, en términos de la misma iniciación de nuevos proyectos hacia la museología tradicional o clásica. Efectivamente se produce un agotamiento de las nuevas iniciativas hacia la museología del objeto, lo que no necesariamente quiera decir que se estén cerrando los museos con aquellas características, sino se establece que en términos de iniciación de proyectos museológicos, las propuestas principalmente se generan sobre los conceptos de la nueva museología.

La museología Tradicional o la museología del objeto, desarrolla gran parte de la cobertura territorial en Chile, dotando de una gama de temáticas que involucren una respectiva descentralización de la cultura a nivel territorio nacional. Sobre lo clásico, esto se desarrolla desde memorables tiempos, donde las características del museo se observaban por sus características arquitectónicas principalmente, además de poseer una proporción inimaginable de objetos puestos en valor.

Muy por el contrario, la nueva museología efectúa un cambio de los paradigmas sociales de esta ciencia, destacando los conceptos de territorio – patrimonio – comunidad, como parte principal y genérica de su estrategia de comunicación para sus visitantes. Las propuestas que se desarrollan a nivel nacional, si bien, sustentan un necesario proceso de descentralización de la gestión museal, comportan un necesario auge de iniciativas pertinentes a parámetros de la nueva museología. No solo con la iniciación de modelos de gestión aplicados a la nueva museología, sino con la modernización de los mismos museos tradicionales, a través de salas didácticas, paneles comunicativos amplios, nuevos lugares de encuentro, programas hacia la comunidad, etc.

Tras las diferencias, que se generan a través de las concepciones de las mismas técnicas de desarrollo museal, se establece un concepto matriz de ambas concepciones; a eso refiere el concepto de la comunicación. Sobre este concepto el presente Proyecto de Título, investigación y propuesta de gestión, se posiciona sobre el examen de las estrategias que se

vinculan, tanto en proyectos de gestión museal tradicional, así como también en las propuestas de nueva museología.

Lo que primordialmente se entiende de un museo en la sociedad contemporánea, es el carácter comunicativo de su esencia, destacando y reconociendo al museo mismo como un medio de información o comunicación actual. Tras lo anterior, en el transcurso de la presente tesis se destacan ciertas estrategias de desarrollo comunicacional, estas se explican y ejemplifican para entender conceptualmente donde pretende, este proyecto, vincular su acción e implementación de una futura propuesta de modelo de gestión.

Hoy en el mundo y la sociedad de las comunicaciones, se ha acelerado el encuentro de variantes de desarrollo comunicativo, donde el rol del museo no ha quedado apartado, sino también se manifiesta en sus mismas consideraciones sobre el desarrollo de la innovación de planes estratégicos de comunicaciones, especialmente en museos que dependen administrativa y financieramente de órganos pertenecientes al estado de Chile. A su vez, el concepto de modernización del estado de Chile ha significado establecer ciertas directrices comunicacionales, hacia el concepto de la innovación de su extensión comunicacional y territorial, tanto desde su imagen, como también en lo operativo.

Todo lo argumentado en el punto 4.1 se establece a modo de referencia de la contextualización que merece la presente investigación inductiva y propuesta de modelo de gestión, para así ser una iniciativa aplicable en términos de la nueva museología.

4.2.- Análisis Prospectivo de la Situación Actual.

Cuando el presente Proyecto de Título, se refiere a un análisis de prospección, sobre los factores actuales que inciden en los temas tratados, refiere al que hacer comunicativo de las acciones sobre gestión museal, pero principalmente sobre las consideraciones comunicacionales que se desarrollan en la nueva museología.

Dentro de aquellas consideraciones comunicacionales, se destaca la posible aproximación de los museos con los medios de comunicación, aproximación que actualmente se genera en un grado inferior, en términos de cobertura mediática, pero que a pesar de aquello, se puede instalar como el necesario realce de su relación con el concepto de imagen corporativa. Por ende, el posicionamiento que se puede generar en términos de relación con los medios de comunicación, estructura el posicionamiento de la imagen del museo con su comunidad y la ciudadanía como tal. Estas acepciones en torno **al concepto de la imagen del museo y su respectivo carácter extensivo de su misma institucionalidad**, hacen de estas acciones una nutritiva relación entre los medios de comunicación, la comunidad y el museo como tal.

Sobre las últimas consideraciones, **se establece que el carácter extensivo de la institucionalidad museal es necesario en pos de salvaguardar una vigencia museológica**, que se asocia a los paradigmas de la nueva museología. Los conceptos de territorio – patrimonio – comunidad, son los conceptos de vanguardia en la museología contemporánea, donde no solo se establecen propuesta de gestión museal, desde los mismos museos, sino también desde la misma institucionalidad cultural y su respectiva cobertura territorial. Por ende el carácter extensivo de las organizaciones competentes en cultura, también se vincula sobre propuestas de vanguardia, que desarrolla la nueva museología como producto de aquella extensión hacia la comunidad que se implemente.

Lo prospectivo en materias de gestión, destaca la utilización de procederes forma, que obedeciendo a cierta racionalidad, generan un procedimiento tipo, a esto se le llaman modelos de gestión, y es una aplicación comercial que se utiliza sobre los diversos saberes sociales y su utilización en prácticas nuevo museológicas (particularmente a este caso). Sobre lo anterior, la presente investigación y propuesta de modelo de gestión, posiciona una necesaria reciprocidad entre el sentido extensivo de las organizaciones culturales, a través de modelos de gestión de vanguardia, con su respectiva propuesta de iniciativa hacia la nueva museología.

4.3.- Revisión de las Preguntas de Investigación.

1. ¿Cómo los museos Estatales de Chile, se posicionan hoy respecto de sus comunidades?

El prospecto de los museos estatales en Chile y su respectivo acercamiento con las comunidades en las que se encuentran inmersos, se encuentra en un lejano horizonte ideal, donde principalmente se pueden destacar aquellos proyectos de nueva museología, como por ejemplo los museos comunitarios; a su vez, también se destacan ciertas iniciativas de museología tradicional que se enmarcan hacia las concepciones comunitarias de la nueva museología.

El estar inmerso y en un constante desarrollo con la comunidad es un necesario proceso que los museos deben adoptar, actualmente se genera por planes de extensión y comunicación de ciertas instituciones que trabajan en pos de su vigencia, así como también en la participación comercial de la cobertura de fondos de apoyo a la gestión museal y su relación con la comunidad.

2. ¿Cuál es el horizonte de la nueva museología en Chile?

El horizonte de la nueva museología en Chile viene trazado desde la década del 70. A pesar de lo anterior, ciertos cambios político sociales que se suscitaron en la región latinoamericana y específicamente en Chile, han contribuido a que la nueva museología no sea el gran proyecto que en términos de dimensiones culturales se había propuesto a nivel mundial.

Hoy la nueva museología se establece como un proyecto cultural serio, que vincula infraestructura y equipamiento de producción necesaria para el funcionamiento de esto, que acompañado de dicha gestión, suscita el realce que ha desempeñado la nueva museología después del año 2000 en Chile.

3. ¿Existen modelos representativos de nueva museología en museos dependientes del Estado en Chile?

Existen en Chile, efectivamente, proyectos que vinculan ciertas propuestas de nueva museología en Chile. Lo realmente gravitante es identificar en que grado estas iniciativas de nueva museología se encuentran implementadas. MIM es un caso que a pesar de no ser

financiado por aporte fiscal, recibe inyecciones mixtas, que le permiten desarrollar aquella tecnología de punta. Ahora en los reales proyectos de nueva museología en Chile; se identifica el modelo de gestión de “Museos Comunitarios”, de los cuales en Chile se encuentran 3 de estos financiados y administrados por aporte fiscal, y uno solo de características particulares.

Tras lo anterior también se destaca la posibilidad de ciertos museos estatales de implementar salas o espacios de nueva museología; abarcando aun más la oferta existente sobre iniciativas nuevo museológicas.

4. ¿Es el concepto de modernización del estado, un necesario empuje sobre materia de nueva museología en museos estatales de Chile?

El concepto de modernización del estado, es un concepto no menor en la interpretación del siguiente Proyecto de Título, principalmente por que vincula un proceso que involucra a la cobertura de la presente investigación inductiva; los museos estatales. Considerando lo anterior, se observa aquel proceso de modernización del estado en Chile, como una oportunidad hacia las organizaciones dependientes administrativa y financieramente del estado, para estrategizar ciertas propuestas que vinculen respuestas hacia la nueva museología.

Ahora lo realmente innovador en términos de proposición, es lo que cimentará el desarrollo futuro de la nueva museología en Chile, donde principalmente se destacan iniciativas de museos comunitarios, a modo de respuesta hacia un futuro desarrollo país.

CAPITULO V:

PROPUESTA.

5.1.- Producto de la Investigación.

Cuando el presente Proyecto de Título refiere al producto de la investigación, se centra principalmente en la capacidad de generar una base metodológica, que sustente la propuesta a establecer en los puntos sucesivos. Aquella base metodológica, indaga sobre los procesos de la gestión museal y sus aplicaciones a nivel mundial y local. Fundamentalmente busca un nicho de mercado; interpretando ciertas falencias comunicacionales (que existan en ciertos procesos), como fuente de inspiración de un procedimiento tipo que funcione como propuesta fundamentada por dicha base metodológica.

Sobre la generación e identificación de un nicho de mercado, se hace primordial entender a la nueva museología como una práctica de vanguardia; por ende novedoso y poco implementado por las gestiones del Estado en Chile. Lo cual nos lleva a clasificar esta investigación que lleva por nombre “Análisis Estratégico Comunicacional”, como una propuesta de interés múltiple fundamentada en factores cualitativos. Sobre lo anterior, se estructura la definición del presente Proyecto de Título, como única en su tipo; esto no por que no existan investigaciones concernientes a museología estatal en Chile, sino por que al ser un proyecto que adopta los paradigmas de la nueva museología, establece parámetros que las investigaciones o proyectos sobre gestión museal incluso en el área comunicacional, no han desarrollado en los términos que la nueva museología entrega como fundamentales. A través de la inclusión de los conceptos de Territorio – Patrimonio – Comunidad, desfasando los anteriores conceptos de Edificio – Colección – Público.

Lo prudente a señalar sobre la base metodológica, es sobre el carácter cualitativo de la presente investigación, lo cual establece cierto límite; que fundamenta ponencias claves a la hora de entender el presente Proyecto de Título, por ende a la hora de sustentar la cobertura del proyecto (Museos Estatales en Chile), necesariamente se debe tomar sobre los conceptos paradigmáticos de la nueva museología, términos antes mencionados que estructuran y acotan la cobertura misma de la inductiva investigación presente. Tras lo anterior, el entender la base metodológica, es dar un cimiento óptimo a la propuesta o modelo de gestión que se trata de establecer.

5.2.- Revisión de definición de “Análisis Estratégico Comunicacional”.

Se asume como importante dar una revisión sobre las comentadas definiciones de “análisis estratégico comunicacional”, para así clarificar el horizonte de la presente investigación y propuesta de gestión.

Análisis estratégico comunicacional; es el nombre que lleva la presente investigación, donde los conceptos forman un integrado de definiciones que son clave comprenderlos antes de pasar a explicar la propuesta de gestión. Cuando se habla de análisis se entiende aquel examen o revisión del presente escenario; por aquello se comprende los diferentes modelos de aplicaciones museales tanto en Europa, Latinoamérica como también en Chile y también respecto de las formas de gestionar dichos eventos, dando pie a la elaboración de estudios de envergadura económica, educativa y por ende social. Sobre la anterior definición de análisis, es de suma importancia detenerse brevemente sobre el concepto estratégico, dotando de la cualidad de orientar ciertas acciones a implementar, en este caso sobre los temas referentes a museología o para ser más específico a nueva museología.

Lo entendido por comunicacional o comunicativo, se sustenta tras los anteriores conceptos profundizados con antelación. La comunicatividad de un museo es evidente, tanto así, que hoy en día no visualizar al museo-institución como medio comunicativo, es desatender de las proporciones culturales de proyectos vinculados a museos y tecnologías. Su ser comunicativo (el museo), debe ser examinado, pero no hacia cada institucionalidad; no se trata de hacer un análisis F.O.D.A. hacia alguna institución; mas bien esta investigación-propuesta pretende plataformizar las voluntades de materializar propuestas sobre nueva museología en museos estatales de Chile.

5.3.- Propuesta de Gestión.

El comenzar la propuesta de gestión significa comprender el significado del concepto propuesta, el cual de manera simplista también se entiende como modelo; dotando de una forma de proceder o de gestionar diversos escenarios, según los eslabones productivos lo ameriten. El trabajo de un procedimiento tipo, necesita de un fuerte desarrollo metodológico que cimiente las bases fundamentales del presente Proyecto de Título, por ende el desarrollo de una investigación inductiva de tipo cualitativo, garantiza el buen haber de la actual propuesta de gestión a trabajar.

Para comenzar es necesario entender el concepto de “Extensión Institucional”, como eje motriz de la siguiente propuesta; donde se observa un nicho de desarrollo de propuestas de nueva museología y sus respectivos alcances. Aquel fenómeno posmodernista de la extensión de ciertas institucionalidades a fin de diversos objetivos, se ha hecho muy frecuente en el desarrollo del concepto de Estado y su misma modernización. Sobre lo anterior es necesario establecer una escenificación de las áreas administrativas de ciertos órganos dependientes del aparato estatal.

El siguiente diagrama 9, escenifica la relación existente entre el gobierno local y el rol de las universidades como parte de los órganos estatales que porcentualmente son partícipes de proyectos nuevo museológicos y en particular sobre museos comunitarios; dejando a ver aquel nicho comercial que las institucionalidades y el respectivo aporte fiscal sustentan, nicho que la extensión ha posicionado como respuesta a diversas propuestas de gestión en el área museal.

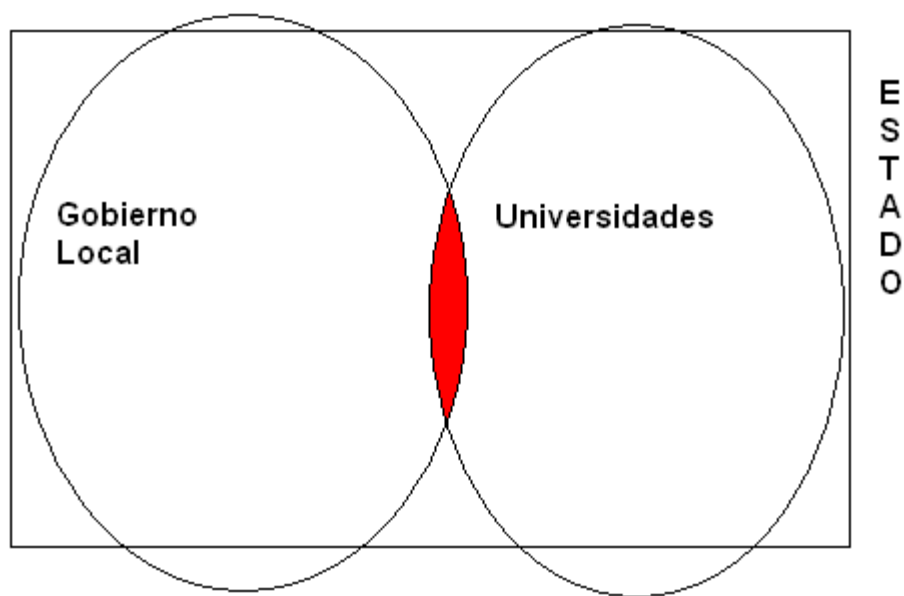


Diagrama 9

Dichas propuestas obedecen a cierta racionalidad genérica, que comúnmente suele repetirse, o sea un modelo de gestión; que acompañado de la base metodológica investigativa, se pretende desarrollar un procedimiento aplicable a Chile; específicamente a museos estatales, que contemplen los nuevos paradigmas de la museología Territorio – Patrimonio – Comunidad, y que deseen integrarse a la nueva museología y su carácter de participación interactiva.

Tras el transcurso de la investigación se determina como preponderante la masiva aparición de museos comunitarios en la región latinoamericana, siendo aquello una realidad masiva; Chile también posee 4 museos comunitarios: El Museo Municipal de Bulnes, El Museo de Salitre de María Elena, El Museo de Farmacia del Profesor César Leyton G y El Taller Cultural José Martí, Diego de Almagro. De estas cuatro iniciativas solo la última figura como dependiente de algún organismo de derecho privado, mientras de las 3 anteriores, todas pertenecen a la figura de dependencia estatal; siendo el museo de farmacia dependiente de la Universidad de Chile, posicionándose como la única iniciativa implementada por universidades financiadas por el Estado de Chile. El carácter analítico de las anteriores sentencias observa una meritoria acción extensiva de las respectivas instituciones, siendo ejemplo de la futura propuesta de gestión a ser presentada a la Carrera de Gestión en Turismo y Cultura.

Hoy la nueva museología se ha visto en el curso de las sociedades latinoamericanas, entendiendo aquello; Chile se posiciona como un país con las condiciones para desarrollar la nueva ciencia que atiende a los museos. Producto de lo anterior, la dicotomía existente entre la museología tradicional y la nueva museología, ha dejado a entrever falencias comunicativas que de un modo u otro afectan el desarrollo de la museología como ciencia. Si se observa el rol de la nueva museología en Chile, muchos expertos podrán decir que Chile es como “La Meca” de la nueva museología, destacando nuevamente las buenas condiciones para la implementación de modelos de gestión sobre nueva museología, tales como los siguientes: Museos Comunitarios, Museos Vecinales, Eco museos, Museos a cielo abierto, entre otros.

Las deficiencias comunicativas que se suscitan a través del transcurrir de la ciencia museológica, afectan enormemente el desarrollo de proyectos financiados por aporte fiscal, lo cual, acrecienta aun más la diferencia entre lo tradicional y lo nuevo. Sin embargo, queda sobre las nuevas propuestas, el desafío de integrar ambas disparidades disciplinarias hacia el concepto de museo, dotando de comunicatividad, simpleza e interactividad las propuestas que nazcan en el seno de la nueva museología. Tras lo anterior, el carácter extensivo de las organizaciones estatales o de las instituciones tutelares sobre cultura y estado, han propiciado un necesario desembolso en lo comunicacional; acercando a la comunidad a la participación de proyectos nuevo museológicos, en sus respectivos territorios y de acorde a su patrimonio, sea este natural o cultural. Dicho sea de paso, el extensionismo institucional, busca

profundizar la cobertura de ciertas instituciones, para a través de esto fomentar la participación ciudadana y la facilitación de servicios culturales a sectores de poco roce cultural. Analizado lo anterior, se determina importantísimo el tema de la facilitación de servicios culturales y la participación ciudadana; ya que dicho carácter extensivo amortiza las falencias comunicativas de ciertas instituciones pertenecientes a la gestión cultural y en especial al que hacer museal en Chile.

Ahora en términos simples el modelo de gestión que se **establece a modo de propuesta** es un modelo probado y aplicado en la actualidad en Chile, donde actualmente los **MUSEOS COMUNITARIOS**, son parte de la oferta cultural existente en gestión cultural. Hoy en Chile existen los nombrados anteriores cuatro casos de museos comunitarios, de los cuales 3 de ellos son estatales y **funcionan como parte extensiva de la institucionalidad tutelar**, acrecentando el que hacer museológico en Chile y Latinoamérica y además fomentando la participación de las comunidades hacia proyectos de envergadura educativo patrimonial. Por ende, el presente proyecto de titulación, busca instalarse como un vínculo entre las instituciones museales y sus respectivas comunidades, trazando el sendero de la comunicación social necesaria a la hora de converger sobre territorios y su respectivo patrimonio.



Foto 5³³

³³ http://lh3.ggpht.com/_bu74fxjl61w/r8iys4grr9i/aaaaaaaqc/yoj1nnavbfy/dsci0674.jpg

Lo interesante de la propuesta a profundizar es, que el presente modelo de gestión puede abarcar tanto instituciones culturales concernientes o no en museología, suscitando el desarrollo de la museología y en especial de la nueva museología en diversos espacios culturales, es decir, se trate de un proyecto municipal, educativo, o cultural “X”, este podría extender su oferta cultural con la presente propuesta de modelo de gestión, aplicando los paradigmas de la nueva museología y a la vez disminuyendo las falencias comunicacionales que se generan entre instituciones estatales de Chile y la ciudadanía.

Los museos comunitarios pueden ser muy variados, esto principalmente a que su territorio – patrimonio – comunidad, deben ser adaptables a la estética de este, al entorno natural, al contexto, al espíritu de la comunidad a la cual la institucionalidad extiende sus servicios culturales.

La gran capacidad de adaptar un modelo de gestión pasa por varios aspectos que son primordiales a la hora de comenzar una realización de un museo comunitario. Los museos comunitarios son la expresión de la nueva museología en la región latinoamericana, destacándose principalmente en países como México y Chile entre otros, por ende su capacidad de adaptabilidad dependerá lógicamente de las características territoriales de dicha comunidad. “Los museos deben ser, cada día más, espacios abiertos y cercanos; democráticos, útiles, con una oferta amplia y variada de servicios vinculadas prácticamente al que hacer y a las necesidades socioculturales de las personas”³⁴. En su estructura los museos comunitarios son proyectos flexibles, capaces de adaptar su propuesta a diversos espacios culturales, desde lo más sofisticado en materia de servicios turísticos culturales hasta una pequeña ruca con su rudimentaria esencia.



Foto 6³⁵

³⁴ Museo y Comunidad; del mundo de los objetos al mundo de los sujetos. pagina 8 cita Alan Trampe, Subdirector de museos Dibam.

³⁵ <http://www.jumanos.net/ojinaga/museo.jpg>



Foto 7³⁶

³⁶ http://www.hotelesdemexico.com.mx/Imagenes/Baja_California/o_mus_hist_v_gpe.jpg

5.4. – Museo Comunitario como modelo de gestión museal.

Las expresiones de los espacios culturales suelen ser tan dinámicas como sus respectivas costumbres, ritos, etc. Por ende **el rol de la gestión debe ser enfocado desde cada institucionalidad, a través del consenso de los existentes equipos de trabajos de las respectivas instituciones o de un mismo departamento de extensión. El tema es brindar hacia principalmente los museos estatales en Chile e instituciones gubernamentales de interés hacia nueva museología, la capacidad de proponer un modelo de gestión museal propio de la expresión cultural de la región latinoamericana y por supuesto de Chile.** La propuesta de un modelo de gestión de un Museo Comunitario en Chile resulta ser una idea ya antes implementada, pero significativamente el desarrollo de la base metodológica de análisis en estrategias de comunicación, hace de este Proyecto de Título una idea innovadora con gran capacidad de desarrollo en el mundo laboral.



Foto 8 ³⁷

³⁷ <http://www.turisticae.com/wp-content/uploads/2008/09/20423a.jpg>

5.4.1.- Definición de modelo de gestión.

La definición de modelo de gestión se debe comprender de manera separada en un principio, lo cual hace simplificar el proceso de entendimiento de la presente propuesta. Por modelo se entiende aquel patrón ejemplar o arquetipo, que por sus características idóneas es susceptible a reproducir. A su vez, la palabra gestión involucra la necesaria administración de cierta idea o iniciativa. Cuando se habla entonces de modelo de gestión, se refiere a la capacidad de llevar a cabo diligencias conducentes a la materialización de una propuesta. En este caso la proposición es acerca de un museo comunitario, que de acorde a los paradigmas de la nueva museología, entregue y comunique testimonios, bocetos, objetos, situaciones referentes a la cultura propia del territorio, el patrimonio y la comunidad existente.

El sentido explicativo del diagrama 10, se enfoca en los procesos críticos de la propuesta de modelo de gestión que se estructura, para moldear y estructurar una propuesta sólida.

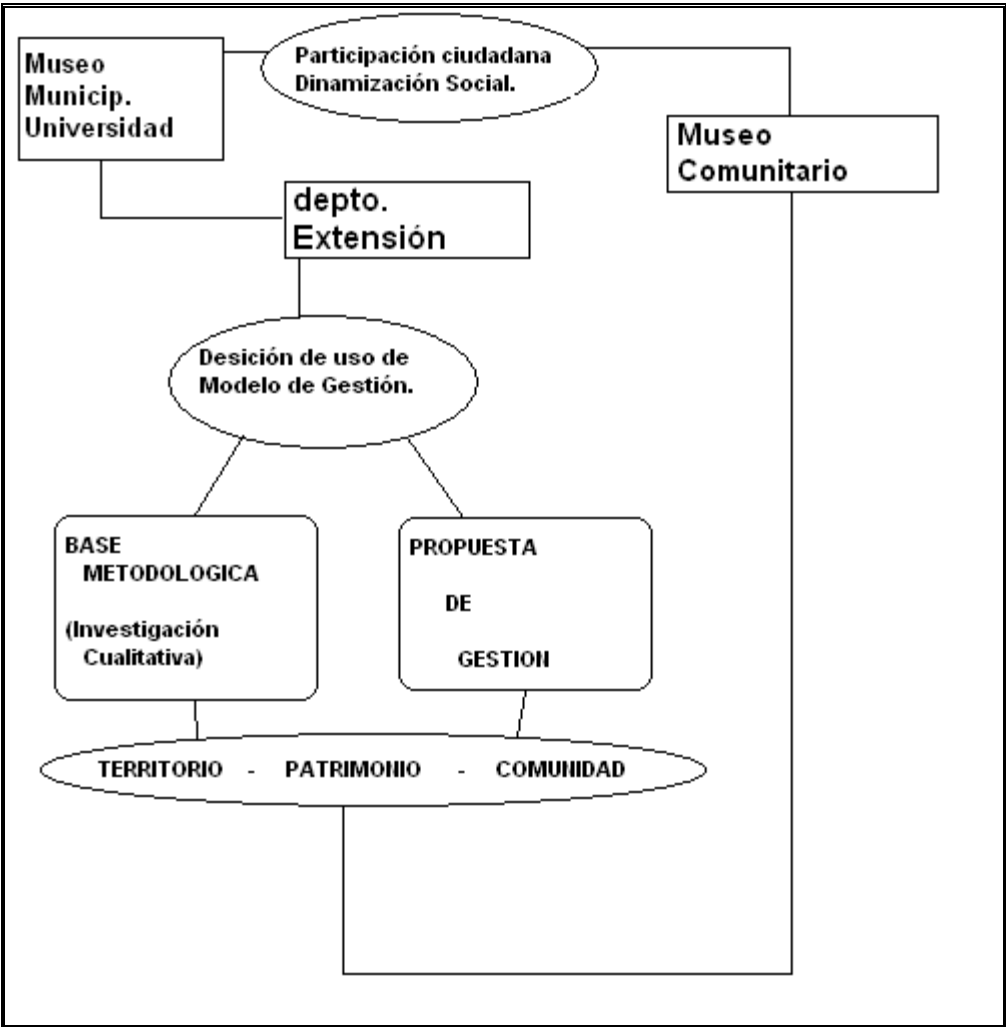


Diagrama 10

El hecho de ser una propuesta establece ciertos márgenes de profundización, ya que su total desarrollo involucra la innecesaria adopción de un doble proyecto; lo cual esta fuera de los objetivos a seguir en el presente proyecto de titulación. De acorde a lo anterior es vital ser lo más simple a la hora de elaborar una propuesta de gestión, debido al carácter de los modelos y su respectiva aplicabilidad en diversos territorios. De ahí que los esfuerzos de materializar una propuesta pasa por las aplicaciones en la cadena de valor de dicha propuesta.

La producción de bienes y servicios, se asocian al concepto de “cadena productiva”; en general las denominadas actividades económicas de la cultura, se ajustan necesariamente a los eslabones productivos que se observan en el anterior diagrama 3. Lo anterior respecto a la formación, creación, insumos, producción, conservación, distribución, comercialización y promoción, son los procesos críticos de los famosos encadenamientos productivos; tal como se observan en el diagrama 3 es muy necesario incluir un claro mensaje desde un emisor, hacia un interesado receptor-destinatario, en la medida que esto ocurra y se propongan los paradigmas de la nueva museología se podrán ejecutar ciertas propuestas de gestión en nueva museología. Claro, esto de los encadenamientos productivos es solo una pincelada, ya que el carácter propositivo del presente Proyecto de Título, intuye a que la profundización de la propuesta, se tornaría como la doble realización del título de la Carrera de Gestión en Turismo y Cultura

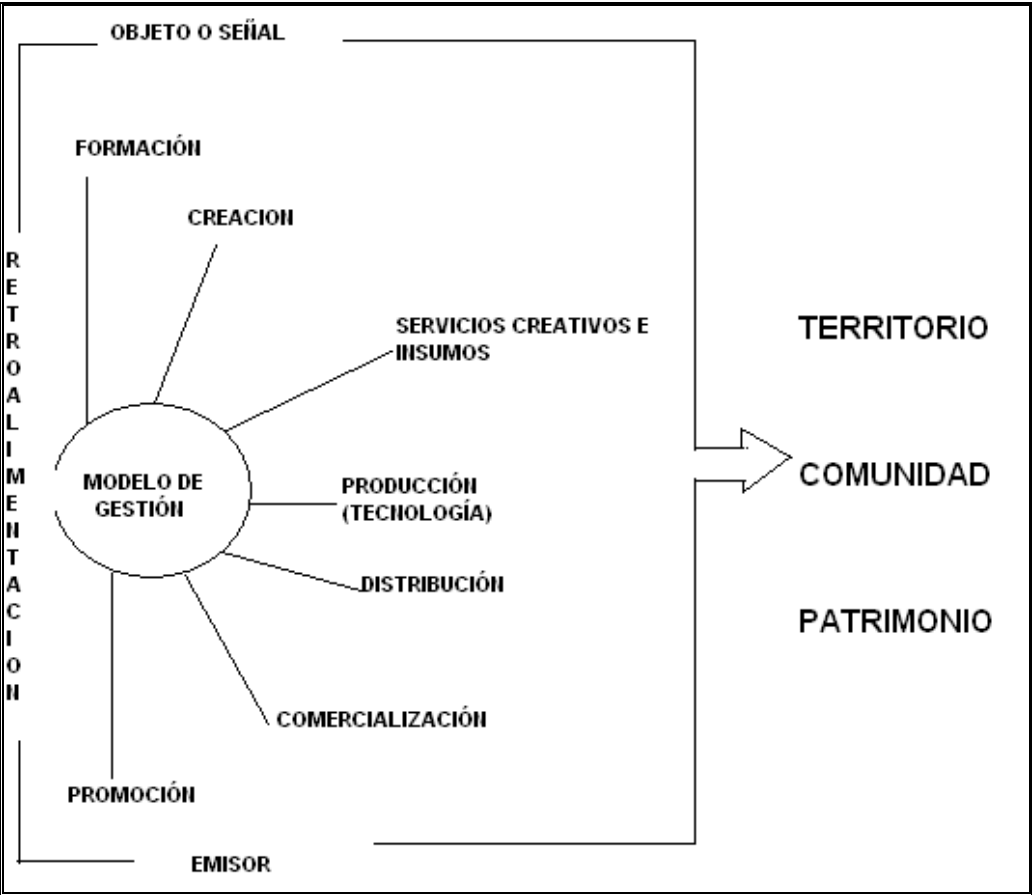


Diagrama 3

5.5.- Objetivos estratégicos de la Propuesta de gestión.

Los objetivos Estratégicos de la propuesta de modelo de gestión, mantienen una directa concordancia y coordinación entre los objetivos de la investigación y los objetivos estratégicos de la propuesta de gestión. Por ende el objetivo estratégico general de la propuesta, es precisamente uno de los objetivos de la investigación.

Objetivo General;

“Desarrollar estrategias de trabajo comunicacional, a partir de los antecedentes y la experiencia previa sobre nueva museología instaladas en museos estatales de Chile”.

Objetivos Específicos;

- Determinar la concordancia de los paradigmas de la nueva museología; Territorio, Patrimonio y comunidad, como función de la presente propuesta de modelo de gestión.
- Otorgar un sistema de trabajo abierto y participativo hacia la comunidad, enfocado en la nueva museología y su respectiva participación en los diálogos sobre turismo y cultura.
- Descentralizar lo patrimonial; instalando nuevos espacios museales para la comunidad y sus respectivos actores sociales.
- Desarrollar líneas competentes sobre nueva museología; específicamente sobre el que hacer comunitario y su incidencia en la industria turística nacional.
- Proponer la idea de “Museo Comunitario” en Chile; como proyecto sostenible y sustentable, capaz de posicionarse como parte de la oferta cultural y turística de su respectiva región.

5.6.-Fundamentos de la Propuesta.

Se extiende como sustento de propuesta la existencia de una base metodológica, situación que da consistencia al presente Proyecto de Título; siendo fundamento de la propuesta, el producto de la investigación y su futura continuidad; esto último según lo ameriten los encadenamientos productivos de la gestión cultural y museal en particular.

Sobre la definición del presente estudio, se entiende como única en su tipo; esto no por que no existan investigaciones concernientes a museología estatal en Chile, sino por que al ser un proyecto que adopta los paradigmas de la nueva museología, establece parámetros que las investigaciones o proyectos sobre gestión museal incluso en el área comunicacional, no han desarrollado en los términos que la nueva museología entrega como fundamentales. Dicho sea de paso; esta fortaleza se manifiesta como una oportunidad de establecer un nicho de mercado, fundamentando aun más la realización de este tipo de estudios.

A la vez, también se debe destacar el sentido simplista que establece la propuesta de gestión; quien se posiciona sobre la extensión de la institucionalidad cultural y en particular sobre ciertas organizaciones del mundo museístico a nivel nacional y por supuesto regional. Mostrando un nicho de negocio útil de aplicar y simple de entender.

Pero sin lugar a dudas el fundamento principal de la presente propuesta es la falta de modernización de las institucionalidades del estado en materias de museología, lo que ha permitido observar las tecnologías y propuestas en materias de modelos, acrecentando aun más el deseo de materialización del presente estudio.

Bibliografía

ICOM. Código de Deontología Profesional. París, (1997).

Francisca Hernández Hernández. El museo como espacio de comunicación. Ediciones TREA, S.L. España. (1998).

Sola Tomislav. Concepto y naturaleza de la museología, Revista Museum International, No 153, pp., 45-49. (1987).

Córdova González Julia. Museo y Educación; una propuesta de aprendizaje por multimedios computacionales. Universidad de Tarapacá, Arica, Chile. (1999).

García Canclini Néstor. Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. Grijaldo, México. (1989).

Dersdepanian, Georgina. El museo comunitario: un principio para todos. Gaceta de Museos. No. 17, marzo 2000. CNMyE-INAH. México

Gore, Ernesto. El museo como organización. En: lo público y lo privado en la gestión de museos. Buenos Aires, Argentina. Fondo de cultura económica. (1999).

Carolina Maillard – Juan Carlos Mege – Paula Palacios. Museo y Comunidad; desde el mundo de los objetos, al mundo de los sujetos. Santiago de Chile, DIBAM. (2002).

Alonso Fernández Luis. Museología: Introducción teórica y practica del museo. Madrid, Editorial Istmo. (1993).

Keilyn Rodríguez Sánchez. Aporte de la nueva museología española al museo de los niños de Costa Rica. Universidad de Costa Rica, Instituto de Investigación en Educación, Costa Rica. (2005).

Pablo Ariel Cassino. Nueva museología, hacia un nuevo paradigma. Revista digital nueva museología. Argentina. (2005).

Annis Sheldon. El museo como espacio de la acción simbólica. Museum No 151. (1986).

Allen Lawrence A. La nueva museología: devolver la iniciativa cultural al sujeto. En: Museo, Vol. III, II; Banco central de reserva del Perú. (1998).

Georgina DeCarli. Vigencia de la nueva museología en America Latina: conceptos y modelos. Edición electrónica, Revista Abra de la facultad de ciencias sociales de la Universidad Nacional, Editorial EUNA, Costa Rica, julio – diciembre, (2003).

Betiana Boiko – Pablo Cassino. Turismo cultural y museos (breve reflexión).

Pablo Ariel Cassino. Museos e industrias culturales. Editorial nueva museología, (2005).

Primer Encuentro Iberoamericano de Museos. Declaración de la ciudad del Salvador de Bahía. (2007).

Carvalho Ione. Museos Didácticos Comunitarios. Seminario de introducción impartida por la OEA en Buenos Aires, Argentina, (1993).

Kinard, John R. El museo vecinal, catalizador de los cambios sociales. Revista Museum, París, UNESCO. No 148, (1985).

Raúl A. Méndez Lugo. El museo comunitario como expresión de la nueva museología en México: el caso de Nayarit. (2001).

Coloquio Internacional. Museos; hable con ellos. Diálogos sobre gestión, públicos y privados. Museo Nacional de Antropología, México D.F. (2003).

ANEXOS

Marco Conceptual.

1. Análisis: Examen que se sobre límites directrices de la presente investigación, aplica a posibles propuestas o soluciones de un problema existente.
2. Estrategias: Líneas directrices, las cuales en un contexto institucional, aseguran una decisión optima en si debido momento.
3. Comunicación: Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. Proceso más importante dentro del museo y su relación con su territorio – su patrimonio y su comunidad.
4. Museología: Ciencia que estudia y trata sobre los museos. Y su influencia social.
5. Nueva Museología: Movimiento social sobre la ciencia que estudia los museos, cambiando los antiguos paradigmas de edificio, colección y visitante por; territorio – patrimonio – comunidad, estableciendo un nexo comunicativo con la sociedad donde el museo implante sus servicios culturales.
6. Globalización: Fenómeno social de expansión mundial e intercambio informativo, sobre servicios, bienes etc.
7. Modelo de gestión: Aquella forma de generar un proceder; que obedezca a una cierta racionalidad genérica que se repite, es decir, un procedimiento tipo.
8. Gestión museal: El concepto de gestión museal, nace de la unión entre las políticas culturales de la institución, la gestión de empresas (sin fines de lucro) y las más diversas prácticas museológicas que llegasen a existir.
9. Extensionismo institucional: el posmodernista concepto involucra la nueva forma de abarcar radios de cobertura más amplios para las organizaciones; por ende el proceso de extensión de las instituciones, se muestra como una opción viable en términos organizacionales y también comunicacionales.

10. Capital Social: Conjunto de normas, instituciones y organizaciones que promueven la confianza y la cooperación entre las personas, en las comunidades y en la sociedad en su conjunto. Donde a través de la negociación y la cooperación pueden reducir los costos de transacción, producir bienes públicos y facilitar la constitución de actores sociales o incluso de sociedades civiles saludables.
11. Desarrollo Sustentable: satisfacer necesidades, pero de una manera comprometida con las futuras generaciones, de manera que estas no se vean afectadas en el funcionamiento del desarrollo de dicha satisfacción de necesidades.
12. Desarrollo sostenible: se entiende como un proceso orientado a la gestión global de los recursos, a fin de la sostenibilidad y conservación del patrimonio, y en particular ciertas áreas protegidas.
13. Turismo cultural: Tipología de turismo que vincula como primordial el conocimiento de culturas, respecto de su patrimonio, historia, cosmovisiones, etc.