



TERMINOS DE REFERENCIA DEL PROYECTO

EL MUSEO ESPACIO DE MEMORIA SUSTENTABLE CASO: GENERAL RODRIGUEZ – PROVINCIA DE BUENOS AIRES ABRIL 2013

Planteo de la problemática

Las personas están más predispuestas a visitar museos cuando viajan, sean famosos o no. Los museos son parte de los recorridos turísticos y también por lo general guardan entre sus paredes "algo" digno de ser protegido, inventariado visitado y que se cree único o escaso. Pero ¿qué sucede con la población y el entorno donde están insertos los museos? A la pregunta ¿usted conoce y visitó los museos del lugar donde vive? la respuesta es mayoritariamente negativa¹. Entonces ¿cuál sería la acción necesaria para que todos lo visiten con frecuencia y sea un placer? Creemos que uno de los secretos está en la comunicación patrimonial que se construya hacia afuera del museo.

Los museos tradicionales que no se *subieron a la ola de la tecnología* son una pieza de sí mismos². Esto sucede, en gran parte, porque la acción del *guardar* y *mostrar* fue abordada y asumida, durante el principio y mediados del siglo XX, como una acción del "mirar y no tocar". Revertida a fines del mismo siglo con visitar, tocar, jugar y aprender y dirigido especialmente niños, niñas y adolescentes.

A fines del SXX se implementó la visita al museo como negocio en espacios privados y también públicos. Los museos más importantes pueden ser recorridos de varias formas. Se pueden caminar sin rumbo, con plano o con guías breves o extendidas, sentados en una de sus confiterías, tomando algo y manejando el ratón o la pantalla táctil del ordenador individual del museo, seleccionando las colecciones completas.

En el presente se hace sin necesidad de viajar, en idioma nativo, cómodos en casa y se puede repetir las veces que se desee. Algunas visitas están organizadas de tal forma que se pueden recorrer virtualmente todas las salas y espacios internos del museo en 360°. Utilizando esta nueva herramienta tecnológica se puede acceder a colecciones de documentos y objetos culturales que forman parte del imaginario colectivo.

Hoy los museos son centros múltiples que articulan la tarea de equipos profesionales multidisciplinarios y armonizan varios tipos y canales de comunicación y los que están instalados

¹ Cuando es positiva por lo general se remite a la vista que incluye el plan de estudios del sistema educativo obligatorio.

² ¿Cuáles son las diferencias entre un museo y un archivo? ¿qué motiva el interés y curiosidad de sus visitantes?



en zonas metropolitanas y casi rurales son más territoriales que los urbanos. Estos últimos son los que procuran registrar el desarrollo integral de la sociedad a la que pertenecen. Para sobrevivir a tanta tecnología se han adaptado, siguen

siendo espacios con actividades que proponen: mostrar, compartir, interactuar, disfrutar, internalizar y recordar, a través de una estrategia que pone al visitante en el lugar de protagonista.

Los Directores de museos saben que viven dentro del mercado y por lo tanto generan ofertas y tienen demandas, además de ser conscientes de sus competidores. ¿Cómo genera el museo la demanda: la visita, la curiosidad, la necesidad de ser visitado y el regreso reiterado del visitante? haciendo propuestas por temporada que organicen y armonicen los intereses tanto de los visitantes como las posibilidades de los contenidos y formatos del museo.

Con respecto a este último punto se han marcado algunas diferencias con relación a décadas pasadas. Las redes y tecnología multimedial han generado una nueva forma de visitar, que todavía no es universal. **Se podría decir que el museo en los términos tradicionales y amplios que se conoce hoy desaparecerá cuando desaparezca la tela para pintar, el libro para leer, el objeto o resto cultural para guardar... casi diríamos el hombre.**

Las visitas virtuales que se mencionaban más arriba le reservan al museo un papel escenográfico, vacío de personas, voces, risas, miradas, copistas, críticos, muchos otros. Hace del museo un video que se puede mirar, comentar y hasta compartir en forma virtual. En esta acción este método cumple su meta interactiva: mostrar. Esta forma de mostrar puede ser con explicación o sin ella, en el idioma propio o los internacionales y sobre todo se puede mostrar todo el contenido del museo porque se construyen y graban tantos escenarios como contenidos disponga.

Esta forma de mostrar todos los contenidos no se puede asimilar al concepto de compartir, ni siquiera visitando el apartado de preguntas frecuentes que siempre existe en un website, plataforma o foro. Otro cambio que se generó a fines del siglo pasado son los lugares comunes que se han transformado en temáticos, como bares, restaurantes, librerías, a los que se sumó la “autoorganización” de artistas y sus búsquedas de espacios, apuntando a superar la “musealización-comercialización” cuya expresión más característica son los concursos. Cada vez **son más los espacios no convencionales donde se muestran cosas temáticamente organizadas.**

Nuestro caso para analizar y formular propuestas es el Museo de General Rodríguez de la Provincia de Buenos Aires que se ha dedicado según sus objetivos a:

- ✚ **Fomentar** la divulgación de la cultura, la ciencia y la tecnología.
- ✚ **Generar** espacios, momentos y eventos en forma colaborativa con otras instituciones del Distrito y destinados para los vecinos y visitantes del Museo.
- ✚ **Facilitar** al público en general y a la gente joven en particular el acceso a la construcción de conocimiento y descubrimiento del patrimonio cultural, histórico y artístico.

✚ **Incentivar** el estudio de preservación del patrimonio.

Todos estos principios serán plasmados en su Estatuto próximo a ser elevado a la autoridad superior del Municipio, para su aprobación. La gestión actual se guía por valores solidarios y por la búsqueda de la calidad en cada acción que emprende. Además, ha generado una red virtual de Museos de la Provincia de Buenos Aires para resolver en conjunto algunas problemáticas que han detectado como comunes.

El Museo en términos sociológicos es un espacio integral y vivo (pasado y presente) que necesita del trabajo colaborativo de instituciones públicas y privadas que estén dispuestas a pensar e implementar las soluciones a los desafíos que hagan a la sustentabilidad del museo.

El Museo necesita un plan de capacitación de calidad y permanente de su capital humano; la instalación y adecuación de su biblioteca multimedial y de su salón de usos múltiples y la reformulación desde lo lumínico de contexto exterior y tres salas de exposición permanente.

La gestión actual (2013) incorporó un NAC Núcleo de Acceso al Conocimiento y un PAD Punto de Acceso Digital (wifi). Ambos Programas, con el aporte de equipamiento, ya están instalados, pero requieren ser fortalecidos para alcanzar las metas específicas, la infraestructura y la seguridad, para ser sustentables.

El Museo de General Rodríguez nace como la mayoría de estos espacios, en forma espontánea, como una *reacción* cultural por resguardar contra el olvido los logros de una *gesta, un pueblo o la trayectoria y obra de una persona*. Esa reacción por lo general es una iniciativa privada y con el paso del tiempo y la revalorización de sus objetivos se transforma en una actividad del gobierno local. El Museo posee gran cantidad de información y patrimonio de diversas áreas de interés para distintos grupos sociales.

Esta instalado en una casa antigua³ y al no contar con un presupuesto específico muestra necesidades de mantenimiento y mejoras que tienen que ver con la seguridad y la sustentabilidad, no sólo de su propia estructura sino de todos los adelantos tecnológicos que se han conseguido e instalado y también, los que se tienen planificados para las dos salas de exposición. En él se exhiben muestras itinerantes de las temáticas vinculadas a temas históricos locales y nacionales como es la Memoria. Además, se desarrollan cursos culturales de baile, teatro y cine debate. La dirección de un museo si se hace en términos colaborativos, como lo hace la gestión actual

³ En su infraestructura se han hecho remodelaciones para contener las donaciones y aportes de la comunidad organizarlos y mostrarlos, pero no deja de ser una casa común de la época no construida para ser museo y que requiere de permanente cuidado y soporte para mantener la calidad de su actividad. Ver en el anexo los planos.

concentra y muestra los mejores aportes de los miembros de su comunidad y de todo aquel que lo visita.

Objetivo general

Fortalecer la sustentabilidad de la infraestructura, tecnología y seguridad del museo y consolidar los núcleos temáticos instalados capacitando a los RR.HH. técnicos, administrativos y de servicio.

Objetivos específicos

1. CAPACITACION de los RR.HH. Cursos específicos que formen y actualicen a los Equipos Técnicos, Administrativos y de Servicio en el contexto de pertenencia del Museo.
2. CONSOLIDACION DE INFRAESTRUCTURA INSTALADA. Construcción de elementos puntuales que completen la seguridad y sustentabilidad de los espacios planificados y en actividad.
3. ESPACIO BIBLIOTECA – CAFÉ. Ampliación de una construcción precaria existente para la instalación de la Biblioteca y nueva oferta de servicio de bufete

Población beneficiada

Beneficiados directos: Plantel del Personal del Museo, todo visitante y usuario público y privado de los espacios del Museo.

Beneficiados indirectos: Los vecinos de la ciudad de General Rodríguez.

Tiempos de ejecución

La implementación de los tres (3) componentes sustantivos será de dieciocho (18) meses.

Estrategia del Proyecto

Es sabido que la relación entre museo y público no es fluida. Con excepción de algunos eventos como las visitas escolares y de jubilados. Por ello, es necesario **construir el acto volitivo de querer ir, visitar y disfrutar** en los espacios adecuados cultura, arte, lecturas y reflexiones, cine, teatro, música, baile, charlas, debates, muestras y ferias. Para lograrlo el museo necesita de protagonistas actores presentes que:

- Sensibilicen a la comunidad.
- Garanticen la preparación del museo para cada actividad.
- Brinden al visitante, un correcto asesoramiento en la visita programada u ocasional.

La estrategia del proyecto estableció como alcance territorial la ciudad de General Rodríguez y su zona de influencia. Para su buena gobernanza requiere articular colaborativamente con actores institucionales públicos y privados. La centralidad del proyecto la tiene el VISITANTE, su tiempo de permanencia y la frecuencia de sus visitas, la manifestación de su interés, opinión y propuestas. que el comprador obtenga la obra deseada con una cómoda financiación.



Evaluación

Construcción de una base de datos que registre los datos e información que se colecten a través de indicadores cuantitativos y cualitativos elaborados específicamente para las acciones de seguimiento y monitoreo de las actividades centrales. Confección de los informes de avance y finales.

Resultados esperados:

1. Infraestructura reconstruida
2. Espacios equipados
3. Productos culturales instalados
4. Visitas al museo incrementadas
5. Visitante frecuente incrementado
6. Navegación del sitio web incrementada
7. Tiempo de navegación aumentado
8. Lugares turísticos promovidos y difundidos



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

