



UNIVERSIDAD
DE PIURA

REPOSITORIO INSTITUCIONAL
PIRHUA

PROYECTO DE RENOVACIÓN MUSEOGRÁFICA Y MUSEOLÓGICA PARA EL MUSEO DE SULLANA

Jazmín Ruiz-Ávila

Piura, marzo de 2017

FACULTAD DE HUMANIDADES

Programa Académico de Historia y Gestión Cultural

Ruiz, J. (2017). *Proyecto de renovación museográfica y museológica para el Museo de Sullana* (Tesis de licenciatura en Historia y Gestión Cultural). Universidad de Piura. Facultad de Humanidades. Programa Académico de Historia y Gestión Cultural. Piura, Perú.



Esta obra está bajo una [licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Perú](#)

[Repositorio institucional PIRHUA – Universidad de Piura](#)

JAZMÍN ANDREA RUIZ ÁVILA

**PROYECTO DE RENOVACIÓN MUSEOGRÁFICA Y
MUSEOLÓGICA PARA EL MUSEO DE SULLANA**



**UNIVERSIDAD DE PIURA
FACULTAD DE HUMANIDADES
P.A. Historia y Gestión Cultural**

2017

APROBACIÓN

La tesis titulada “*Proyecto de renovación museográfica y museológica para el Museo de Sullana*”, presentada por Jazmín Andrea Ruiz Ávila, en cumplimiento con los requisitos para optar el título de Licenciado en Historia y Gestión Cultural, fue aprobada por la asesora oficial Mgtr. Cristina Vargas Pacheco y defendida el de de 2017 ante el tribunal integrado por:

Presidente

Informante

Secretario

AGRADECIMIENTO

A mi madre, por su amor, paciencia y apoyo constante.

A mi padre, por su fuerza y trabajo diario.

A Gustavo, por sus consejos y su fiel compañía en todos estos años.

A Tom y Edy, mis tíos, por su ayuda incondicional.

Y a Dios y la Virgen, porque son el sostén de mi vida.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	3
1.1. Análisis del contexto	3
1.1.1. El entorno urbano de Sullana.....	3
1.1.1.1. Dinámica socio-económica.....	5
1.1.1.2. Dinámica Cultural.....	8
1.2. Encuadre en el contexto de otras políticas	16
1.2.1. Local	16
1.2.2. Nacional	18
1.2.3. Internacional	20
1.3. El actual museo de Sullana	22
1.3.1. Localización.....	22
1.3.2. Historia	22
1.3.2.1. Conformación del Patronato: Asociación Patronato del Museo de la Cultura de Sullana "José Arens Berg"	24
1.3.3. Estructura organizativa	24
1.3.4. Manejo de las colecciones	26
1.3.5. Guion museográfico	27
1.3.6. Servicios prestados actualmente	27
1.3.7. Perspectiva de mejora	28
1.4. Análisis FODA.....	34
1.4.1. Del museo	34
1.4.2. De la ciudad	36
1.5. Diagnóstico	37

CAPÍTULO II. ¿QUÉ MUSEO PARA SULLANA?	39
2.1. Fundamentación de la propuesta: los museos de ciudad	39
2.1.1. Evolución del concepto de museo y la aparición del concepto de Museo de Ciudad	39
2.1.2. Características de los museos de ciudad a partir de la explicación de casos nacionales e internacionales	45
2.1.2.1. Museum of New York City	46
2.1.2.2. Museo de la ciudad de Rosario	47
2.1.2.3. Museo de la Ciudad de Murcia	48
2.1.2.4. Museo de la Ciudad de Calabozo.....	50
2.1.2.5. Museo de la Ciudad de Quito (Fundación Museos de la Ciudad).....	51
2.1.2.6. Museo de la Ciudad de Buenos Aires	52
2.1.2.7. Museo Metropolitano de Lima.....	53
2.1.2.8. Museo Iquitos.....	54
2.1.3. ¿Por qué un museo de ciudad en Sullana?	56

CAPÍTULO III. PROPUESTA MUSEOLÓGICA Y MUSEOGRÁFICA	57
3.1. Propuesta de valor	57
3.2. Finalidad	58
3.3. Objetivos.....	58
3.3.1. Objetivo General	58
3.3.2. Objetivos específicos, estrategias y acciones	58
3.4. Definición del público	60
3.4.1. Destinatario	60
3.4.2. Beneficiarios	60
3.5. Planteamiento de la propuesta	60
3.5.1. Estructura organizativa del museo	60
3.5.2. Análisis de puestos	64
3.5.3. Manejo de la colección.....	65
3.5.4. Propuesta de guion museográfico	68
3.5.5. Programas educativos del museo	87
3.5.6. Plan de comunicación del museo	96
3.6. Modelo de gestión	108
3.7. Cronograma de implementación del proyecto.....	109
3.8. Presupuesto y financiamiento	111

EVALUACIÓN	119
CONCLUSIONES	121
BIBLIOGRAFÍA	123

INTRODUCCIÓN

Los museos nacen inicialmente como un lugar de almacenamiento para los bienes que eran parte del patrimonio cultural. Sin embargo, este concepto va evolucionando a lo largo del tiempo y el museo se convierte en una institución que no solo alberga sino que también adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el valor del patrimonio material o inmaterial de un determinado lugar.

No obstante, con la Declaración de Santiago de Chile en 1972, se elaboraron ciertas propuestas y lineamientos para el desarrollo y papel que tienen los museos en el mundo contemporáneo. También se hace un nuevo enfoque de los museos de ciudad, recomendando que sean un medio para crear mayor conciencia de los problemas latentes en el medio urbano, haciendo énfasis en el desarrollo local.

En Sullana solo existe un museo que está bajo la dirección del Patronato de la ciudad; sin embargo, este no cuenta con la implementación y lineamientos de dirección acordes para su buen funcionamiento. Esta situación, trae consigo que los ciudadanos no asistan a él y que en muchos casos, tampoco sepan de su presencia en la sociedad.

Asimismo, otro de los principales problemas que se deben afrontar es la falta de identidad de los sullanenses con su tierra, el desconocimiento por su historia y la problemática actual por la que atraviesa su ciudad como por ejemplo los diversos problemas de violencia.

Por estas razones se planteó el siguiente proyecto, que quiere desarrollar una mejora en la propuesta museológica del actual museo que tiene la ciudad, forjando a su vez un nuevo enfoque de museo de ciudad, en donde los pobladores puedan conocer e interpretar su espacio vital y además intervenir y ser protagonistas del desarrollo de su localidad. Se quiere trabajar la idea de cómo una institución cultural aporta y ayuda en el crecimiento de un territorio, sirviendo como medio para el fortalecimiento de la identidad sullanense.

El trabajo consta de tres capítulos. El primero desarrolla el marco teórico del proyecto, para lo cual se ha hecho un análisis del contexto, seguido de una explicación e identificación de la situación actual del museo, su localización, historia, estructura organizativa, manejo de las colecciones, guion museográfico y los servicios que presta actualmente. Luego se expone la normativa legal; es decir, cuáles son las leyes o normativas que van a respaldar la propuesta. Finalmente, el FODA y diagnóstico que muestra cuál es la situación del actual museo de Sullana.

En el segundo capítulo se determinará qué museo debe tener Sullana, este acápite es muy importante porque se detalla la fundamentación de la propuesta bajo la nueva museografía de los museos de ciudad, cuáles son las características de estos a través de casos nacionales e internacionales. Por último, se concluye con la justificación de porqué se debe tener un museo de la ciudad de Sullana.

Finalmente, en el tercer capítulo, se desarrolla la Propuesta del Plan Museológico para el museo de Sullana; asimismo, se describen los objetivos, estrategias, acciones, destinatarios, planteamiento de la propuesta de guion museográfico, programas educativos, cronograma de actividades, plan de comunicación, estructura organizativa, modelo de gestión, cronograma de implementación del proyecto, presupuesto y financiamiento, y la evaluación del plan.

Este trabajo busca convertirse en un aporte para el desarrollo y fomento de identidad a través de las instituciones culturales como son los museos. Del mismo modo, en un material de consulta para aquellos que deseen realizar nuevas propuestas para la promoción cultural de la localidad y quizá una guía para la continua transformación del museo de Sullana.

CAPITULO I. MARCO TEÓRICO

1.1. Análisis del contexto

1.1.1. El entorno urbano de Sullana

La provincia de Sullana se ubica al noroeste del departamento de Piura. Tiene una extensión de 5,423.61 km² y un perímetro de 445km. La ciudad de Sullana es la capital de la provincia y geográficamente se ubica en la parte baja de la cuenca hidrográfica del río Chira a una altura promedio de 66.50 m.s.n.m.

Formó parte de la Provincia de Paita hasta que el 04 de noviembre de 1911 se dio su creación como la conocemos actualmente. Está conformada por 8 distritos: Sullana, Querecotillo, Miguel Checa, Marcavelica, Ignacio Escudero, Salitral, Lancones y Bellavista.

Imagen 1. Mapa de la Provincia de Sullana



Fuente: Plan Desconcertado de Sullana al 2021 (en lo sucesivo PDS)

La ciudad tiene un clima muy variado y se ve influenciado por la presencia de El Niño, marcando periodos de lluvia, entre los meses de diciembre y marzo, así como también años secos. La temperatura máxima es de 40°C y la mínima de 19°C.¹

El paisaje de Sullana se caracteriza por una exuberante vegetación, algarrobos, cocoteros y principalmente por la presencia del río Chira que baña todo su territorio, permitiendo unos suelos fértiles muy aptos para la agricultura que es la base del desarrollo en la región.²

Por otro lado, su biodiversidad ha llevado a que el Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SINANPE)³ cuente con dos unidades de conservación en la región: El Parque Nacional Cerros de Amotape y el Coto de Caza el Angolo.

¹ Información extraída del Plan de Desarrollo Concertado al 2021 de la Provincia de Sullana.

² Información extraída del Plan Vial Departamental Participativo Piura 2012 – 2021.

³ Información extraída del Plan de Desarrollo Concertado al 2021 de la Provincia de Sullana.

1.1.1.1. Dinámica socio-económica

Población

Sullana ha experimentado un rápido crecimiento de la población, con una tasa de crecimiento poblacional de 1.4%. Según el último censo del 2007, el total de la población provincial fue de 287,680 habitantes de los cuales, 156,601 personas pertenecen a Sullana distrito.

Esto tal como se menciona en el PDC es un nuevo reto para las instituciones gubernamentales ya que se debe pensar en un modelo de desarrollo que permita satisfacer las necesidades de los pobladores.

En el siguiente cuadro se puede apreciar cómo ha sido el crecimiento de la población en Sullana hasta el 2015, en donde además se lee un mayor porcentaje en la población femenina estimada:

Tabla 1. Indicadores de población de Sullana distrito

INDICADOR	2010	%	2011	%	2012	%	2013	%	2014	%	2015	%
Población total estimada	166888	100.00%	168884	100.00%	170883	100.00%	172874	100.00%	174852	100.00%	176804	100.00%
Población femenina estimada	85390	51.17%	86439	51.18%	87492	51.20%	88540	51.22%	89580	51.23%	90612	51.25%
Población masculina estimada	81498	48.83%	82445	48.82%	83391	48.80%	84334	48.78%	85272	48.77%	86192	48.75%

Fuente: INEI Censos Nacionales (2007).

Del mismo modo se hace una clasificación de esta población de acuerdo a los rangos de edades, esta información puede utilizarse en un futuro para poder realizar encuestas de las preferencias que tiene cada grupo y a cuántas personas puede llegar el contenido que se trasmite.

Tabla 2. Indicadores de población según la clasificación de edades

INDICADOR	2010	%	2011	%	2012	%	2013	%	2014	%	2015	%
Población total estimada	166888	100.00%	168884	100.00%	170883	100.00%	172874	100.00%	174852	100.00%	176804	100.00%
Población infantil	50809	30.44%	50699	30.02%	50593	29.61%	50481	29.20%	50361	28.80%	50229	28.41%
Población adulta joven	35593	21.33%	36171	21.42%	36725	21.49%	37266	21.56%	37819	21.63%	38396	21.72%
Población joven	46483	27.85%	46928	27.79%	47372	27.72%	47783	27.64%	48139	27.53%	48413	27.38%
Población adulta	21369	12.80%	21972	13.01%	22566	13.21%	23162	13.40%	23768	13.59%	24402	13.80%
Población adulta mayor	12634	7.57%	13114	7.77%	13627	7.97%	14182	8.20%	14765	8.44%	15364	8.69%

Fuente: INEI Censos Nacionales (2007).

Otro factor importante en la composición de la población es que se determina por la zona en la que viven, que puede ser urbana y rural. Según ello el distrito de Bellavista tiene una población 100% urbana, seguido de Miguel Checa 97%, Ignacio Escudero 96%, Marcavelica 94%, Sullana 93%, Salitral 92%.

Cabe resaltar que de Sullana en la actualidad está vista como una ciudad peligrosa, cuyo problema real de seguridad es la micro comercialización de drogas, que tiene un impacto en los hogares y en la sociedad. Del mismo modo, se encuentran varios registros de denuncias por violencia familiar y sexual, por lo que la Municipalidad en conjunto con el Centro Emergencia Mujer, llevaron a cabo en el 2014 la campaña "Actuemos ahora, denunciemos ya", a través de ferias de sensibilización e informativas. En el cuadro adjunto se puede observar que los casos de violencia han disminuido en comparación al año 2012; no obstante, respecto a las provincias de Piura, Sullana ocupa el tercer lugar en cuanto a registros de denuncias por violencia contra la mujer⁴.

⁴ Bastidas y Regalado, 2011 (citado en Paz Soldán y Paulsen, 2013).

Tabla 3. Registro de violencia familiar y sexual en Sullana

AÑO	DPTO	CEM	VIOLENCIA FAMILIAR						VIOLENCIA SEXUAL						TOTAL
			0-17 años		18-59 años		60+ años		0-17 años		18-59 años		60+ años		
			F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	
2012 ⁵	Piura	Sullana	59	30	334	8	17	0	39	9	11	0	0	0	507
2013 ⁶	Piura	Sullana	63	18	234	2	8	1	38	0	18	0	0	0	382
2014 ⁷	Piura	Sullana	41	30	218	5	8	0	18	1	4	0	0	0	325

Fuente: Ministerio de la mujer y poblaciones vulnerables (2012, 2013 y 2014)

Actividad Productiva

Las actividades económicas de Sullana giran en torno al sector industrial, agrícola y el comercio.

En la actividad industrial destacan las microempresas (95%), luego están las pequeñas empresas (4%) y la gran empresa (1%). Las principales empresas se vinculan al sector agrícola, destinando su producción al mercado externo, las exportadoras más importantes son CAMPOSOL S.A., Agrícola San José, Limones Piuranos, Agrícola del Chira y Caña Brava, quienes producen uva, algodón, limón y caña de azúcar para etanol.

Asimismo, Sullana es uno de los principales productores de arroz. Sus sembríos alcanzan un promedio de 2,787 hectáreas. El segundo producto es el limón y su mayor producción se da en el valle de Cieneguillo. Finalmente, el plátano ocupa el tercer lugar en cuanto al promedio de las plantaciones de hectáreas, este se ha convertido en un producto bandera para la exportación en la variedad de banano orgánico⁸.

⁵ Ministerio de la Mujer y Poblaciones vulnerables, 2012.

⁶ Ministerio de la Mujer y Poblaciones vulnerables, 2013.

⁷ Ministerio de la Mujer y Poblaciones vulnerables, 2014.

⁸ Información extraída del Plan de Desarrollo Concertado al 2021 de la Provincia de Sullana.

1.1.1.2. Dinámica Cultural

La actividad cultural en Sullana es mínima, suelen darse algunas manifestaciones culturales como espectáculos de danzas folklóricas, conciertos en vivo, quema de castillos, presentaciones de la Orquesta Sinfónica, etc., cuando es el Aniversario de la ciudad o de alguna institución educativa.

Del mismo modo, son muy característicos los concursos de desfiles escolares que se organizan en el centro de la ciudad, estos representan un momento de encuentro y ayuda a que los pobladores confluyan en este punto para alentar a su respectivo colegio.

Asimismo, existen festividades propias del lugar como por ejemplo la celebración del Señor de la Buena Muerte de Chocán en los meses de febrero, la Feria del Coco, en la cual se exponen elementos ligados al cultivo, producción e industrialización del cocotero, así como también artesanías en base a estos productos y por último la Feria de Reyes, que se remonta de años atrás y que hoy en día ha perdido la trascendencia que tenía en la ciudad.

Sin embargo, en Sullana no existen espacios para el disfrute de actividades culturales como galerías de arte, teatros, casas de la cultura, bibliotecas, cines. Únicamente se cuenta con un centro de Convenciones en el cual con muy poca frecuencia se da alguna charla o se proyecta algún ciclo de cine, en cuestión a museos solo se posee uno y solo exhibe y resguarda la colección que posee. A continuación, se detallan los siguientes datos que reflejan que hasta el 2014 la situación no se ha revertido:

Tabla 4. Locales de uso recreacional y cultural en Sullana

DISTRITO	INDICADOR	UNIDAD	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
SULLANA	Museos administrados por las municipalidades	Museos	0	1	1	1	1	1	1	-	1	1	-
SULLANA	Casas de la cultura administradas por las municipalidades	Casas de cultura	0	1	1	1	-	-	-	-	1	1	-
SULLANA	Cines administrados por las municipalidades	Cines	0	0	0	0	0	0	-	-	-	-	-
SULLANA	Teatros y teatrines administrados por las municipalidades	Teatros y teatrines	0	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
SULLANA	Municipalidades que administran locales de uso recreacional y cultural	Municipalidades	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

No obstante, en febrero del 2015 se puso en marcha el proyecto "*Sábados Culturales, Promoviendo el Talento Sullanero*",⁹ esta iniciativa de la Municipalidad de Sullana busca que tres sábados del mes, por la noche, en distintos sectores de la ciudad se lleven a cabo expresiones artísticas y culturales como canto, música, baile, danzas folklóricas, entre otras, buscando con ello poder difundir y rescatar los valores artísticos y culturales, así como también dando a conocer el trabajo de los artistas locales que por falta de oportunidades se encuentran en el anonimato. "Este proyecto, permite integrar a la comunidad local y regional en una sola **identidad multicultural**".¹⁰

⁹ Recuperado en agosto del 2016 de <http://www.elregionalpiura.com.pe/index.php/locales/146-sullana/6788-inician-ambicioso-proyecto-para-promover-la-cultura-en-la-provincia-de-sullana>.

¹⁰ *Ibidem*.

En consecución con estas iniciativas en junio del 2016, la Subgerencia de Cultura, Educación y Deporte de la Municipalidad, en coordinación con la Dirección Desconcentrada de Cultura Piura, se plantearon una serie de actividades culturales por la semana de la Identidad Cultural. Estas contaron con la participación de grupos folklóricos y grupos culturales de Piura, Chulucanas y Tambogrande con el fin de promover acciones que permitan lograr la integración cultural con otras instituciones de la región.¹¹

Respecto a la actividad turística, Sullana no es una ciudad con grandes índices de visitantes. En el caso de turistas extranjeros, tal como se observa en la página del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2014) (ver tabla 5), el promedio de pernoctaciones de estos turistas es de 1.51 días; de allí que el museo tendría como público principal al local.

Una de las razones por las cuales es tan bajo el porcentaje de visitas de turistas extranjeros, es la carencia de infraestructura en turismo y falta de planificación y logística para ofrecer una estadía agradable, así como también la falta de una oferta cultural relevante o atractiva, además de los altos niveles de inseguridad ciudadana ya señalados (Pacheco, 2014).

Por otro lado, hay que tener en cuenta que el turismo nacional de acuerdo a cifras del INEI, tiene un crecimiento anual de 1.77%, y las razones por las cuales se viaja son laborales, de negocios o visita a familiares. En el caso de aquellos turistas que llegan a Sullana usualmente son con motivos de visita a familiares o para realizar una parada y continuar su viaje con destino a las playas del norte.

Estos datos permiten reconocer que son los pobladores de Sullana el público objetivo al que se debe ofrecer diversas actividades (talleres, exposiciones, etc.), pero sin olvidar que

¹¹ Recuperado en agosto de 2016 de <http://www.munisullana.gob.pe/new/index.php/turismo/905-comuna-realizo-actividades-por-la-semana-de-la-identidad-cultural>.

puede interesar también a los visitantes nacionales para que disfruten de una alternativa cultural durante su estadía en la ciudad, contribuyendo como futuros difusores de la experiencia que han vivido en este lugar. De este modo el museo se convierte en un eje dinamizador de cultura en la provincia de Sullana.

Tabla 5. Procedencia de huéspedes extranjeros que arribaron en los establecimientos de hospedaje

PAÍS O REGIÓN	NÚMERO DE ARRIBOS	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL (%)	PROMEDIO DE PERMANENCIA (DÍAS)
Argentina	0	0.00%	0
Colombia	7	3.87%	1
Ecuador	129	71.27%	1.1
Estados Unidos	6	3.31%	2.33
Francia	3	1.66%	2.33
Italia	2	1.10%	1
Paraguay	14	7.73%	5.43
Otros países de Europa	20	11.05%	1.15
TOTAL	181	100.00%	1.51

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2014.

De acuerdo a todo lo mencionado habría que indicar que la principal institución cultural con la que cuenta la ciudad es el "Museo de la Historia de Sullana", por lo que durante los meses de diciembre de 2014 y enero de 2015 se aplicó una encuesta a los pobladores de Sullana. El número total de la muestra fue de 272 hombres y mujeres de diferentes edades y ocupaciones (estudiantes, docentes, amas de casa, abogados, médicos, choferes, agricultores, taxistas, albañiles, cocineros y comerciantes). La distribución de evaluados según sexo, edad y ocupación se reflejan en la tabla 6 y 7, respectivamente. Este trabajo se realizó en distintos puntos de la ciudad, concentrándose la mayor cantidad en la Plaza de Armas de la ciudad, que es el principal punto de encuentro de las personas.

Tabla 6. Distribución de evaluados según sexo por edad

EDAD	SEXO		TOTAL
	MASCULINO	FEMENINO	
13-20	18	42	60
21-30	37	53	90
31-40	36	26	62
41-50	18	19	37
51-76	14	9	23
TOTAL	123	149	272

Fuente: Encuesta de elaboración propia.

Tabla 7. Distribución de evaluados según sexo por ocupación

OCUPACIÓN	SEXO		TOTAL
	MASCULINO	FEMENINO	
DOCENTE	16	23	39
ESTUDIANTE	23	46	69
AMA DE CASA	1	15	16
OTROS	83	65	148
TOTAL	123	149	272

Fuente: Encuesta de elaboración propia.

De los datos obtenidos se puede observar que solo el 35.7% de encuestados ha visitado el museo de Sullana (ver tabla 8), mientras que el 64.3% contestó nunca haber ido. No obstante, hasta el año 2014 se registró un total de 30 mil visitantes; pero, esta información puede no ser totalmente confiable, ya que de acuerdo a las visitas *in situ* realizadas durante los meses de octubre y noviembre de 2014, se han podido observar algunas inexactitudes en el manejo del libro de registro; es decir, que a cualquier persona que ingresa a realizar una consulta o que no termina el recorrido se le considera como un visitante más.

Tabla 8. Distribución de encuestados según su asistencia al museo de Sullana

ASISTENCIA AL MUSEO DE SULLANA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	97	35.7
No	175	64.3
TOTAL	272	100

Fuente: Encuesta, 2014

Asimismo, un dato resaltante es que a pesar de que este museo es poco frecuentado (35.7% de visitas), al 81.4% de los asistentes les gustaría que este fuera diferente, y dan algunos alcances de cuáles son los factores que les gustaría que cambien y algunas nuevas propuestas que los motivarían a tener una participación más activa versus a un 18.6% que conocen el museo y no cambiarían nada de él.

Tabla 9. Distribución de encuestados según su interés en el cambio del museo de Sullana

INTERÉS EN CAMBIAR EL MUSEO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	79	81.4
No	18	18.6
TOTAL	97	100

Fuente: Encuesta, 2014

El objetivo de esta encuesta¹² era tener un mayor alcance de cuánto conocen los sullanenses sobre su museo, la

¹² En este análisis se ha utilizado un nivel de significancia de 0.05 (α). El nivel de significancia es el margen de error que se maneja en una determinada investigación; esto quiere decir, que los resultados son un 95% confiables (este nivel será utilizado en adelante). Las hipótesis que planteadas son las siguientes:

H₀: Las variables son independientes (no hay asociación entre ellas).

H₁: Las variables no son independientes (hay asociación entre ellas).

Respecto a los resultados de las tablas cruzadas solo se muestran los casos donde se aprecie que las variables no son dependientes y que existe asociación entre ellas, esto permite determinar las diferencias de acuerdo a sexo, edad y ocupación, lo que ayuda a

opinión que tienen se este, si les gustaría que fuera diferentes, qué actividades deberían realizarse, entre otras preguntas. La estructura de la misma estuvo diseñada bajo diez interrogantes de ambos tipos (cerradas y abiertas). La recopilación de estos datos nos ayuda a justificar algunas de las actividades que se desarrollan en la propuesta que se verá en el III capítulo.

Finalmente, es importante hacer mención a los diversos atractivos turísticos de Sullana, entre ellos están: El Coto de Caza El Angolo, la Casona de Sojo, la Casona Fillago conocida también como "Casona de la Sala Mixta Descentralizada del Poder Judicial", la Casa Club Unión, el Monumentos a Grau, la Plaza de Armas, el mausoleo del poeta Carlos Augusto Salaverry, entre otros. No obstante, como ya se mencionará más adelante, la propuesta incluye un planteamiento de circuito estratégico que permita integrar distintos puntos de la ciudad, por lo cual se les consultó a los pobladores para conocer cuáles eran sus percepciones de aquellos espacios que les parecían más emblemáticos.

Los encuestados mencionaron diferentes lugares, 18 para ser exactos, entre ellos los más destacados fueron: la Plaza de Armas (29.8%), ubicada en el centro de la ciudad, el Río Chira (22.1%), la Iglesia Matriz (16.2%) y la Casona de Sojo (8.5%). También resalta aunque en menor proporción el mirador (4.4%), el centro de convenciones (3.7%), el centro de Sullana (2.6%), los puentes (2.6%) y la pileta ornamental (2.2%). Menos de 5 personas consideran emblemático la represa de Poechos (1.8%), ningún lugar (1.5%), las diversas casonas (menos la de Sojo) (1.1%), el coto de caza de Angolo (0.7%), la laguna de los patos (0.7%), Tangarará (0.7%), las diversas plazas (0.7%), el agua de leche (0.4%) y la tumba de Salaverry (0,4%).

elaborar propuestas acorde a los intereses de los diferentes tipos de público que se encuentran en la ciudad.

Los resultados se incorporarán paulatinamente a lo largo de la explicación del diagnóstico.

Tabla 10. Distribución de encuestados según el lugar que consideran más emblemático de su ciudad

LUGARES EMBLEMÁTICOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Iglesia matriz	44	16.2
Plaza de armas	81	29.8
Centro de convenciones	10	3.7
Coto de caza de Angolo	2	0.7
Pileta ornamental	6	2.2
Agua de leche	1	0.4
Casona de Sojo	23	8.5
Puentes	7	2.6
Río Chira	60	22.1
Represa de Poechos	5	1.8
Casonas	3	1.1
Mirador	12	4.4
Laguna de los patos	2	0.7
Tangará	2	0.7
La tumba de Salaverry	1	0.4
Plazas	2	0.7
Centro de Sullana	7	2.6
Ninguno	4	1.5
TOTAL	272	100

Fuente: Encuesta, 2014

1.2. Encuadre en el contexto de otras políticas

1.2.1. Local

- Plan de desarrollo concertado actualizado al 2021

El Plan de Desarrollo Concertado (PDC) es un acuerdo y compromiso político-social que establece las orientaciones y prioridades estratégicas de desarrollo en un territorio¹³.

El PDC de la Municipalidad Provincial de Sullana muestra en líneas generales la historia, actividades económicas y problemas sociales de la ciudad. Por esta razón, este documento nos sirve para poder conocer cuáles son las carencias y principales problemas de los sullanenses.

Asimismo, se elaboran estrategias y ejes de acción que nos dan indicadores de una preocupación por trabajar los **problemas de seguridad** (a través de un proyecto de sensibilización a escolares y adultos para reducir el consumo de drogas), **aspecto urbano** por medio de un plan de mejoramiento de la zona ribereña cuyo medio de verificación sería el registro de visitantes al museo. Este proyecto ha previsto un presupuesto de S/. 6, 290,293.00.

El turismo también se trabaja a través de una estrategia de promoción del incremento de comunidades que participen en actividades de ecoturismo, turismo vivencial y rural, para ello se propone un plan provincial para el desarrollo turístico. Y finalmente en cuanto a **cultura** se plantea la creación del Parque de la Cultura del Centro Urbano de Sullana para fomentar las actividades culturales en la zona. El proyecto tiene destinado un total de S/. 1, 465,806.00.

- Plan Operativo Institucional al 2015

Este documento contiene la planificación anual que ha elaborado la gestión pública de acuerdo a lo que se indica en el Plan de Desarrollo Concertado mencionado en líneas anteriores, con ello se pretende cumplir con los objetivos y metas que el PDC se ha trazado.

¹³ Bastidas y Regalado, 2011 (citado en Paz Soldán y Paulsen, 2013).

Según los datos que detalla la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto y la Subgerencia de Planeamiento y Desarrollo Institucional (2015), la línea estratégica que hace referencia al tema cultural es la número dos, ya que trabaja temas como el *desarrollo humano, salud, educación, empleo, cultura e identidad*. Dentro de este punto, el objetivo tres busca lo siguiente: ***Dotar de servicios y equipamiento para mejorar la cultura y calidad de los vecinos de la Provincia de Sullana.***¹⁴

Para su cumplimiento, **supone una serie de objetivos operativos, como la implementación de un centro cultural, la puesta en valor de una red de sitios culturales y recursos naturales que fortalezcan la identidad del distrito**, creación de grupos musicales, de teatro, folklore y otras expresiones de la cultura en los distintos distritos de la provincia y la promoción y difusión de obras literarias de autores de la provincia y de la región.¹⁵

Este objetivo que se menciona es importante para el desarrollo de la propuesta que se plantea, ya que va de acorde a los lineamientos y necesidades de la ciudad, permitiendo una implementación cultural a través de una mejora en la organización y visión del museo que actualmente existen en la ciudad. El enfoque en temas de desarrollo, cultura e identidad será con esta nueva propuesta una oportunidad para que el museo convoque al ciudadano a conocerse y empoderarse de su ciudad.

Por otro lado, el POI desarrolla un cronograma de actividades donde se muestra una iniciativa por fortalecer la identidad local, regional y nacional a través de la organización de eventos culturales. En este contexto desarrolla un proyecto educativo cultural denominado "La cultura despierta en Sullana", que tiene como objetivo general planificar, organizar, ejecutar y evaluar las diferentes actividades en materia de cultura, educación y deporte en la jurisdicción de Sullana, contando para ello con la participación activa de las instituciones públicas y privadas de la comunidad¹⁶.

¹⁴ Plan Operativo Institucional, 2015, p. 24

¹⁵ *Ibidem (el resaltado es nuestro)*.

¹⁶ Plan Operativo Institucional, 2015, p. 130

Asimismo, menciona actividades como talleres de programa de vacaciones útiles "Despertando tu creatividad", monitoreo y asesoramiento de PRONEIS, eventos culturales, capacitación docente, investigación y acción, conferencias sobre la familia y realización de academias deportivas. Todas ellas a realizarse en los meses de febrero (vacaciones útiles), octubre, noviembre y diciembre, con un presupuesto total asignado de S/.1330000.

Entonces unido a ello, el nuevo esquema de trabajo del museo puede formar parte de estas iniciativas y se convierte en un canalizador y ejecutor de actividades culturales en la ciudad.

1.2.2. Nacional

Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación – Ley N°28296

En su artículo I, declara que el objetivo de la misma es establecer políticas nacionales de defensa, protección, promoción, propiedad y régimen legal y el destino de los bienes que constituyen el Patrimonio Cultural de la Nación.

Es indispensable hacer mención a esta ley, debido a su importancia en la conservación de las colecciones del Museo de Sullana, ya que muchas de sus piezas actualmente presentadas no están catalogadas, ni se tiene un inventario completo de todos los bienes que se encuentran ahí. Del mismo modo, es importante para la administración de la institución, ya que muchos de sus bienes proceden de donaciones hechas por huaqueros de la zona o de coleccionistas de la Ciudad. Igualmente, ya que nuestra propuesta se interesa en el PC, esta norma da el marco legal que promueve la protección del patrimonio local en Sullana (monumentos, casonas, etc.).

Por consiguiente, esta ley permite una orientación al momento de realizar la propuesta de mejora para el museo y cuáles son las medidas de protección que reconoce el Estado Peruano, respecto al patrimonio cultural.

- Ley Orgánica de Municipalidades – Ley 27972

Fue promulgada el 26 de mayo del 2003 incorporando cambios en el rol y tipo de gestión que los gobiernos locales deben desarrollar en una perspectiva de descentralización. La *Ley Orgánica de Municipalidades* (2003), estipula como una de las competencias de las Municipalidades las áreas de cultura, recreación y deporte, así como también el turismo y la conservación de monumentos arqueológicos e históricos, en concordancia a las políticas nacionales impartidas.

Las funciones de las municipalidades se enmarcan en un aspecto general y específico. Cabe resaltar la importancia del artículo 15, en el cual se detallan los servicios municipales que tiene a cargo, de los cuales muchos están ligados al ornato de la ciudad y la promoción cultural y turismo.

Posteriormente en el artículo 17, la Municipalidad tiene la función de ejecutar, administrar, promover y controlar el ámbito de la educación, cultura y promoción social. Asimismo, tal como menciona el artículo 18, también es de su competencia el acondicionamiento territorial, vivienda y seguridad pública, por lo tanto, es su deber preservar los puentes, plazas, parques, monumentos, así como también velar por la conservación de la flora y fauna.

Finalmente, respecto a las funciones de esta se desglosan aquellas que corresponden a las municipalidades provinciales. Aquí se hará mención a tres apartados (h, y, j):

- "Promover el turismo, valorizando el patrimonio local y garantizar su conservación¹⁷." Es significativo considerar – como ya se ha mencionado anteriormente – que el turismo en Sullana es casi nulo, por lo cual se requiere identificar aquellos atractivos de la ciudad y elaborar un circuito para que sean conocidos por el visitante local y de fuera. Esta función se engrana con la propuesta de puntos estratégicos en la ciudad que se desarrolla en el capítulo III.

¹⁷ Ley Orgánica de Municipalidades, 2003.

- "Custodiar y vigilar los restos arqueológicos, monumentos artísticos e históricos así como colaborar en su restauración y conservación con el organismo nacional correspondiente¹⁸." Son las instituciones municipales quienes deben velar porque los monumentos artísticos e históricos forman parte de la historia de los ciudadanos, ya que conviven con ellos, son parte de sus recuerdos, de anécdotas contadas por sus antepasados, en resumen son parte de su historia local.

1.2.3. Internacional

En el ámbito internacional, si bien no hay una normativa legal respecto a los museos de ciudad, se tiene una serie de documentos que ayudan al mejor funcionamiento de las instituciones culturales, en este caso específico: los museos.

Código de Deontología del ICOM para los Museos

Para el Consejo Internacional de Museos (ICOM, 2013), el Código de Deontología para los Museos es un texto fundamental de la organización en el que se establecen las normas mínimas de conducta y práctica profesional para los museos y su personal. De este modo, busca que los museos cumplan con la misión de proteger, conservar, difundir y educar.

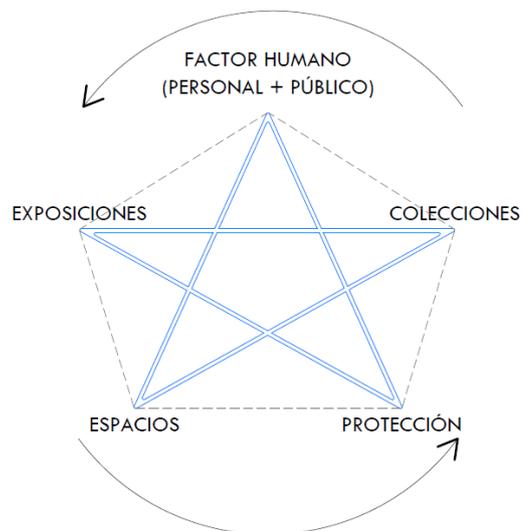
Por ello, es importante conocer cuál es el estado actual del museo de Sullana, y observar cuáles son los lineamientos que se están cumpliendo, así como también los puntos de mejora para plantear estrategias específicas que promuevan el crecimiento de la institución y el empoderamiento de los pobladores con su museo.

Es necesario considerar unos determinados elementos que permiten el correcto funcionamiento de este tipo de instituciones. Estos se integran y se complementan, es decir, ninguno es mejor que otro, pero si se carece de algún componente, un museo no cumple con sus objetivos ni tiene un buen funcionamiento.

¹⁸ Ibidem.

A continuación se explica el siguiente esquema, donde se han identificado cinco aristas que deben considerarse al momento de planificar un museo – aunque en diferentes dimensiones –. Estas son el personal, que va desde el director hasta aquellos responsables de cada una de las áreas del museo, las colecciones, exposiciones, el espacio que involucra la infraestructura y los espacios de colecciones o depósitos y finalmente la protección de todos los bienes que abarcan este tipo de instituciones culturales. Todas ellas se integran y constituyen los pilares de todo museo; sin embargo, también hay que considerar que no son estáticas, sino que necesitan actualizarse en el tiempo, es decir, el personal debe especializarse en el cuidado de bienes, dirección de museos, etc., incrementar las colecciones y montar nuevas exposiciones de atracción al público. Esto conlleva a que los espacios se adapten y se adecuen para acoger diversas muestras y que además se planteen nuevas y mejores técnicas de conservación para todos los bienes que se albergan, incluyendo aquellos que están en los depósitos.

Gráfico 1. Dimensiones en la planificación de un museo



Fuente: Elaboración propia.

1.3. El actual museo de Sullana

Como ya se ha descrito anteriormente, Sullana únicamente cuenta con un museo que exhibe una colección de piezas arqueológicas, por lo cual es imprescindible describir diversos elementos que permitan saber cuál es su estado actual y cómo puede cumplir el rol de nexo entre los ciudadanos y su comunidad; es decir, un museo que comunica, transforma y genera identidad local.

1.3.1. Localización

El Museo de Sullana se encuentra ubicado en el primer piso del Centro de la Cultura "Reynaldo Moya Espinoza". Esta es una posición estratégica ya que al estar en el centro de la ciudad, frente a la Plaza de Armas, se convierte en un espacio frecuentemente concurrido por personas que acuden al supermercado, restaurantes, heladerías e Iglesia.

1.3.2. Historia

La idea de crear un museo en Sullana surge de un grupo de personas e instituciones interesadas en gestionar los medios para concretar dicha creación, especialmente en la persona de Don Luis Cruz Merino, quien menciona:

"Sullana tiene una cultura amplia y fecunda, no solo por la que hemos heredado de nuestros ancestros Tallanes y que es guardada con esmero por algunas personas de la ciudad. No solo por las creaciones artísticas del pasado y las contemporáneas, sino también por las múltiples expresiones del diario vivir, nuestros usos, costumbres, tradiciones, cánticos, bailes, etc. que pueden ser o no ser artísticos, pero que forman parte indiscutible del medio en el cual nos movemos y vivimos nuestra cultura. Cierta clase de manifestaciones del espíritu humano que se han plasmado en objetos, como expresiones de la creatividad de nuestros antepasados, se encuentran dispersos, guardados con celo y cariño por personas particulares, como pequeños tesoros de propiedad privada.

Ha llegado el momento en que todas esas manifestaciones artísticas junto con el legado de nuestros antepasados se reúnan bajo un lugar común, en un solo techo, para ser guardados y custodiados con el mismo celo y cariño con que hasta ahora sus propietarios lo hacen. En la sociedad moderna el lugar donde se guardan se cuidan y se exhiben esos legítimos tesoros es el museo¹⁹ ".

Por esta razón, el museo que se pensaba crear no solo iba a presentar una época histórica de la provincia o región, sino todo el proceso cultural que se ha desarrollado desde los tiempos pre-hispánicos hasta nuestros días, tratando de transmitir la continuidad histórica de un espacio determinado; es decir, un museo histórico que albergaba el patrimonio cultural material como huacos y ceramios y también el patrimonio inmaterial abocado a recordar las tradiciones y las costumbres del pueblo.

Dentro de la creación del proyecto intervinieron instituciones como la Municipalidad de Sullana, el Banco Regional del Norte, el Instituto Nacional de Cultura, la Parroquia también se sumó al proyecto, ofreciendo por dos años los ambientes del antiguo local del colegio "San Pedro Chanel" y por último, la Sub – región de Educación "Luciano Castillo Colonna", que destacó al profesor Juan Carlos Vilela Guzmán para que sea el encargado del guiado a todo el público asistente.

Finalmente, tal como menciona Luis Cruz Merino en la publicación de la historia del Museo, este también serviría como un medio para reconocer la labor de don José Arens Berg, quien dedicó su vida a trabajar por el progreso de Sullana, por esta razón se crea el Museo de la Cultura de Sullana, con el nombre Museo de la Cultura "José Arens Berg".

¹⁹ Cruz, Luis. Museo de la Cultura "José Arens Berg", editado por el Museo de Sullana, s/a.

1.3.2.1. Conformación del Patronato: Asociación Patronato del Museo de la Cultura de Sullana "José Arens Berg":

El 16 de noviembre de 1998 se llevó a cabo el registro de Escritura Pública de la Constitución de la Asociación denominada Patronato del Museo de la Cultura de Sullana "José Arens Berg", teniendo al Sr. Luis Cruz Merino en calidad de presidente. Este acontecimiento se acordó debido a la reunión del 20 de abril de 1998, en donde la Asamblea General acordó constituir legalmente la asociación anteriormente mencionada, ya que esta venía funcionando de forma irregular desde el año 1996. Asimismo, se establecieron una serie de estatutos que normarían el buen funcionamiento de la institución, aprobados por acta de reunión del 16 de julio de 1998.

Hay que tener en cuenta que el patronato es una asociación civil sin fines de lucro, que nace al disolverse el comité de gestión del museo (instituciones que apoyaron inicialmente su surgimiento). Su duración es indefinida y tiene como sede la ciudad de Sullana; y, dentro de ella el local donde funcione el Museo transitoria o definitivamente.

Es importante agregar que el museo no puede estar cambiando de lugar constantemente, sino que se debe procurar su permanencia fija en un lugar de fácil acceso e intercomunicación para que poco a poco los ciudadanos identifiquen su museo como una institución de su comunidad.

1.3.3. Estructura organizativa

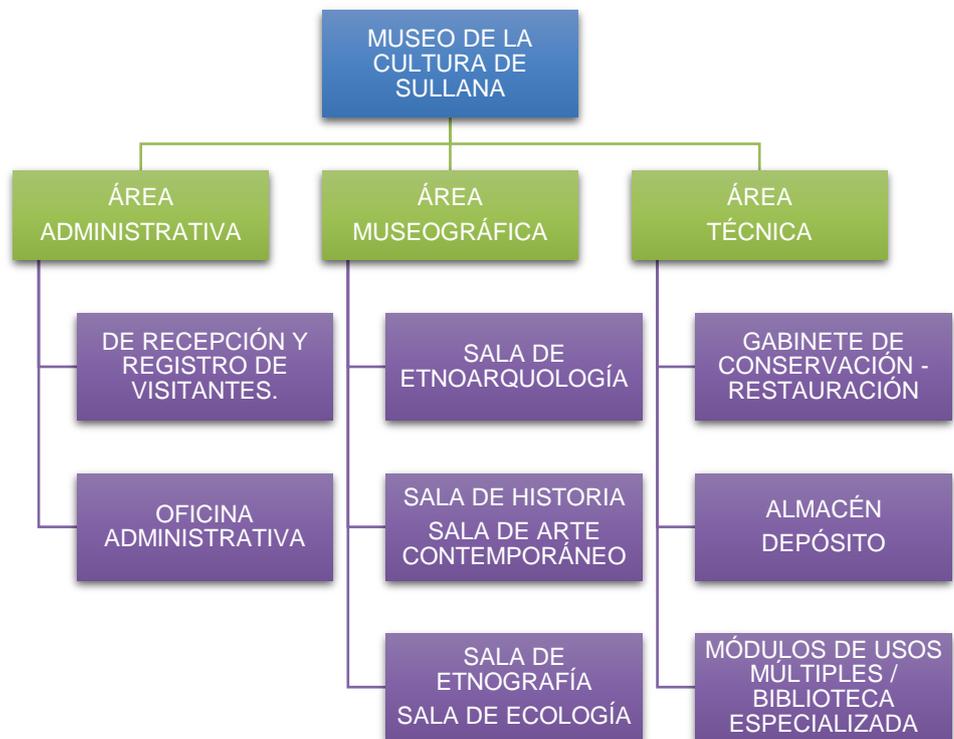
El planteamiento inicial del proyecto de creación del museo, consideró inicialmente la necesidad de establecer tres áreas indispensables que estarían sub divididas de la siguiente manera:

- a. Área administrativa: Inicialmente pensada con un espacio de recepción y registro de visitantes y una oficina administrativa. Sin embargo, en la actualidad solo existe un escritorio a la entrada del museo, en donde se encuentra el

encargado de realizar el recorrido, que puede ser la directora del museo o algún interesado con disponibilidad para ayudar a la institución.

- b. Área expositiva: propuesta en su inicio con seis salas específicas (etnoarqueología, historia, etnografía, ecología, arte contemporáneo y caballo de paso). De ello solo se tienen dos salas, una de ellas contiene una exposición arqueológica y la otra (más pequeña) contiene una línea de tiempo e información diversa sobre eventos y personajes de Sullana.
- c. Área técnica: esta área planteaba un gabinete de conservación y restauración, un depósito, módulos de usos múltiples y una biblioteca especializada. No obstante, a la fecha, el museo solo cuenta con un área pensada como un almacén donde se encuentran bienes u objetos patrimoniales envueltos en periódicos y en cajas descuidadas.

Cuadro 1. Áreas pensadas para la creación del museo



Fuente: Museo de la Cultura "José Arens Berg"

No obstante, cabe resaltar que dicho planteamiento no llegó a concretarse, ya que en la actualidad el museo cuenta con un espacio reducido dentro de la infraestructura del Centro de Convenciones de Sullana. Al interior solo se encuentran tres espacios: uno corresponde a una exposición de los bienes arqueológicos (ceramios, textiles) que conserva el museo, un ambiente pequeño destinado al almacenamiento de aquellas obras que no están expuestas y una sala aún más reducida que abarca una línea de tiempo y alguna información sobre personajes ilustres del lugar.

1.3.4. Manejo de las colecciones

Respecto a los bienes que se exhiben en el museo tal como informa Luis Cruz²⁰ la Municipalidad entregó medio centenar de ceramios que se encontraban en los ambientes de la Biblioteca y que ya estaban clasificados.

Asimismo, pensaron en la creación de una galería fotográfica para mostrar imágenes de aquellos personajes importantes que habían dejado huella en la provincia, como por ejemplo: Carlos Augusto Salaverry, José Arens Berg, entre otros.

Actualmente, una parte de la colección de los ceramios y huacos de diferentes culturas están expuestos en vitrinas de distintos tamaños sobre soportes o bases acrílicas. Sin embargo, los bienes no están catalogados ni existen fichas de registro de las donaciones que ha recibido el museo en este tiempo.

El principal problema que se observa es la falta de conservación de los bienes no expuestos, los cuales se encuentran en el depósito o el de los documentos antiguos o libros de personajes ilustres de Sullana.

²⁰ *Ibidem.*

1.3.5. Guion museográfico

Cuando se observa el museo puede verse que realmente no tiene un guion museográfico debidamente implementado y claro. La exposición se presenta en dos salas abiertas al público, ambas con una colección permanente. En ambos espacios se ha hecho uso de paneles expositivos y vitrinas para la ubicación de los bienes, las bases de estas están diseñadas con fotografías de Sullana. Al existir una descontextualización en las piezas, el recorrido no sigue un orden, lo cual hace que el visitante no sepa cuál es el recorrido que podría seguir y que le ayudaría a construir su conocimiento de lo expuesto.

Existen algunas fotografías originales en blanco y negro que muestran cómo era la ciudad antiguamente, estas se han colocado en la pared del depósito y no siguen las técnicas de conservación e exhibición necesarias, ya que muchas están pegadas con cinta adhesiva.

Del mismo modo sucede con un manto prehispánico que se ha pegado sobre una tela y se ha colgado en el museo.

Por otro lado, existen ciertas consideraciones sobre el diseño museográfico que no se han tenido en cuenta como por ejemplo, la seguridad contra el robo, incendios y temperatura.

1.3.6. Servicios prestados actualmente

En cuanto a los servicios que ofrece, principalmente se encuentran las visitas guiadas al público general y a grupos escolares; conferencias y ocasionales talleres. Todo ello es muy favorable porque permite la comunicación del museo con la ciudad; sin embargo, si bien se dan estas visitas guiadas, el principal problema es que no hay un guía de planta que maneje y transmita información fidedigna. En la mayoría de los casos, por algunas experiencias previas, estas visitas están a cargo de la profesora Carmen Cruz Delgado, actual directora de la institución; y, en otras ocasiones por algún interesado voluntario en apoyar al museo. Del mismo modo, si el museo realiza alguna actividad o charla no

existen los diversos canales de difusión que permitan tener el alcance esperado.

De la observación *in situ* se desprende que no hay la suficiente información escrita, ni una claridad en el orden de lo expuesto que permita que muchas de las personas que lo visitan, lleguen a comprender el significado de estas piezas.

Por último, teniendo en cuenta que la comunicación es un elemento imprescindible se observa que el museo no utilizar otros canales de difusión y tampoco maneja herramientas como página web y presencia en las redes sociales.

1.3.7. Perspectiva de mejora

De acuerdo a la encuesta explicada líneas anteriores, se ubican ciertos criterios de acuerdo a la perspectiva del visitante que hay que considerar. Por ejemplo, un 81.4% de los asistentes al museo les gustaría que este fuera diferente, dando de ese modo algunos alcances de cuáles serían los factores que les gustaría que cambien, así como también nuevas propuestas que les incentivaría a tener una participación más activa. Asimismo, cada encuestado explicó en sus propias palabras las razones por las cuales les gustaría que el museo que hay en la actualidad fuese diferente.

Para su mejor comprensión y agrupación de significancia estas se han ordenado según 9 categorías cuyo nombre corresponde a la terminología de museos:

Tabla 11. Distribución de encuestados según los cambios que realizarían al museo

¿QUÉ CAMBIARÍA DEL MUSEO?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Museología/ museografía	18	22.8
Infraestructura	30	38
Actividades	2	2.5
Nuevas exposiciones	10	12.7
Conservación	1	1.3
Mediación	7	8.9
Difusión	8	10.1
No sabe/ no contesta	3	3.8
TOTAL	79	100

Fuente: Encuesta, 2014 – 2015.

- **Museología/ museografía:**
 En esta categoría se han agrupado los comentarios referentes a la organización del museo y a la presentación de las colecciones. El 22.8% opina que la forma en presentar las exposiciones debería ser de forma más dinámica e interactiva, que les permita a las personas conocer de forma lúdica el contenido que se presenta. Del mismo modo tener en cuenta cuál es mensaje o propósito que se quiere transmitir, ya que al momento de hacer el recorrido no se entiende la importancia y significancia de los bienes patrimoniales que se exponen.
- **Infraestructura:**
 Un 38% afirma que les gustaría que el museo tenga un lugar propio, más amplio, con más salas para presentar nuevas exposiciones. Que disponga espacios para interactuar como por ejemplo una biblioteca, un auditorio, aulas para hacer talleres, etc.
 Se percibe el espacio del museo actual como demasiado pequeño, ello impide que se pueda apreciar con comodidad

los objetos, dando la sensación de desorden. Esto reafirma el que los visitantes no encuentren un recorrido definido dentro del museo, causando confusión en ellos.

- **Actividades:**
Hay un interés por parte de los espectadores de que el museo sea más participativo y desarrolle una agenda variada considerando los distintos tipos de públicos: niños, jóvenes y adultos (2.5%).
Esto conlleva a pensar que es una oportunidad para poder ofrecer un museo con un rol dinámico en la ciudad, que fomente la participación de las personas y que las convoque a descubrir su pasado y comprender su presente para contribuir a la mejora de su tierra.
- **Nuevas exposiciones:**
Se observa un interés porque se implementen y planteen nuevas exposiciones (12.7%). Esto genera un mayor interés del público porque hay una nueva oferta para ellos para que haya una mayor cantidad de público. En la actualidad el museo únicamente tiene dos salas perennes, por lo que se recomienda que se desarrollen nuevos temas dentro y fuera del museo, que permitan atraer a los ciudadanos.
El mantener la misma exposición por largos periodos de tiempo impide que el público se interese en visitar el museo, por ello es importante lograr una dinamización en la institución.
- **Conservación:**
El 1.3% hace referencia a que el museo debe estar limpio y más ordenado. Incluso se hace mención al proceso de prevención que deben tener las piezas que se exhiben y las que se guardan en el depósito del museo.
- **Mediación:**
El 8.9 % opina que existe la necesidad que el museo cuente con una guía preparado y permanente para que realice el recorrido dentro de las salas, ya que en muchas ocasiones no comprenden el contenido de la exposición.

Esto va ligado a mejorar la atención que brinda el museo. Los visitantes observan que este lugar además de ser aburrido ofrece un mal servicio al público.

- **Difusión:**
Las personas encuestadas sugieren (10.1%) que el museo debe mejorar los medios para dar a conocerse, ya que muy poco se sabe de su trabajo.
Por ello, se propone implementar canales de comunicación para la promoción del museo como por ejemplo, elaboración de folletos, diálogo con los colegios, entre otros.
- **No sabe/no conoce:**
Se considera este pequeño grupo, porque corresponde a aquellos visitantes que les gustaría que el museo sea diferente pero no saben cómo explicar en qué aspectos quisieran que cambie (3.8%). Ellos resaltan que el museo no trasmite ningún valor referente a su ciudad.

Posteriormente, teniendo en cuenta que uno de los propósitos es difundir entre los ciudadanos la historia del lugar donde viven se planteó la pregunta: "*¿estaría interesado en conocer más sobre la historia de su ciudad?*"; los resultados confirmaron que el 90.1% del total (conformado por aquellos que ya conocen de la historia de Sullana y los que no la conocen) está interesado en aprender más sobre su ciudad. Solo el 9.9% manifiesta no conocer nada sobre Sullana, ni estar interesado en aprender más sobre ella. A su vez con estos resultados se realizó la asociación de la pregunta con las edades de los participantes.

Tabla 12. Asociación entre la pregunta 5 y la edad

EDAD	TAMAÑO DE LA MUESTRA	¿ESTARÍA INTERESADO EN CONOCER MÁS SOBRE LA HISTORIA DE SULLANA?		ESTADÍSTICA CHI CUADRADO	P VALOR
		SÍ	NO		
13-20	60	93.3	6.7	12.849	0.012
21-30	90	81.1	18.9		
31-40	62	96.8	3.2		
41-50	37	91.9	8.1		
51-76	23	95.7	4.3		

Fuente: Encuesta, 2014-2015

En este caso se puede apreciar que son los evaluados entre 31 y 40 años quienes tienen mayor interés en conocer más sobre la historia de Sullana (96.8%). Este es un público potencial y atractivo; sin embargo, como carecen de tiempo por razones laborales es necesario diseñar las actividades del museo en un horario asequible para ellos.

Los evaluados entre 21 y 30 años son quienes están menos interesados en conocer la historia de Sullana (18.9%), argumentan que se encuentran realizando estudios universitarios y que estos temas no son de su interés. Ellos son un público joven que hay que explotar y atraer a través de exposiciones más atractivas, se tiene que conocer qué les gusta para poder despertar en ellos el interés por su ciudad.

Generalmente, se aprecia un interés en conocer más sobre la historia de Sullana en las personas que están entre 51 y 76 años (95.7%), 13 y 20 años (93.3%) y 41 y 50 años (91.9%).

Por consiguiente, para poder plantear una nueva temática se preguntó cuáles serían los temas que les gustaría ver reflejados en el museo. Las respuestas obtenidas se clasificaron de la siguiente manera:

Tabla 13. Distribución de encuestados según los temas que les gustaría ver reflejados en el museo

TEMAS PARA VER REFLEJADOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Historia/ nuevas exposiciones	122	44.9
Lugares turísticos	8	2.9
Arte y patrimonio inmaterial	112	41.18
No sabe	30	11.02
TOTAL	272	100

Fuente: Encuesta, 2014 – 2015

- **Historia/nuevas exposiciones:**
 Los pobladores encuestados manifestaron en un 44.9% que les gustaría que se realicen nuevas exposiciones referentes a diversos temas de historia tanto de su ciudad como de otros lugares. Desean saber más sobre las Capullanas, la evolución de Sullana, las casonas antiguas, personajes ilustres, incluso sobre la actividad productiva de la localidad.
- **Lugares turísticos:**
 Se hace mención a un interés por querer conocer más de los atractivos que están dentro y fuera de la ciudad.
- **Arte y Patrimonio inmaterial:**
 Hay un interés por querer conocer más sobre las manifestaciones culturales que tienen otros pobladores dentro del Perú y también en el exterior.
 Además, se menciona un gusto por querer saber más de los trabajos de artistas locales, danzas típicas de la región, creaciones musicales de compositores piuranos, entre otros.
 Finalmente, también se recalca como importante resaltar las festividades propias de la región, vivencias, creencias (como por ejemplo el mal de ojo), mitos y leyendas que se transmiten de forma oral.
 Finalmente, cabe mencionar que el 83.8% de la muestra evaluada afirma que le gustaría participar activamente si se realizaran mayores actividades en un museo, versus un 16.2%

de ciudadanos que no están interesados. Los resultados se ven reflejados en la siguiente tabla de frecuencia:

Tabla 14. Distribución de encuestados según su interés en participar activamente de las actividades programadas por un museo

INTERÉS EN PARTICIPAR DE LAS ACTIVIDADES DEL MUSEO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	228	83.8
No	44	16.2
TOTAL	272	100

Fuente: Encuesta, 2014

1.4. Análisis FODA

El desarrollo del análisis FODA nos refleja la realidad de la organización que se quiere intervenir, para ello se ha recaudado la documentación necesaria sobre su funcionamiento, se han realizado visitas en distintos momentos del día y también se ha elaborado una encuesta de opinión que den un alcance de que aquello que perciben los visitantes y ciudadanos.

En este caso se muestra a continuación dos análisis, uno corresponde a la ciudad de Sullana y el otro al museo en sí.

1.4.1. Del museo

FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cuenta con una colección, vitrinas y algunos otros objetos y materiales expográficos que podrían servir para una nueva exposición. ▪ Cuenta con un local propio que ha sido concedido por la Municipalidad de Sullana. ▪ El museo cuenta con personas voluntarias interesadas en apoyar en la atención del museo.
-------------------	---

OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acogida de los colegios para realizar visitas guiadas al museo. ▪ Interés por querer conocer más de la historia de Sullana. ▪ El museo ha sido construido dentro del local del centro cultural de ciudad. ▪ El museo tiene una ubicación estratégica al ser una zona de fácil acceso y de mayor visibilidad, ya que se encuentra en el centro de la ciudad ▪ Interés de las empresas privadas en el patrocinio y apoyo a proyectos culturales en la zona como por ejemplo la Caja Municipal de Sullana.
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El museo no tiene una visión y misión. Así como tampoco una estructura dentro de la institución. ▪ No hay una comunicación externa, el público no se entera de las pocas actividades que se organizan. ▪ No se realiza una planificación de las actividades que se van a realizar a lo largo del año. ▪ No posee un guion museográfico claro y lógico. ▪ Las colecciones no están inventariadas ni catalogadas. ▪ Hay una mala conservación de los bienes (algunos están en estado de abandono, en cajas y envueltos en periódicos). ▪ No se cumple con el horario de atención establecido, ya que su atención depende de la disponibilidad de las personas voluntarias. ▪ Falta de un personal calificado y especializado. ▪ La municipalidad tiene una participación parcial, pero hasta la fecha no ha decidido asignar un presupuesto para solventar otras actividades del museo.
AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de presupuesto de la institución. ▪ No se sabe si los siguientes gobernantes seguirán invirtiendo en la gestión del museo. ▪ Se encuentra bajo la dirección del Patronato de Sullana.

1.4.2. De la ciudad

FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none">▪ Cuenta con diversos monumentos que aún se conservan bien dentro de la ciudad como por ejemplo las casonas, mausoleos, etc.▪ Tiene al Río Chira como el principal atractivo del lugar, favoreciendo actividades económicas como la agricultura.▪ Es un punto clave para el comercio con otros pueblos aledaños.▪ Es una ciudad con una gran producción agraria que permite la exportación de sus principales productos.▪ Cuenta con una amplia y recientemente remodelada plaza de armas que es el principal punto de encuentro de los ciudadanos.▪ Mantiene aún sus costumbres y tradiciones en fechas regionales, cívico patrióticas, etc.
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none">▪ Existe un plan desconcertado que impulsa una política de desarrollo en la ciudad.▪ La Municipalidad de Sullana cuenta con presupuesto para poner en marcha proyectos de mejora a la ciudad.▪ Cuenta ya con un museo y un centro cultural que buscan incentivar la actividad cultural en la zona.▪ De la muestra de encuestados se afirma que los ciudadanos están interesados en conocer más de su ciudad.▪ Se están asentando nuevas empresas que contribuyen al desarrollo económico en la ciudad.
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none">▪ La actividad turística en la zona no es atractiva.▪ Existen muchos problemas de delincuencia por lo que es vista como una ciudad peligrosa.▪ Hay varios problemas de violencia en los distintos barrios de la ciudad.▪ La ciudad tiene grandes problemas con la salubridad en las calles.▪ Falta de un cronograma cultural en la ciudad.▪ No hay una oficina de información turística en la zona.▪ El crecimiento urbano se ha dado de forma desordenada.

- Falta de personal calificado para realizar proyectos culturales en la ciudad.
- La presentación de otros proyectos que se tomen como culturales y supongan menor presupuesto.

1.5. Diagnóstico

Teniendo en cuenta el análisis realizado sobre la realidad del territorio y del museo actual de Sullana se han determinado tres elementos que deben ser estudiados con el fin de elaborar una propuesta que ayude a mejorar la situación actual y permita el cumplimiento de los objetivos de este proyecto.

- Sullana, por una parte, es una ciudad en potencia de crecimiento y desarrollo. Cuenta con un atractivo natural: el Río Chira, muy importante para su producción económica ya que este baña sus tierras y permite el sembrío de miles de hectáreas. Asimismo, su patrimonio local que no ha sido explotado en la actualidad es una fuente para incrementar el turismo en la zona y también es un elemento de identidad que puede acercar a los pobladores a conocerse más y entender los procesos históricos que se han vivido a lo largo del tiempo.
Por otra parte, la ciudad enfrenta grandes problemas en cuanto a la informalidad, la delincuencia, los altos índices de maltrato familiar, desorden urbano, entre otros, que generan una imagen negativa del entorno y que al mismo tiempo necesitan ser atendidas.
En cuanto a la actividad cultural como ya se ha visto antes, aún está en vías de crecimiento, falta una mayor oferta de actividades que cubran las expectativas de los ciudadanos y que se adecue a sus necesidades para que puedan participar de ellas.
- El museo como ya se ha mencionado durante el desarrollo del capítulo I está presente en la ciudad, pero solo cumple la función de resguardar las piezas que posee. Muestra una exposición descontextualizada con ausencia de un guion museográfico que no cuenta la historia de la ciudad.

Por otro lado, el no tener definidos unos objetivos ni visión ni misión, así como tampoco un cronograma de actividades y de exposiciones hacen que tengan un buen impacto en la sociedad; es decir, que los ciudadanos no lo reconozcan como un elemento dinamizador de cultura.

- Por último, se puede observar una falta de interacción entre la comunidad y el museo ya que como se muestra en las encuestas hay muchas personas que aún desconocen de su existencia y que no lo han visitado. Hay una falta de identidad por parte de los ciudadanos con su propia localidad y un interés por querer conocer de ella que debe ser atendido.

En conclusión, para poder lograr la identificación de los pobladores con su ciudad y darles a conocer la realidad de su entorno, se ha desarrollado una propuesta de un proyecto museológico y museográfico que permita la transformación a la actual institución cultural en un Museo de Ciudad; es decir, un espacio más abierto al público que fomente un trabajo en conjunto para constituir una sociedad participativa, que se preocupe por la situación de su ciudad y que a su vez propongan nuevas perspectivas que impulsen un desarrollo paulatino y progresivo.

Este cambio va a permitir que las poblaciones actuales puedan verse en el tiempo, comprendiendo así el territorio donde están y los procesos que ahí se han vivido, así como los retos que tienen, y ello les permite empoderarse de su territorio, asumiendo un papel más activo en su ciudad.

CAPITULO II. ¿QUÉ MUSEO PARA SULLANA?

2.1. Fundamentación de la propuesta: los museos de ciudad

2.1.1. Evolución del concepto de museo y la aparición del concepto de Museo de Ciudad

El concepto de museo ha evolucionado a lo largo del tiempo, pasando de ser considerados como mausoleos o santuarios a lugares de estudio e investigación y aprendizaje. El año 1947 se creó el Comité Internacional de Museos, y un año después de su creación otorgó la categoría de museo a toda institución permanente que conserva y presenta colecciones de objetos de carácter cultural o científico con fines de estudio, educación y deleite²¹.

Años más tarde, en 1974, el ICOM afirma que el museo es una institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad, que adquiere, conserva, comunica y presenta, con fines de estudio, educación y deleite testimonios del hombre y su medio²². Es ya en el 2007 cuando finalmente se define al museo como "una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia,

²¹ Hernández, Francisca. "Evolución del concepto de museo". Revista General de información y documentación. Universidad Complutense de Madrid. 1992. Pág. 88.

²² *Ibidem*.

expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo²³."

No obstante, en el proceso de la inserción de cambios, lo más importante es que el museo se observa no solo como un espacio de resguardo y protección del patrimonio de un lugar, sino que también adquiere nuevas funciones, como la puesta en marcha de programas de educación para los diversos públicos que acuden a estas instalaciones; se propone, del mismo modo, entretener al visitante, pero siempre con una función educativa subyacente, por lo que se empiezan a realizar estudios de las preferencias de quienes acuden, y se empieza a realizar una segmentación del visitante; es decir, esta institución se convierte en una unidad cultural que interactúa con sus ciudadanos y crea una oferta para ellos.

Con relación a lo anterior, surge la Nueva Museología a mediados del siglo XX, en la cual se insertan los museos de ciudad. La Nueva Museología tuvo sus orígenes con la IX Conferencia Internacional del ICOM en Francia (1971), en donde se enunció el concepto de Ecomuseo, y con la Mesa Redonda de Santiago de Chile, celebrada el 31 de mayo de 1972. Este evento estuvo organizado por la Unesco bajo el nombre de "El papel de los museos en América Latina", planteándose allí el desarrollo de experiencias sobre la base del concepto integral de la institución.

En la Declaración de Santiago se elaboran ciertas propuestas y lineamientos para el desarrollo y papel que tienen los museos en el mundo contemporáneo. Uno de ellos es el nuevo enfoque en la acción de los museos definida como "el museo integral de su medio natural y cultura²⁴".

Además, se hace una crítica a los museos tradicionales, se exige un cambio y a la vez se asume un compromiso como se lee en el siguiente fragmento:

²³ Consejo Internacional de Museos, 2007.

²⁴ Declaración de la Mesa de Santiago de Chile, 1972.

"La problemática que plantea el progreso de las sociedades en el mundo contemporáneo requiere una visión integral y un tratamiento integrado de sus múltiples aspectos. La decisión sobre las mejores soluciones y su ejecución no corresponden a un grupo de la sociedad si no exigen la participación amplia, consciente y comprometida de todos los sectores de la sociedad. El museo es una institución al servicio de la sociedad, de la cual es parte inalienable y tiene en su esencia misma los elementos que le permiten participar **en la formación de la conciencia de las comunidades a las cuales sirven. A través de esta conciencia, el museo puede contribuir a llevar a la acción a dichas comunidades, proyectando su actividad en el ámbito histórico, que debe rematar en la problemática actual;** es decir, anudando el pasado con el presente y comprometiéndose con los cambios estructurales imperantes y provocando otros dentro de las realidad Nacional respectiva²⁵".

Más adelante, en 1984, se realizó en Quebec el "I Taller Internacional sobre los Ecomuseos y la Nueva Museología", que concluyó con la Declaración de Quebec y al mismo tiempo dio origen a la fundación del Movimiento Internacional para la Nueva Museología (MINOM), en Portugal en 1985. "Este se encarga de reunir a los profesionales que trabajan en museos de la comunidad, ecomuseos, grupos especializados en la organización de actividades culturales, gestión y mediación cultural y las instituciones culturales implicadas en comunidades locales²⁶".

Posteriormente, en ese mismo año se realizó en México la reunión "Ecomuseos: El hombre y su entorno" que dio como resultado la Declaración de Oaxtepec, en donde se plasma la necesidad de la participación comunitaria tanto en el patrimonio como en los museos, y la utilización de estos como una herramienta de desarrollo,²⁷ además la relación territorio-patrimonio-comunidad se hace indispensable para una correcta interpretación y práctica de educación social.

²⁵ Resolución de la Mesa Redonda: "La importancia y el desarrollo de los museos en el mundo contemporáneo", ICOM-UNESCO, celebrada en Santiago de Chile. 1972.

²⁶ Recuperado en noviembre del 2015 de <http://www.minom-icom.net/about-us>.

²⁷ Navajas, 2008.

Finalmente, es con la Declaración de Caracas (Venezuela) en 1992 donde se analiza la situación de los Museos en América Latina, se plasma el vínculo de la sociedad y el museo como portadores de la identidad de los pueblos²⁸.

Por consiguiente, esta nueva visión genera un trabajo multidisciplinar, ya que el museo se convierte en un medio para fomentar el diálogo con la comunidad, procurando forjar la identidad de los pobladores a través de la herencia de su ciudad.

En todo este contexto, como se ha venido detallando, es que surge el ecomuseo o también llamado museo integral, socio museo, museo comunitario, etc. como un instrumento clave de esta nueva museología. Henry Rivière, lo define de la siguiente manera:

"Un ecomuseo es un instrumento que el poder político y la población conciben, fabrican y explotan conjuntamente. El poder, con los expertos, las instalaciones y los recursos que pone a disposición; la población, según sus aspiraciones, sus conocimientos y su idiosincrasia. **Un espejo, donde la población se contempla para reconocerse, donde busca la explicación del territorio en el que está enraizada y en el que se sucedieron todos los pueblos que la precedieron**, en la continuidad o discontinuidad de las generaciones. Un espejo que la población ofrece a sus huéspedes para hacerse entender mejor, en el respeto de su trabajo, de sus formas de comportamiento y de su intimidad²⁹".

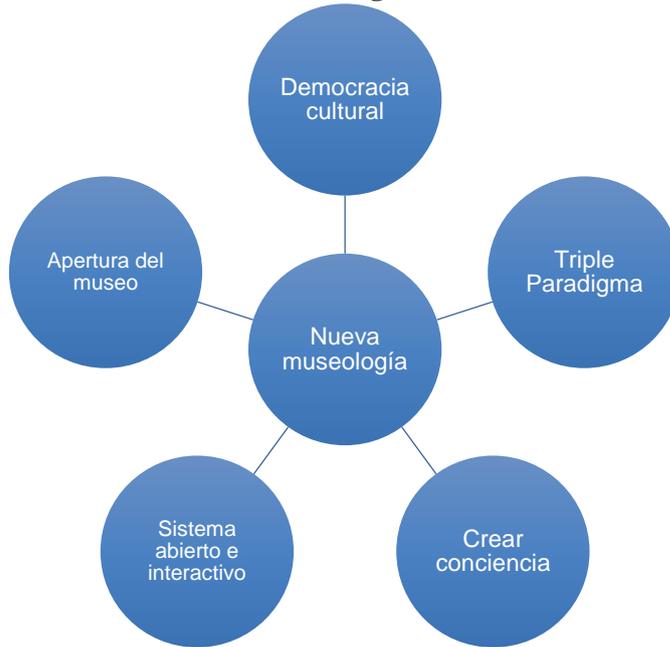
Esta nueva propuesta de museo no solo rompe con la visión y el concepto universal del museo, aquel que sirve para acumular colecciones, sino que se transforma en una institución al servicio de la sociedad, que busca la concientización e identificación de la persona con su territorio, que se contempla y se reconoce parte de su entorno.

Esta nueva museología desarrolla cinco parámetros metodológicos que se muestran a continuación:

²⁸ *Ibidem.*

²⁹ Riviere, 1980.

Cuadro 2. Parámetros metodológicos de la nueva museología



Fuente: Fernández, 1999

Estos parámetros son importantes para la elaboración de la propuesta que se desarrollará en el capítulo III. Para lograr que los pobladores vean en el museo un espacio de interacción y reflexión este debe promover el desarrollo de los componentes culturales propios de los diversos grupos que integran una sociedad. Del mismo modo, la implementación de una nueva museología permite que los visitantes se vean reflejados en su museo, que puedan conocer su historia y fortalecer su identidad, por ello es importante que las exposiciones se desarrollen en el territorio, extramuros, uniendo diversos elementos que están presentes en la ciudad y que conforman la historia de los habitantes, por ende, es importante un sistema abierto en el cual las personas intervengan en las exposiciones que se muestren.

Finalmente, esta nueva museología -de cual se viene explicando-, trae consigo diversos modelos³⁰ de acuerdo al espacio donde se desarrollan; así pues, en los países europeos y en Canadá surgen los ecomuseos, en Estados Unidos los museos vecinales o de barrio y en América Latina, los museos comunitarios.

Para el Consejo Internacional de Museos (ICOM) existen 30 Comités Internacionales, que son centros mundiales de reflexión sobre cuestiones relativas sobre los museos y, más generalmente, sobre el patrimonio. Ahí se intercambian informaciones científicas, desarrollan colaboraciones con otras organizaciones y elaboran recomendaciones para los miembros del ICOM.

Todo este panorama mencionado líneas anteriores nos permite introducirnos en el concepto de museos de ciudad. En 1993, un grupo de especialistas del ICOM se reunieron en el Museo de Londres para formar una asociación de museos de ciudad, que tiene como objetivo fomentar el diálogo y la cooperación entre los museos apoyándolos y animándolos a coleccionar, proteger y presentar piezas originales relacionadas con el pasado, presente y futuro de un territorio, reforzando así su identidad y contribuyendo a su desarrollo³¹. Estos están regulados por el Comité Internacional para Colecciones y Actividades de Museos de Ciudad (CAMOC), que es uno de los 30 comités internacionales que surge a raíz del cambio de la nueva concepción de museos. La idea principal es que con esta nueva concepción más especializada se pueda reflejar realmente la vida en sí de la ciudad.

Por ende, puede afirmarse que los museos de ciudad corresponden a un cambio en la visión del significado y valor de los museos que en este caso toma en cuenta el urbanismo creciente al que se han sometido actualmente las ciudades donde estos museos se ubican. El museo así interpreta el espacio y aporta un nuevo valor a la percepción que los ciudadanos tienen del lugar y

³⁰ De Carli, Georgina. "Vigencia de la Nueva Museología en América Latina: conceptos y modelos". Revista ABRA de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional. Costa Rica, 2003.

³¹ Recuperado en noviembre de 2015 de <http://network.icom.museum/camoc/about/about-camoc/>

de su ocupación en él³². Es este museo el encargado de ocuparse de la vida urbana procurando conectar el pasado, presente y futuro del hombre con su territorio, fortaleciendo de este modo la identidad con su ciudad y contribuyendo al mismo tiempo al desarrollo de la misma. Es una nueva perspectiva, en donde el museo abre sus puertas para mostrar la realidad; es decir, aquellos aspectos importantes y característicos de la ciudad como también la problemática, violencia, contaminación, delincuencia, desarrollo urbano, etc., que son aspectos reales con los que conviven los ciudadanos; es como ya se ha dicho anteriormente, un cambio en la perspectiva de los museos que se necesitan actualmente en nuestra sociedad, museos que ya no solo se manejan en un edificio, sino que pueden ayudar a conectar a los pobladores con su región, que se empoderen de ella y contribuyan a crear cambios y mejoras en su ciudad, lo cual es también una forma de forjar un patrimonio mejor para sus descendientes.

A continuación, se expondrán algunos casos de museos de este tipo que se vienen trabajando en diferentes países, cuál es la misión que tienen y cuál es el rol que desempeñan en dichas ciudades.

2.1.2. Características de los museos de ciudad a partir de la explicación de casos nacionales e internacionales

Los casos que se han seleccionado ayudan a ejemplificar el trabajo y la misión que cumplen este tipo de museos en sus respectivas ciudades. Se han elegido instituciones nacionales e internacionales; sin embargo, hay que considerar que la realidad en la que se desarrollan no es la que se pretende asemejar, ya que las características territoriales de Sullana son muy distintas; sin embargo, sí se puede tener parámetros de los objetivos y acciones en común que presentan este tipo de museos.

³² Gorbacheva, Tatiana. "Le musée de ville et ses valeurs". Revista Museum International N°231: Vie urbaine et musées. Pág. 56.

2.1.2.1. Museum of New York City³³

El museo celebra e interpreta la ciudad, educando al público sobre las características distintivas de la diversidad de su patrimonio, las diversas oportunidades y la constante transformación de su entorno. Además, conecta el pasado, presente y futuro de New York.

Está al servicio de los ciudadanos y visitantes de todo el mundo, a través de exposiciones, su escuela y programas públicos, publicaciones y colecciones.

Del mismo modo, el museo desarrolla un área específica de programas educativos como visitas en situ, desarrollo profesional, programas para familias, programas en horarios después de la escuela, viajes en grupo para adultos y otros recursos fuera del museo.

Aquí se puede señalar el desarrollo de actividades extramuros que es una característica de los museos de ciudad.

Imagen 1. Talleres en Museum of New York City



Fuente: Página web del museo.

³³ Recuperado en agosto de 2016 de <http://www.mcny.org/>.

2.1.2.2. Museo de la ciudad de Rosario³⁴

En 1981 se crea el museo por la insistencia y preocupación de querer evitar la discriminada destrucción de testimonios y documentos de la evolución urbana y social de Rosario. Dos años después anuncia la **carrera de museología histórica** con la finalidad de formar personal idóneo para cumplir las funciones que demanda una institución como esta. Luego, en 1984 adquiere un protagonismo significativo al integrar la comisión municipal que regulaba las actividades en la vía pública y la preservación del patrimonio urbano.

Varios años después se llevó a cabo el ciclo de cortos televisivos "**Rosario... patrimonio de todos**", dedicados a recordar la historia de los edificios emblemáticos de la ciudad; esto permitió un gran protagonismo al museo en los medios.

Pasado un año, en 1995 comienza una renovación en la dirección del museo y un incremento en las colecciones producto de numerosas colecciones privadas y las piezas que habían rescatado debido a la demolición de edificios con valor patrimonial.

Posteriormente, se crea la Comisión de Preservación del Patrimonio Urbano y Arquitectónico, con el cual **el museo es un organismo encargado de la preservación de la historia de la ciudad**. El museo toma una fuerte participación como medio de comunicación; es decir, es una etapa en la cual se hace hincapié en la **profesionalización del museo**.

En el 2006, inician los trabajos para recuperar el invernadero con el fin de ofrecer a la comunidad **un nuevo espacio de encuentros culturales**, además de constituir un lugar de prácticas para los futuros jardineros de la ciudad.

³⁴ Recuperado en agosto de 2016 de <http://www.museodelaciudad.gob.ar/>

Finalmente, ya en el 2014 se visualiza al museo como servicio-cultural, esto significa que su objetivo es centrarse en la participación cultural, que la comunidad descubra aquí un espacio facilitador del encuentro. El acercamiento del museo al ciudadano se afianza en estrechos vínculos que potencian las iniciativas de este, organismos públicos y asociaciones civiles de la ciudad.

Imagen 2. Áreas de trabajo del museo



Fuente: Página web del museo

2.1.2.3. Museo de la Ciudad de Murcia³⁵

Imagen 3. Logo del museo



Fuente: Página web del museo

³⁵ Recuperado en agosto de 2016 de <http://museodelaciudad.murcia.es/>

Este museo con más de 20 años de historia, se ubica en una antigua casa y se ha logrado establecer como una institución fuertemente arraigada en la ciudad y muy **conectada con los lugareños**. Fomenta la **participación de los ciudadanos** en sus propias actividades y eventos.

Asimismo, promulga la divulgación y difusión del patrimonio cultural de la ciudad mediante un recorrido por la historia, patrimonio material e inmaterial, arte, artesanía y etnografía en sus distintas manifestaciones. Mediante diversas reproducciones pretende mostrar las señales de **identidad de la ciudad**.

Por otro lado, el museo busca ser el primer paso para **un conocimiento más profundo de la ciudad**. Invita a los visitantes a caminar por las calles y plazas, contemplar monumentos, en pocas palabras a **descubrir toda la riqueza patrimonial y cultural de zona**.

Imagen 4. Promoción del museo en redes sociales



Fuente: Portada de Facebook del Museo

2.1.2.4. Museo de la Ciudad de Calabozo³⁶

El MUCA está bajo la administración de la Fundación Museos Nacionales, quienes buscan generar conocimiento y reconocimiento de la identidad y la memoria, visualizando al museo como un espacio de transformación social. Asimismo, busca destacar los valores estéticos y artísticos de la región, brindando así un acceso a los bienes patrimoniales de la zona.

Cabe resaltar que el museo participa de los proyectos educativos y las rutas creativas que organiza la fundación en beneficio y como incentivación de la participación local.

Imagen 5. Información general del MUCA



Fuente: Página web del museo

³⁶ Recuperado en agosto de 2016 de <http://www.fmn.gob.ve/museos/museo-la-ciudad-calabozo>

2.1.2.5. Museo de la Ciudad de Quito (Fundación Museos de la Ciudad)³⁷

El museo se concibe como un punto de encuentro para el diálogo, la reflexión y el debate intercultural e intergeneracional. Teniendo como objetivo avivar la formación de mejores ciudadanos, buscando una experiencia significativa; es decir que pretende provocar una respuesta en el visitante.

El museo busca el desarrollo de las comunidades y la promoción del reconocimiento y revalorización del patrimonio de la localidad.

Con este caso se puede ejemplificar una de los principales objetivos que tienen los museo de ciudad y que es lo que se busca con la propuesta del MUCS, generar un diálogo entre los ciudadanos para provocar una respuesta que contribuya a mejorar la ciudad, que fomente el cambio en la comunidad.

Imagen 6. Diseño de la web del museo



Fuente: Página web del museo

³⁷ Recuperado en agosto de 2016 de <http://www.fundacionmuseosquito.gob.ec/>

2.1.2.6. Museo de la Ciudad de Buenos Aires³⁸

Busca recopilar la historia de la ciudad, teniendo en cuenta las vivencias de sus habitantes, sus usos, costumbres y vivencias de los porteños, la arquitectura de la ciudad, entre otros. Todo ello se hace con el fin de mantener viva la memoria urbana, albergando en sus colecciones diversos objetos característicos producto de varias recopilaciones.

En cuanto a su metodología, las exposiciones que se diseñan pretenden mostrar la evolución de la historia de la ciudad. También se realizan instalaciones fuera de la sede para recrear experiencias en puntos específicos de la ciudad.

Además integran a los vecinos de la ciudad a través de la donación de bienes que ayuden a contar temas de la vida cotidiana. Ellos – según se afirma en la web – se sienten partícipes de la propuesta y buscan contribuir con el proyecto.

Imagen 7. Portada e imágenes de las actividades en el museo



Fuente: Página web del museo

³⁸ Recuperado en enero de 2016 de <http://www.buenosaires.gob.ar/museodelaciudad>

2.1.2.7. Museo Metropolitano de Lima³⁹

El museo busca dar a conocer la historia de Lima desde el pasado prehispánico, así como también los hechos que han configurado y han permitido lo que es hoy en día. Las exposiciones que se presentan giran en torno a la historia y a los factores culturales propios de la ciudad.

Hace uso de herramientas tecnológicas como proyecciones en 2D, 3D y 4D para mostrar un museo dinámico y atraer al público. También tiene áreas para trabajos especializados como una sala de lectura para niños, una biblioteca y la gestión de actividades dirigidas a la comunidad. Asimismo, en el museo asiste un público diverso; por esta razón los programas educativos que se detallan, desglosan visitas guiadas a estudiantes, familias e incluso posee intérpretes en lengua de señas. También desarrolla talleres especializados dirigidos al público en general y que van de acuerdo con la exposición vigente del museo, estas actividades son una oferta gratuita para permitir la accesibilidad de todas las personas.

Imagen 8. Visita de escolares a los talleres guiados



Fuente: Redes sociales del museo

³⁹ Recuperada en noviembre del 2015 de <http://www.limacultura.pe/patrimonio/museo-metropolitano-de-lima>.

2.1.2.8. Museo Iquitos

Este museo es uno de los principales proyectos inaugurado el 28 de febrero de 2014 como resultado de un convenio entre la Municipalidad de la Provincia de Maynas y la Pontificia Universidad Católica del Perú para proyectos de cultura y desarrollo.

El museo está ubicado en una casa de dos pisos. En el primero se han distribuido paneles infográficos que muestran la actividad productiva del lugar como por ejemplo el caucho, la biodiversidad, el paisaje y el río, que son componentes característicos de la ciudad. En el segundo piso tratan de mostrar la evolución y transformación de Iquitos a través de eventos históricos. También se difunde la música, el cine y arte, que es parte la actividad cultural de los pobladores; por ello, se muestran elementos como afiches chicha, propios de la zona. Un elemento importante que se incluye en este espacio, es la puesta en escena de un chamán que atiende a los visitantes y da orientación sobre los beneficios de la medicina alternativa.

Por ello, el museo se convierte en un referente cultural del lugar que trata de transmitir sus valores culturales tanto a sus pobladores como a los turistas que acuden como visitantes, procurando reivindicar la cultura amazónica, étnica y urbana de los pobladores. Finalmente, en palabras de Luis Repetto, Jefe de Museo de Artes y Tradiciones Populares del IRA y principal asesor del proyecto:

"Iquitos es una ciudad de superlativos; es la ciudad más grande del mundo sin conexión a carretera y la más grande de la Amazonía en terreno llano. Es por esto que el iquiteño necesita un lugar donde encontrarse, y nosotros se lo hemos dado. Este museo pretende contribuir a la autoafirmación de la identidad del Loreano; que el ciudadano pueda encontrar un espacio

de confrontación para saber de dónde viene y hacia a dónde va⁴⁰.

De acuerdo a los ejemplos que se han dado museo de ciudad posee las siguientes características:

- Su objetivo es el acercamiento al ciudadano, buscando afianzar vínculos de reciprocidad entre ambos.
- Se ubican por lo general en casonas antiguas que han sido donadas o cedidas por personajes emblemáticos de la ciudad o instituciones. Eso permite también incorporar el bien a su dinámica patrimonial – aunque en el caso nuestro no es así –.
- Buscan profundizar en el conocimiento exhaustivo de la ciudad, de modo que los visitantes puedan conocer su pasado.
- Tienen como palabra clave la búsqueda de identidad con el territorio en el que se desarrollan.
- Su administración está ligada a un trabajo interdisciplinario en el cual las Municipalidades cumplen un rol importante, así como también las fundaciones de museos.
- Insertan el término desarrollo que es una palabra clave que invita a la ejecución y planteamiento de proyectos sociales para tratar la problemática que presentan en las ciudades.
- Se aprovechan las actividades culturales propias del lugar para difundir el valor patrimonial de la localidad.
- Organizan exposiciones fuera del museo, en puntos estratégicos que cuentan una parte de la historia de la ciudad.
- Del mismo modo y en coherencia con la característica anterior, permiten al visitante hacer una lectura de su espacio a través de recorridos y caminatas con diferentes grupos de visitantes.

⁴⁰ Recuperada en agosto de 2015 de <http://puntoedu.pucp.edu.pe/noticias/museo-iquitos-abre-sus-puertas-con-apoyo-de-la-pucp/>.

Por ello, el museo de ciudad, como ya se ha mencionado, se caracteriza por su rol integrador en una amplia sociedad, eje de identidad y desarrollo en un determinado espacio.

2.1.3. ¿Por qué un museo de ciudad en Sullana?

La ciudad de Sullana atraviesa por diversos problemas sociales como la delincuencia, la violencia, la contaminación, el crecimiento desordenado, entre otros. En el ámbito cultural, no hay una oferta atractiva para los ciudadanos inclusive, el museo con el que ya se cuenta no es conocido por todos los ciudadanos. Por ello, teniendo en cuenta el gran crecimiento urbanístico de Sullana y las necesidades de crear un conocimiento e identificación de la población con su entorno, para así ayudarlos a hacerse actores activos de su futuro, se puede deducir que no se requiere un museo que solo resguarde y exhiba piezas arqueológicas (muchas de ellas actualmente descontextualizadas) como ocurre con el museo analizado, sino que sea un centro de trabajo conjunto con la comunidad, en donde ellos recepcionen las propuestas del museo y también expongan sus ideas, y que ambos, institución y comunidad, ayuden a generar un cambio en la sociedad.

Un giro al actual museo va a permitir que las personas se conozcan más, que se vean a través de los antiguos pobladores de Sullana y entiendan su presente, que valoren los diferentes elementos culturales con los que conviven diariamente, que sean partícipes de la problemática que tiene su ciudad y que propongan alternativas de cambio. Por otra parte, un museo de ciudad va a permitir crear una oferta atractiva para los diferentes sectores de la zona, conocer sus gustos y forjar una dinámica cultural en la ciudad que, en la actualidad, es paupérrima.

CAPITULO III

PROPUESTA MUSEOLÓGICA Y MUSEOGRÁFICA

3.1. Propuesta de valor

Los museos como se conocen son los principales agentes dinamizadores de cultura en una ciudad.

La finalidad que persigue este proyecto es que los habitantes de Sullana conozcan y se empoderen de la historia de su ciudad a lo largo del tiempo, a través de la propuesta expositiva y cultural dinámica e integradora que favorezca la lectura del territorio habitado. A través de ello se busca que los habitantes se reconozcan e identifiquen como miembro de dicha ciudad, se entiendan como actores a lo largo del tiempo; y participen en el desarrollo y crecimiento de la misma.

Por ello, se propone una nueva implementación del museo de la ciudad de Sullana, lo cual implica una renovación museográfica y museológica que potencie los espacios que constituyen el museo y que a su vez permita una gestión acorde a los planteamientos actuales de este tipo de institución.

La propuesta desarrolla a nivel museográfico una sala principal de exposición permanente (Sala #1), una sala de exposiciones temporales (Sala#2), un depósito o almacén para las piezas; así como también un área de creación de programas educativos, una nueva estructura organizacional que sea funcional y esté de acuerdo a las capacidades reales del presupuesto del museo y mejorar la comunicación externa del mismo.

3.2. Finalidad

Convertir el Museo de Sullana en el principal agente dinamizador de cultura en la ciudad, consolidándose como un referente de gestión cultural y educativa que promueve la participación colectiva de los ciudadanos y su identificación con su territorio.

3.3. Objetivos

3.3.1. Objetivo General

Mejorar la gestión del actual museo de Sullana así como también su tipología, para lograr que los pobladores conozcan su historia y participen en la mejora de su tierra.

3.3.2. Objetivos específicos, estrategias y acciones

Nº	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACCIONES
1	Planteamiento museológico Replantear la estructura organizativa del museo a través de la propuesta de un nuevo planteamiento museológico.	1. Consolidando una estructura organizativa.	1. Elaborar un organigrama que permita el buen funcionamiento del museo. 2. Crear convenios con distintas universidad del departamento para poder contar con el personal adecuado. 3. Ofrecer la opción de prácticas pre profesionales para captar el interés de estudiantes que se encuentren en los últimos años de carrera.
2	Replanteamiento museográfico Fomentar la difusión de la historia de la ciudad a través de una nueva propuesta museográfica.	1. Implementando un guion museográfico permanente, así como un cronograma de exposiciones temporales.	1. Definir la temática de la exposición permanente, la cual está orientada a mostrar la historia de la ciudad. 2. Diseñar circuitos que integren el patrimonio que alberga el museo y el que está alrededor de la ciudad.

3	Manejo de colecciones Incrementar la conservación y manejo de las colecciones	1. Fomentando el manejo de las colecciones de acuerdo a las normas del ICOM	1. Elaborar las fichas de registro de los bienes que alberga en la actualidad el museo. 2. Realizar el inventario de todas las piezas. Incluso de aquellos monumentos que se encuentran en el entorno urbano. 3. Implementar adecuadamente el depósito del museo para albergar las piezas que no se pueden exponer.
		2. Creando el programa de adquisiciones de nuevas colecciones.	4. Difundir la salvaguarda del patrimonio cultural a través de la donación al museo. 5. Registrar el proceso de donación de bienes, incluyendo un registro fotográfico.
4	Comunicación Establecer un plan de comunicación que permita captar y fidelizar al visitante.	1. Creando los medios para la comunicación externa del museo con los ciudadanos.	1. Dar difusión en redes sociales. 2. Colocar señalética que permita llegar al museo. 3. Preparar publicidad acorde a las actividades.
		2. Elaborando encuestas que permitan tener un manejo de los públicos para ofrecer alternativas que satisfagan los gustos e intereses de los ciudadanos.	4. Elaborar una agenda de las actividades que realizará el museo. 5. Realizar una encuesta de sugerencias sobre los temas que les gustan o interesan a los ciudadanos. 6. Tener una programación de las exposiciones temporales que se realizarán.
5	Acción educativa Incentivar la participación activa de los ciudadanos de Sullana a través del desarrollo de actividades y talleres.	1. Gestionando actividades de interés colectivo para fomentar participación del museo en el desarrollo de la sociedad.	1. Realizar talleres de acuerdo a los distintos grupos de públicos. 2. Organizar charlas, conversatorio, etc. abiertas a la comunidad. 3. Trabajar en coordinación con las instituciones educativas de la ciudad.

3.4. Definición del público

3.4.1. Destinatario

Este proyecto está dirigido principalmente al actual museo de Sullana dirigido por el Patronato de la ciudad, por lo tanto incluye directamente a la dirección que lo tiene a cargo.

3.4.2. Beneficiarios

Quienes se beneficiarían con este proyecto serían:

- a. Los alumnos y profesores de las diversas escuelas que hay en Sullana, teniendo en cuenta los diferentes sectores socioeconómicos.
- b. Las familias que componen la sociedad y que buscan una actividad distinta a la que acudir para distraerse.
- c. Todos aquellos visitantes que llegan a la ciudad por diversas razones y que pueden conocer un poco más de la ciudad.

Por último, es la comunidad en general la que se beneficiará de forma indirecta al poder tener un lugar en el que conocerán más de su historia y tener un rol más activo en el tratamiento de la problemática de su ciudad.

3.5. Planteamiento de la propuesta

3.5.1. Estructura organizativa del museo

Los organigramas permiten tener una representación de la estructura organizacional de la empresa o institución a la que refieren. El museo de Sullana actualmente carece de este esquema, por ello se propone crear las unidades orgánicas que buscarán el buen funcionamiento de este.

En el esquema que se sugiere a continuación, se han considerado dos niveles estratégico y operacional, ello teniendo en cuenta las limitaciones presupuestales que tiene la institución. Por ello solo se trabajará inicialmente con el personal necesario para el trabajo de las principales áreas del museo.

El desarrollo de un organigrama jerárquico refleja una intercomunicación entre todos los niveles, permitiendo una estructura integrada y que pueda ser sostenible en cuanto a factores económicos se refiere, ya que como se ha mencionado líneas anteriores, el museo también funciona gracias al apoyo de personas interesadas en el fomento de la actividad cultural de su ciudad.

No obstante, no basta con la elaboración del organigrama sino que también es necesario crear un manual de organizaciones y unciones (MOF) para cada una de las unidades orgánicas, ya que precisarán las responsabilidades que deberán cumplir dentro de su área. Asimismo, ayuda a definir los requisitos que deberán reunir aquellas personas que desarrollen determinados puestos, permitiendo el ingreso de personal calificado y especializado.

Esta planificación ayuda a disminuir las improvisaciones dentro de la institución y también en el exterior ya que de acuerdo al orden y funcionamiento interno el público tendrá una percepción del trabajo que desarrolla el museo.

A continuación, se muestra el organigrama pensado, el cual solo contempla dos trabajadores fijos en el museo, en virtud de mantener un presupuesto bajo que garantice la subsistencia del museo pero con un trabajo permanente y profesional. Las otras actividades planificadas como catalogación, registro y guiado se harían con el programa de voluntariado. Asimismo, la vigilancia se haría con el Serenazgo de la ciudad, que mantiene la seguridad de la institución.

Cuadro 3. Organigrama del Museo de la Ciudad de Sullana.



Fuente: Elaboración propia.

MANUAL DE ORGANIZACIONES Y FUNCIONES (MOF)	
Unidad orgánica	Dirección general
Finalidad	Es la unidad de dirección encargada de velar por el buen funcionamiento del museo, promoviendo su rol difusor de cultura en la ciudad.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Fomentar la creación de convenios con instituciones educativas y del sector comercial o financiero para impulsar el desarrollo del Museo de la Ciudad. 20% - Difundir y promover la creación de programas de voluntariado en cooperación de las instituciones universitarias que tienen carreras afines a los temas del museo. 20% - Dirigir y llevar el control del presupuesto de la institución. 20% - Promocionar las actividades y talleres que organiza el museo. 20% - Coordinar la colocación de señalética en la ciudad. 10% - Planificar las estrategias de comunicación que se utilizará. 10%

Personal asignado Director del museo	1
Unidad orgánica Desarrollo educativo y manejo de exposiciones	
Finalidad Es la un órgano de línea que trabajan en conjunto con el director del museo y se encargan de ejecutar las tareas o propuestas acordadas. Además son quienes están en contacto directo con el público.	
Funciones	
- Elaborar el material necesario para las exposiciones.	14%
- Elaborar los circuitos utilizando los puntos estratégicos que se han identificado en la ciudad.	14%
- Coordinar las actividades y talleres que se dicten en el museo, incluyendo procedimientos como inscripciones, compra de materiales, etc.	14%
- Tomar encuestas para conocer la opinión de los participantes y conocer cuáles son sus temas de interés.	14%
- Preparar el material necesario para la catalogación de los bienes que se albergan en el depósito.	14%
- Registrar las fichas de catalogación de los bienes.	16%
- Ordenar el depósito del mundo procurando que este sea un espacio en el que el público pueda acceder.	14%
Personal asignado Coordinadores	1

Fuente: elaboración propia.

3.5.2. Análisis de puestos

Para realizar este análisis de puestos, se ha tenido en cuenta el siguiente método que ayuda a determinar los requisitos y las herramientas que ayudarán a crear el perfil de puesto:

ANÁLISIS DE PUESTOS		
Características de responsabilidad	Requisitos intelectuales	Condiciones de trabajo
Experiencia en el rubro Liderazgo Trabajo bajo presión Responsabilidad Autoridad	Conocimientos técnicos Conocimientos específicos Iniciativa Educación superior Capacidad de gestión Aptitudes Habilidades comunicativas Capacidad estratégica Creatividad	Ambiente laboral Riesgos Horarios especiales

Fuente: Administración de sueldos y salarios, 2007.

A continuación, se describen cuáles son los requisitos indispensables que se tendrán en cuenta al momento de realizar la contratación del personal que trabajará en el MUCS.

ÁREA	Museo de la Ciudad de Sullana - MUCS
PUESTO	Director general del museo
REQUISITOS	
Formación Académica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mgtr. en Gestión Cultural, Historia del arte o carreras afines.
Experiencia General	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Experiencia mínima de tres años en ejecución de proyectos culturales.
Experiencia específica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Experiencia mínima de dos años en instituciones culturales públicas o privadas.
Otros conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocimiento en manejo de colecciones, elaboración y ejecución de proyectos.

ÁREA	De desarrollo educativo y manejo de exposiciones
PUESTO	Coordinador de museografía
REQUISITOS	
Formación Académica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lic. en Gestión Cultural, Historia del Arte, Conservación, Comunicación o carreras afines.
Experiencia General	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Experiencia mínima de dos años en planeamiento de actividades, desarrollo de programas educativos.
Experiencia específica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Experiencia mínima de un año en museos.
Otros conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocimiento en museografía, conservación y restauración.

3.5.3. Manejo de la colección

Todo museo tiene como una de sus principales funciones la protección y conservación de los bienes que conforman parte del patrimonio material e inmaterial de un determinado lugar. Sin embargo, muchos de los objetos que se exhiben aquí son producto de las donaciones hechas por huaqueros de la zona, de quienes no se tiene un registro de información y tampoco una ficha de catalogación de los bienes.

Como se leerá en el siguiente acápite sobre la propuesta museográfica, parte de los ceramios que se muestran en la actualidad pasarían al depósito del museo para iniciar su proceso de catalogación, en donde se trabajará el estado en que se encuentra el bien, identificado cada uno de los detalles que se muestran en la ficha de registro que se propone a continuación:

Ficha técnica:

Esta se ha estructurado teniendo en cuenta tres aspectos:

- a. Información externa objeto: contiene el número de registro, que indica el avance de los bienes catalogados, la fecha en la que se ingresa el objeto y los datos referenciales tanto de la persona que trae el bien al museo como el que lo recibe.
- b. Información del objeto: es necesario conocer qué tipo de objeto es el que está ingresando al museo, el material con que está hecho (arcilla, metal, madera, etc.), cómo está hecho; es decir, la técnica empleada (tallado, grabado, ensamblado, etc.), saber de qué tamaño es y su peso, cuándo fue elaborado y quién lo hizo o a qué grupo cultural pertenece y de lo contrario si se desconoce colocar *anónimo*. Posteriormente, es indispensable elaborar una descripción del objeto, es donde se debe considerar detalles que sirvan para la identificación del bien como marcas o inscripciones, características físicas como algún desperfecto, reparación o restauración, así como también lo que representa (una persona, un dios, un animal, etc.).
- c. Información visual: es importante tener referencia y registro visual de la pieza que se está catalogando. De modo que se pueda identificar en el caso de robo o pérdida.

 <p>MUCS Museo de la Ciudad de Sullana</p>	<p>Museo de la Ciudad de Sullana Plaza de Armas – Centro Cultural "Reynaldo Moya" Teléfono: (073) 502138 www.mcs.com.pe</p>			
<p>ACTA DE REGISTRO</p> <p>N° De registro: _____ Sullana, ____ de ____ de 2017</p>				
<p>Datos de la persona que entrega</p>				
Nombre			Firma	
Cargo				
<p>Datos de la persona que recibe en representación del museo</p>				
Nombre			Firma	
Cargo				
<p>Tipo de colección</p>				
Fotografía	Textil/ vestuario	Mobiliario		
Pintura	Escultura	Estampas		
Numismática	Artesanía	Otros		
Libros/ documentos	Armas			
Material:			Técnica:	
Dimensiones			Peso:	
			Alto:	
			Diámetro	
Cronología:				
Cultura / Estilo:				
Descripción del objeto:				
Imagen 01:			Imagen 02:	

Fuente: Elaboración propia.

3.5.4. Propuesta de guion museográfico

Guion en el museo

Actualmente, como ya se ha mencionado líneas anteriores, el museo cuenta con dos salas de exposiciones permanentes. Sin embargo, en este planteamiento se propone dividir las salas en una permanente y otra de exposiciones temporales además del depósito donde se hallan las piezas que no están siendo expuestas o que están en un proceso de catalogación.

La visita comienza con un recorrido por la sala permanente en donde se pretende no solo dar a conocer la historia de la ciudad, sino también conectar al visitante con aspectos o situaciones que le son cotidianas como por ejemplo, su actividad comercial o agrícola.

En la sala temporal se diseñarán exposiciones que ayuden a que los pobladores conozcan distintos aspectos de su ciudad como por ejemplo el crecimiento desordenado, la delincuencia, violencia familiar, entre otros, esto permite que el museo se convierta en un museo fórum; es decir, un espacio que promueva la participación colectiva y recíproca entre la institución y el visitante, permitiendo de esa manera el desarrollo en la comunidad.

Sala permanente

En esta sala permanente se propone trabajar cinco líneas temáticas:

- 1) **¡Aquí vivo yo!** corresponde a la primera línea temática y está netamente relacionada con la *identificación del territorio*; es decir, que las personas puedan conocer la zona en la cual viven, cuáles son los aspectos que la caracterizan, cuál es su posición en su comunidad, cuál es el valor e influencia del Río Chira y las anécdotas que se han forjado alrededor de él, etc. Este plano comprende un primer acercamiento al reconocimiento de su espacio, de su ciudad.

- 2) **Remontando el pasado**, aquí se propone hablar de los inicios de la ciudad, su creación, sus habitantes, eventos resaltantes, se busca iniciar al visitante en un recorrido por la historia de su ciudad, lo cual también incita la reflexión de cuánto ha crecido el lugar donde habitan y cómo se ha ido dando su evolución.

- 3) **Mi ciudad es bella**, con este punto se busca mostrar al ciudadano lo bonita que es su ciudad, valiéndose de aquellos monumentos o espacios que hasta la actualidad permiten contar la historia de su tierra. Por ello surge la idea de desarrollar puntos estratégicos que estén interconectados con el museo para que permitan ampliar la lectura de su territorio – ello se explicará más adelante –.

- 4) **Mis huellas a lo largo del tiempo**, es una línea temática que busca valerse de las remembranzas de aquellos antiguos ciudadanos, quienes hasta la fecha han transmitido sus tradiciones y costumbres tan vigentes hasta nuestros días.

- 5) **Sullana en clave comercial**, que básicamente busca dar a conocer el papel que siempre ha caracterizado a Sullana como una ciudad comercial y agrícola.

Nº	LÍNEA TEMÁTICA	SUBTEMAS	RECURSOS
1	¡Aquí vivo yo!, el valle del Chira	Sullana, la perla del Chira: fertilidad y riqueza del valle	Panel 1: Fotografía de gran formato con descripción de la riqueza de especies.
		Recuerdos en el río	Panel 2: texto explicativo con imágenes antiguas de los paseos por el río.
		El Chira en la actualidad	Panel 3: Fotos y texto descriptivo sobre la contaminación del río.
2	Remontando el pasado	La creación de Sullana	Panel 4: texto explicativo
		División territorial: distritos de Sullana	Panel 5: texto explicativo y mapas.
		Crecimiento desordenado de la ciudad: ¿cuántos habitantes somos?	Panel 6: cuadros estadísticos e imágenes antiguas de Sullana. Panel 7: texto explicativo e imágenes que permitan hacer una comparación sobre la expansión.
		Identificando mi barrio	Panel 8: Maqueta interactiva con los nombres de los barrios que conforman Sullana.

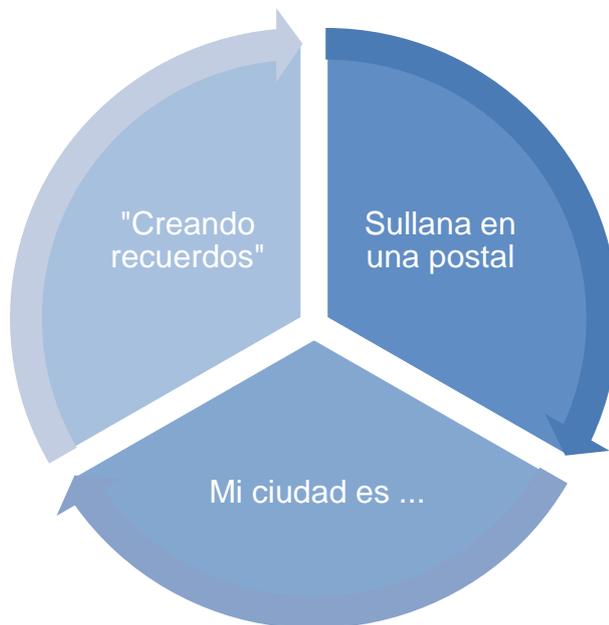
3	Mis huellas a lo largo del tiempo	Tradiciones Sullanenses	Panel 9: texto explicativo y fotos sobre el mal de ojo. Vitrina 1: Maqueta ilustrativa. Panel 10: texto descriptivo y fotos sobre las velaciones. Vitrina 2: demostración de los dulces que se venden durante la época.
		Cánticos de Sullana	Panel 11: texto explicativo y herramienta digital con texto y música.
		La vida social entorno a la plaza	Panel 12: texto explicativo sobre la historia de las plazas y entorno social alrededor de ella. Panel 13: Imágenes y reflexiones.
		El fervor cívico de los sullanenses	Panel 14: texto explicativo e imágenes sobre los desfiles que realizan los colegios de Sullana. Vitrina 3: estandartes ganados. Vitrina 4: medallas recibidas producto de concursos. Panel 15: texto explicativo e imágenes de las bandas escolares.
4	Mi ciudad es bella	Personajes ilustres	Panel 16: texto explicativo e imágenes. Se mencionarán aquellos coleccionistas cuyas piezas se han albergado en el museo.
		La historia familiar detrás de las casonas	Panel 17: texto explicativo e imágenes de ellas.
		Monumentos en la ciudad	Panel 18: texto explicativo del primer monumento de la ciudad e imágenes. Panel 19: texto descriptivo sobre la importancia de salvaguardarlos bienes de la ciudad.
5	Sullana en clave comercial	Sullana como punto de encuentro	Panel 20: texto explicativo sobre la importancia del comercio en Sullana. Imágenes del ferrocarril que conectaba con Paita.
		La actividad en el mercado	Panel 21: texto explicativo e imágenes comparativas del antiguo y nuevo mercado.
		Tierra fértil	Panel 22: mapa de producción y exportación. Vitrina 5: maqueta demostrativa de productos.

Fuente: Elaboración propia.

La exposición permanente termina con una reflexión final, por ello se ha pensado en un panel giratorio, el cual busca generar la interacción de los visitantes. Ellos podrán llevarse una postal, escribir en tarjetas en blanco lo que significa o representa Sullana para ellos, también pueden escribir los temas que les gustaría que

se expongan en el museo, con lo cual pueden aportar trayendo fotografías u objetos antiguos que reflejen la historia de su ciudad (ver cuadro adjunto).

Gráfico 3. Creando conciencia



Elaboración: Propia.

Sala temporal

Se propone que esta sala esté orientada a crear conciencia en los pobladores, tratando aquellos problemas que aquejan a la ciudad. De este modo el museo puede ser un agente promotor de desarrollo local.

Se sugiere que las exposiciones tengan un periodo de duración de tres meses, por ello a continuación se detallan el cronograma de los temas a desarrollar el primer año de funcionamiento del Museo de Sullana.

EXPOSICIONES TEMPORALES			
Duración	Aproximadamente 3 meses por exposición	Año	2016
Tema 1: <i>La mujer de Sullana</i> (enero - marzo)			
<p>Considerando los altos índices de violencia de la mujer y violencia familiar, se propone plantear una exposición que induzca a fortalecer la importancia de la mujer y la familia. La exposición incluirá un ciclo de cine y una semana de charlas por el día de la mujer.</p>			
Panel 1: Texto descriptivo sobre ¿Cómo ha sido el rol de la mujer en el transcurso de la historia de Sullana? Además se colocarán adhesivos con frases referentes al valor de la mujer.	Panel 2: Gráfico estadístico referente a los índices de violencia en Sullana. Herramienta audiovisual sobre casos reales y maneras de afrontamiento.	Panel 3: texto expositivo que explique el por qué valorarse, así como también imágenes sobre lo que representa la mujer en la comunidad.	
Tema 2: <i>Arquitectura y monumentos urbanos</i> (abril - junio)			
<p>La temática se plantea con el fin de difundir aquellos espacios que representan parte de la historia de la ciudad, como las casonas y monumentos con los que conviven a diario. La presentación de las casonas se ha pensado como punto de partida para mostrar cuál fue el escenario en el que vivieron algunas de las antiguas familias sullanenses. Esto también supone crear recorridos fuera del museo, mostrando in situ aquellas imágenes que se explican en el museo.</p>			
Tema 3: <i>¿Cómo queremos que sea nuestra Sullana?</i> (julio - setiembre)			
<p>Se propone exponer sobre la delincuencia que se vivencia en la ciudad, cuáles son las causas y cómo debemos cooperar para cambiar el concepto que se tiene de Sullana como un lugar peligroso. Esta exposición supone trabajos en los distintos barrios de la ciudad, así como también charlas en los colegios y en el Centro cultural. Supone crear alianzas con la Municipalidad, la Policía y los Serenazgo del lugar.</p>			
Tema 4: <i>Sullana: pasado y presente</i> (octubre - diciembre)			
<p>El tema se evoca como un reencuentro fotográfico sobre la evolución de la Provincia de Sullana a lo largo del tiempo, haciendo uso de fotografías antiguas y señalando ambientes escenográficos que en la actualidad han sido transformados, como por ejemplo la plaza de armas. La exposición va de acuerdo al aniversario de Sullana, que se lleva a cabo en el mes de noviembre. Asimismo, permite mostrar cuáles son las tradiciones o costumbres que perduran a lo largo de los años, como lo son las velaciones. Además, puede integrarse con las actividades culturales que realiza la Municipalidad como conciertos, danzas, concursos de coro, entre otros.</p>			

Fuente: Elaboración propia.

Depósito o almacén de colecciones

*"En imaginario colectivo, el almacén del museo es un lugar oscuro, recóndito y laberíntico... siempre lleno de objetos que saturan sus cajas y estanterías."*⁴¹

En la actualidad, el museo de Sullana cuenta con un pequeño espacio que se utiliza como depósito. Este es un lugar cubierto de cajas de cartón distribuidas desordenadamente, piezas envueltas en papel periódico, otras que se encuentran en el suelo junto a utensilios de limpieza; es decir, que es un ambiente que no cuenta con las condiciones necesarias para proteger las piezas en caso hubiese algún accidente. A ello se suma la existencia de algunas estanterías (mal ubicadas), donde sin ninguna protección reposan algunos ceramios o textiles.

Por ello, es necesario incluir en la propuesta un trabajo de preparación de este espacio, tomando en cuenta tres criterios indispensables: espacio, acondicionamiento y accesibilidad.

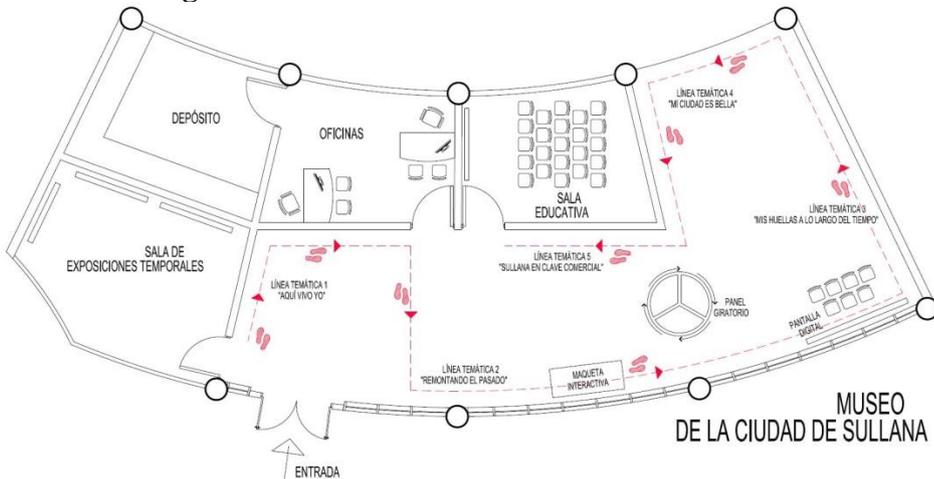
ESPACIO	El espacio debe permitir albergar los ceramios que posee el museo. Además es recomendable sectorizar el ambiente; es decir separar los bienes teniendo en cuenta su material.
ACONDICIONAMIENTO	Luz y temperatura, considerar que Sullana presenta temperaturas elevadas que se encuentran aproximadamente entre los 29 y 30 °C. Ventilación Cámara de seguridad Extintores y alarmas contra incendios Estanterías de paletizado. Estas deben estar sujetas al suelo y con ligamentos de nylon que protejan los ceramios en casos de sismo.
ACCESIBILIDAD	El depósito en un futuro podrá organizarse de modo que los visitantes puedan acceder a él y observar las colecciones que alberga. Estas deben estar catalogadas y bien distribuidas.

Fuente: Elaboración propia.

⁴¹ Herrero, Alicia. De Almacén a centro de conservación de colecciones. Digital. Revista del Comité Español de ICOM. España, N°3, 2012.

En el siguiente plano se muestra la nueva distribución de los ambientes del museo. En un principio este solo tenía dos áreas expositivas y un depósito, para este proyecto se han hecho dos divisiones más para poder incluir las dos oficinas y una sala educativa para la ejecución de los talleres.

Imagen 9. Plano del Museo de la ciudad de Sullana



Fuente: Carrasco, Gustavo. 2016.

Guion extramuros

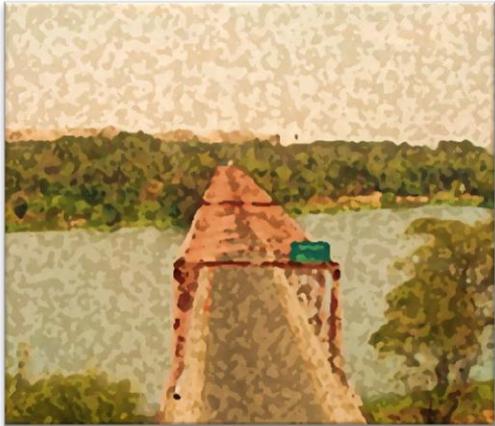
Puntos estratégicos en la ciudad

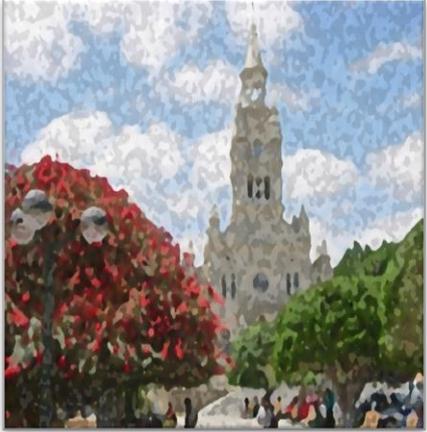
Siguiendo con la idea de formular un museo de ciudad, se pretende que este no solo sea un espacio cerrado en el cual los visitantes pueden ir a observar una exposición, sino que también puede valerse de la ciudad para contar y transmitir un mensaje al público. Por esta razón se han elegido 7 puntos estratégicos, valiéndose de la encuesta realizada – ya anteriormente mencionada – y de algunas opciones personales que pueden servir para dar mayor alcance a los sullanenses de todo lo que posee su pueblo.

Cada zona identificada, tendrá un panel con su texto explicativo y una señal que indique que también puede encontrar mayor información en el museo.

La pregunta más importantes es ¿para qué esta estrategia? La respuesta sería para que la gente pueda leer su ciudad por ellos mismo, que encuentren en su día a día que los bienes o lugares por los cuales solían transitar guardan una historia de aquellas personas que vivieron ahí o tal vez de algún momento preciso en el transcurrir del crecimiento y dinámica de la ciudad.

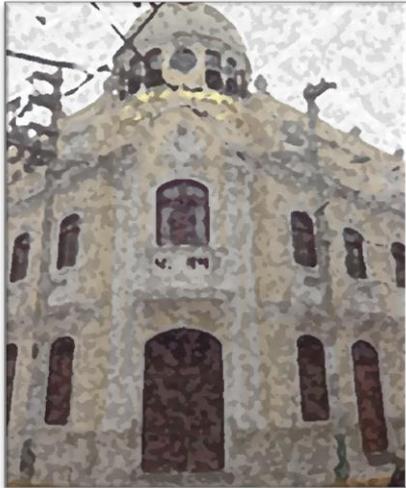
Finalmente, esto también es una manera de difundir el trabajo del museo y acercar más a los pobladores.

RÍO CHIRA	DESCRIPCIÓN
	<p>Sullana es conocida como "La Perla del Chira". La presencia de este río es un elemento principal para el riego del valle y permite la fertilidad de sus tierras.</p> <p>En torno al valle sobresalen tres construcciones importantes el puente Isaías Garrido Ugarte, conocido como puente "viejo" e inaugurado en 1937. El puente Artemio Vargas, también llamado puente "nuevo" que fue inaugurado en 1980. Ambos permiten el acceso al distrito de Marcavelica y en época de antaño era el punto de encuentro para pasar los fines de semana, realizando los bañistas sus clavados desde lo más alto del puente.</p> <p>También está el mirador o paseo Turicarami que une ambos puentes y por el cual se puede observar el río.</p>
JUSTIFICACIÓN	
<p>Es importante considerar el río Chira no solo porque es el lugar más representativo para los sullanenses, sino también porque permite que Sullana sea una ciudad agrícola, de una gran variedad de cultivos, por ello es necesario crear conciencia en los pobladores para que contribuyan en su cuidado y no contaminación del mismo.</p>	

IGLESIA MATRIZ	DESCRIPCIÓN
	<p>Construcción de reminiscencia gótica, ubicada anteriormente entre la loma de Mambré y el cementerio San José, y desde 1848, en el actual local donde se encuentra. Su fachada es de estilo gótico y cuenta con una torre de aprox. 45 metros de altura, vitrales que muestran imágenes religiosas, pináculos y un rosetón en su parte céntrica. Al interior, el estilo de arquitectura es diferente, a sus lados se encuentran hileras de imágenes, destacando al lado izquierdo la Santísima Trinidad. El fondo del presbiterio (a manera de retablo) es un vidriado de fino acabado, elaborado en base a productos de vidrios de uso común de la época.</p>
JUSTIFICACIÓN	
<p>La Iglesia Matriz ocupa el tercer puesto en la lista de lugares que los sullanenses consideran como un sitio emblemático y representativo. Así pues, además de su atractivo físico, refleja el fervor de los ciudadanos, quienes acuden a ella no solo para participar de la misa, sino también para celebrar eventos que son parte de su creencia religiosa y que también implican una participación social. Por ello se incluye dentro de los puntos estratégicos que permitirán explicar a los participantes la conformación de su ciudad.</p>	

PLAZA DE ARMAS	DESCRIPCIÓN
	<p>La plaza de armas se encuentra ubicada en el centro de la ciudad y es el principal punto de encuentro de los ciudadanos, quienes tienen por costumbre reunirse en ella todos los domingos después de la misa de las 19:00.</p> <p>En el centro se encuentra la pileta ornamental bautizada con el nombre de "Pedro Fernández", así como también el busto a Francisco Bolognesi.</p> <p>En el 2014 se inició su remodelación y culminó en el mes de julio del mismo año.</p> <p>Por las tardes es frecuente el izamiento de la bandera del Perú y de Sullana, además es el escenario de los desfiles cívicos de la ciudad.</p>
JUSTIFICACIÓN	
<p>Definitivamente, la plaza es para los sullanenses el lugar más emblemático de la ciudad. La actividad social transcurre dentro de este espacio.</p> <p>Existen diversas tradiciones alrededor de ella como por ejemplo ir a dar vueltas después de misa, izar el pabellón, reuniones de aquellas personas de la tercera edad, tomarse fotos en el caballito o la llamita, etc.</p>	

ESTUDIO FOTOGRÁFICO SALINAS	DESCRIPCIÓN
	<p>En este estudio ubicado en la calle José Gálvez, se observa una colección de las diferentes cámaras fotográficas que se han utilizado a lo largo de los años para capturar diferentes eventos o sucesos de la historia de la ciudad, personas, eventos familiares, etc.</p> <p>Es un negocio de herencia familiar que comenzó con el Sr. Guillermo Salinas hace más de 90 años. Luego fue transmitido a su hijo Manuel Salinas Lara y este a sus hijos, de los cuales solo el Sr. Ulises Salinas Arellano (9 de enero de 1937) se dedicó a este trabajo y quien además de ser fotógrafo le apasionaba revelar aquellas fotos de los aficionados que había en la ciudad.</p> <p>En palabra del mismo Ulises, la fotografía es un arte: <i>"Ser fotógrafo, era ser artista. Mi viejo tomaba una foto y luego teníamos que maquillar la fotografía con una aguja para quitarle las imperfecciones a la imagen".</i></p>
JUSTIFICACIÓN	
<p>Este estudio no ha sido mencionado dentro de la encuesta realizada; sin embargo, es un espacio en el cual se puede encontrar una amplia colección de cámaras fotográficas, imágenes y el trabajo de una familia que dedicó sus años a retratar el crecimiento de la ciudad.</p> <p>Es un contraste entre el pasado y el presente, que permite conocer cómo era Sullana, cómo se retrataban sus habitantes y cómo es en la actualidad.</p>	

PLAZA DE ARMAS	DESCRIPCIÓN
	<p>También conocida como "Sala Mixta". Está ubicada en la esquina de las calles San Martín (antiguamente conocida como la Calle Comercio) y 2 de mayo, Sucre. Este bien arquitectónico declarado Patrimonio Cultural inmueble fue construida por Don Felipe García Figallo, luego pasó a manos del Estado hasta que mediante Resolución Legislativa N°011 – 95 del 29 de marzo de 1995, es concedida al Poder judicial, donde funciona hasta la actualidad la Sala Mixta Descentralizada del Poder Judicial.</p> <p>El atractivo principal de esta casona es la cúpula que se levanta a la altura de la puerta principal, sobre la segunda planta, desde donde años atrás se podía observar el Valle del Chira.</p>
JUSTIFICACIÓN	
<p>En Sullana se pueden encontrar algunas casonas antiguas como por ejemplo el Club Unión, la casona Figallo y también la Casona de Sojo. Los encuestados reconocen a las casonas como espacios representativos de su ciudad, aunque la más sobresaliente es la de Sojo, es importante mostrar y repotenciar aquellas que se encuentran en su zona y con las cuales conviven a diario. Dentro de ellas la casona Figallo ha sido restaurada hace dos años y puesta nuevamente en uso. Lo importante es que las personas reconozcan estos espacios y que sepan que aquí también desarrollaron su vida antiguos y representativos pobladores de la ciudad.</p>	

PLAZA DE ARMAS	DESCRIPCIÓN
	<p>Los restos del poeta fueron repatriados al Perú desde Francia el año 1964 por iniciativa del diputado Luis Carnero Checa y llevados al Cementerio San José de Sullana, donde se construyó un hermoso mausoleo de mármol de carrara con una altura aproximada de 4 metros y además, cuenta con un trabajo a manera de placa elaborado por el famoso escultor de La Huaca, Luis F. Agurto O. en el cual se puede apreciar un ángel tocando una lira y a un costado unos versos del poema <i>"La muerte de mis sueños"</i> de Salaverry que dice así: "Yo quiero que murmuren mis cantares, sobre mi tumba un lánguido rumor, como deja en el seno de los mares, su murmullo la ola que pasó", de esta manera el mausoleo destaca de entre otros distinguidos personajes sullanenses.</p>
JUSTIFICACIÓN	
<p>En este caso, solo uno de los encuestados manifestó que le parecía representante la tumba de Salaverry. Sin embargo, podemos incluirlo en el recorrido porque es muy significativo que los restos de este reconocido poeta reposen en Sullana.</p> <p>Se busca transmitir con ello el valor de la literatura y la significancia de la escultura fúnebre, ya que al visitar el Cementerio, también se puede mostrar otras tumbas de hombres reconocidos en la ciudad o las creencias y costumbres que giran en torno a este espacio.</p>	

PLAZA DE ARMAS	DESCRIPCIÓN
	<p>Es el primer monumento a Don Miguel Grau Seminario y está hecho de mármol carrara. Fue inaugurado el 26 de octubre de 1885 en la ciudad de Piura 6 años después de la muerte del héroe, y trasladado el 08 de octubre de 1948 a Sullana.</p> <p>El monumento lleva esculpido en la parte media del pedestal el escudo de Armas del Perú. En 1979, las autoridades piuranas pretendieron recuperar el busto, pero el alcalde Julio Baca organizó una campaña evitando tal arbitrariedad, logrando que la Marina de Guerra remodelara la Plaza donde se encuentra ubicado el monumento y que también lleve el nombre de nuestro héroe.</p>
JUSTIFICACIÓN	
<p>Los monumentos que se encuentran en la ciudad también forman parte del día a día de los pobladores. Por ello, a pesar de que ellos no los reconozcan o sepan de su significancia, es necesario que se dé a conocer su historia, lo que representa y por qué es importante que se preserve el patrimonio de su localidad.</p>	

Imagen 10. Panel extramuros: Casona Figallo

CASONA FIGALLO



Conocida como "Sala Mixta" fue construida por Don Felipe García Figallo. Su atractivo principal es la cúpula que se levanta a la altura de la puerta principal. Años atrás se podía observar el Valle del Chira desde la segunda planta.

Fuente: Carrasco, Gustavo. 2016.

Señalética en la ciudad

La funcionalidad de la señalética es de mucha utilidad en la implementación de esta propuesta, por lo tanto, es necesario colocar letreros en la ciudad que indiquen a los visitantes y lugareños la presencia del museo y dónde se ubica este. No obstante, de acuerdo al manual de señalización turística del Perú diseñado por el MINCETUR, existen dos tipos de señales turísticas en vías terrestres según su contenido: informativas y referenciales.

En este caso se adecua más al espacio las referenciales, que son aquellas que se colocan en puntos intermedios de una ruta o circuito, y que sirven de guía, orientación. Asimismo, se describen tres tipos de serie, de la cual la serie C está destinada al visitante o peatón.

CONSIDERACIONES GENERALES PARA EL DISEÑO	
Condición	Descripción
Diseño	Se debe considerar las dimensiones, colores, forma y visibilidad para captar la atención del turista.
Ubicación	Tener en cuenta una posición dentro del ángulo de visión de los visitantes.
Uso	Debe ser acorde a la actividad que se quiere realizar, por ejemplo visita al museo y recorridos por la ciudad.
Uniformidad	Permitirá que el mensaje se reconozca e intérprete de manera correcta.
Mantenimiento	Condición importante para el cumplimiento de su función de señalización
Mensaje	Debe orientar al visitante en todo el momento, de modo que él pueda realizarlo por sí mismo.
Autoridad legal	Para poder colocar estas señales se debe contar con la aprobación de las autoridades correspondientes.

Fuente: Manual de señalización turística del Perú, 2011.

Por otro lado, también se establece el uso de tres colores que se deben considerar al momento de elaborar las señales. El color blanco servirá para la iconografía, así como también la figura y el marco, el azul se empleará en el fondo y los bordes de las señales, finalmente, el rojo se utilizará para indicar las prohibiciones de una actividad.

Imagen 11. Aplicación de color en letreros

Patrón Color Estándar		
<p>Blanco</p>  <p>Blanco reflectorizante FS. 32197</p>	<p>Azul</p>  <p>Light Blue FS.15056</p>	<p>Rojo</p>  <p>Red FS.32197</p>
Para marcos, símbolos y leyendas	Para fondo y borde	Para marcadores de prohibición
Ejemplo		
 <p>Marcador de prohibición, figuras de íconos y marcador de recomendación</p>		

Fuente: Manual de señalización turística del Perú, 2011.

El contenido es otro aspecto a tener en cuenta, de acuerdo al manual de señalización, se debe colocar el símbolo del atractivo o de las actividades turísticas; es decir, señalar cada uno de los espacios considerados dentro del circuito en la ciudad de Sullana, como el museo, cementerio, casonas, plazuela, monumentos, entre otros. A continuación, se muestra un modelo de señalización de la serie C que corresponde a los turistas o visitantes que son peatones en los circuitos. Para el caso de esta actividad "Caminando por mi ciudad", será necesario utilizar letreros adosados en la pared y letreros agrupados en poste.

Imagen 12. Señalización turística en Centros Urbanos

Señalización Turística en los Centros Urbanos (Serie C)	
<p>Ícono</p>	<p>Para el atractivo, servicio o actividad turística como elemento de mayor importancia.</p> <p>Para el caso de letreros adosados a la pared.</p> <p>Para el caso de letreros tipo poste se utilizará solo ícono por señal, pudiendo agruparse varias señales en un mismo elemento de soporte con cuidado de no expresar saturación.</p>
<p>Leyenda</p>	<p>Referida a los nombres propios del atractivo, servicio o actividad.</p>
<p>Flechas</p>	<p>Para la indicación del sentido de la dirección.</p>

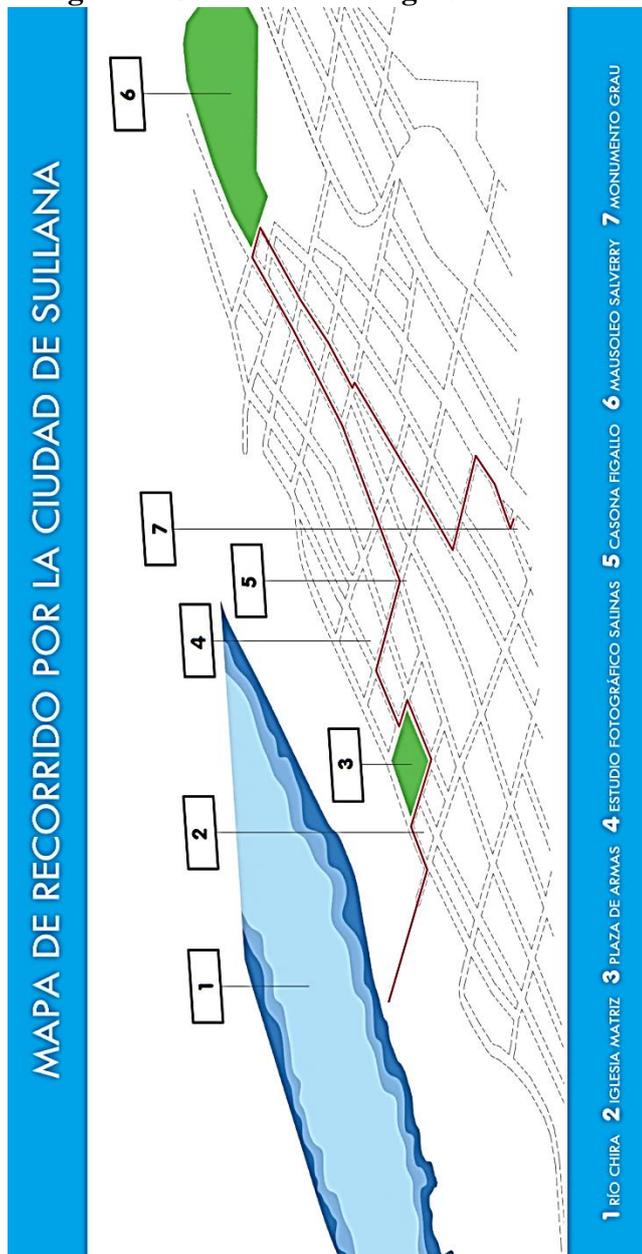
Letrero adosado a la pared

Letreros agrupados en poste.

Fuente: Manual de señalización turística del Perú, 2011.

A continuación, se muestra el plano con la ubicación de los puntos estratégicos que se han detallado líneas arriba:

Imagen 13. Señalización del guion extramuros



Fuente: Carrasco, Gustavo. 2016.

También se muestra la imagen de la señalética que se colocará en la ciudad para orientar al público de la ciudad:

Imagen 14. Señalética para la ciudad



Fuente: Carrasco, Gustavo. 2016.

3.5.5. Programas educativos del museo

El museo de la Ciudad de Sullana también debe ser un espacio que busca la integración, el diálogo entre los ciudadanos y la promoción en temas que promueven el desarrollo local.

Por ello, se plantea la creación de programas que permitan canalizar actividades de interés común.

Programas educativos

Es indispensable que el museo ponga en práctica su función educativa a través de la gestión de actividades y de talleres que sean de interés del visitante, adaptándose a los distintos tipos de público que la institución museal pueda tener. A continuación, se detalla la información general de estos programas.

INFORMACIÓN GENERAL	
¿A QUIÉNES ESTÁ DIRIGIDO?	
Está dirigido a todos los estudiantes de los diferentes centros educativos de Sullana, así como también a los grupos parroquiales (de todas las edades), adultos mayores, amas de casa, entre otros.	
¿CUÁL ES EL OBJETIVO?	
El objetivo es fomentar el interés por el museo, a través de actividades y talleres recreativos que incentiven la participación de los ciudadanos.	
¿QUÉ TIPO DE ACTIVIDADES SE REALIZAN?	
ACTIVIDADES	TALLERES
<ul style="list-style-type: none">▪ Una historia contada por nuestros abuelos.▪ Caminando por mi ciudad.▪ Recreando el pasado.▪ Una mirada, una reflexión.▪ Todos sobre ruedas.▪ Concierto de Primavera.	<ul style="list-style-type: none">▪ Creando historietas.▪ Pintar en el museo es divertido.▪ Construyendo personajes.▪ Arte con nuestras manos.▪ Fabricando velas.▪ Encuentro docente.

Fuente: Elaboración propia.

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN EXTERNA	DESCRIPCIÓN INTERNA
<i>Una historia contada por ellos</i>	Es una actividad de cuentacuentos realizada por adultos mayores de la ciudad o de los asilos de Sullana. Está dirigida a niños con edades comprendidas entre los 3 y 8 años. La duración de cada sesión será de 45 minutos.	La actividad se realizará en coordinación con los centros académicos de Sullana. El material necesario son los cuentos, los cuales se pueden obtener de donaciones abiertas al público o con los colegios que participarán.
<i>Caminando por mi ciudad</i>	Es una actividad que busca la interacción del público con su espacio. Está dirigida a un público en general. La duración promedio es de 45 minutos, considerando que los recorridos serán por temáticas y puntos específicos.	La actividad debe realizarse en alianza con las instituciones académicas, grupos parroquiales y empresas de Sullana. También será necesario trabajar con la señalética de la ciudad y un guía.
<i>Recreando el pasado</i>	Es una actividad que invita a la reflexión del público. Está pensada para jóvenes y adultos que a través de la fotografía observen los cambios sociales de su entorno y que a su vez analicen los porqués de la problemática del lugar donde viven.	Se trabajará con el Estudio fotográfico Salinas. Posteriormente, se retornará al museo para la segunda parte de la actividad que es un foro sobre los cambios en Sullana.

<p><i>Una mirada, una reflexión</i></p>	<p>Comprende un ciclo de cine en la ciudad. Abierto al público en general. La duración es de 120 min. El objetivo es transmitir valores a través de los medios audiovisuales para contribuir con la educación en la ciudad.</p>	<p>Se trabajará con los espacios del Centro Cultural, los cuales están ya equipados. Además se entregará una breve reseña sobre cada proyección.</p>
<p><i>Todos sobre ruedas</i></p>	<p>Consiste en una vez al mes recorrer distintos puntos de la ciudad montados en bicicleta. Se manejarán grupos de 10 personas, en donde se recomienda que los pequeños vayan acompañados de sus padres. El punto de partida es la Plaza de Armas de la ciudad.</p>	<p>Esta es una actividad recreativa del museo y está pensada para realizarse los días feriados o domingos. Se requerirá que los participantes usen bicicletas y cascos. Ayudará mucho la señalización en la ciudad y el trabajo en conjunto con la Municipalidad local.</p>
<p><i>Concierto de Primavera</i></p>	<p>Es una actividad que fomenta la participación de los grupos musicales que se han gestado en la ciudad. Se llevará a cabo los sábados por la noche durante el mes de setiembre en conmemoración de la llegada de la primavera.</p>	<p>Se debe contar con la participación de la Municipalidad para poder armar el escenario frente a la plaza de Armas. También se incluirá invitar a la Orquesta Sinfónica y/o algún grupo local para que realice algunas presentaciones.</p>

TALLERES EN EL MUSEO DE LA CIUDAD DE SULLANA

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	PÚBLICO / PRECIO
<i>Arte con nuestras manos</i>	Es el primer taller del verano que fomenta la participación de los niños de Sullana en el programa de vacaciones útiles en el museo. Los participantes aprenderán a crear escultura con plastilina, al finalizar el taller se realizará una exposición de los trabajos elaborados.	Dirigido a niños. Costo de inscripción: S/.20.00
<i>Pintar en el museo es divertido</i>	Taller pensado durante el mes de febrero para continuar incentivando el desarrollo de actividades útiles. Además se busca que los participantes reconozcan al museo como un espacio de interacción.	Dirigido a niños. Costo de inscripción: S/.20.00.
<i>Encuentro docente</i>	La finalidad es concertar a los profesores de la ciudad para que tengan un mayor acercamiento a las exposiciones que brinda el museo y generar un pensamiento reflexivo sobre la situación de Sullana, de modo que ellos también puedan transmitir nuevos conceptos a sus alumnos.	Dirigido a docentes de los diferentes centros educativos. Ingreso gratuito.

<p><i>Creando historietas</i></p>	<p>El participante aprenderá a construir historietas a través de los hechos que se han venido suscitando en su ciudad, de modo que al finalizarlas puedan exhibirse en el museo y permitan conocer más de su lugar.</p>	<p>Dirigido a jóvenes. Costo de inscripción: S/.20.00.</p>
<p><i>Creando luces</i></p>	<p>Es un taller de manualidad donde las participantes aprenderán a fabricar velas. Estos trabajos serán expuestos en la Feria del Coco por el aniversario de la ciudad y se venderán por motivo de las velaciones en Sullana.</p>	<p>Dirigido a madres de familia de las diferentes zonas de Sullana. Costo de inscripción: S/.20.00.</p>
<p><i>Construyendo personajes</i></p>	<p>El taller busca desarrollar la creatividad de los participantes mediante la creación de títeres. La actividad concluirá con una presentación en escenario durante el mes de diciembre para la chocolatada de los niños de zonas menos favorecidas en Sullana.</p>	<p>Dirigido a madres y niños. Costo de inscripción: S/.20.00.</p>

Fuente: Elaboración propia.

3.5.6. Plan de comunicación del museo

Para promover el crecimiento del museo es necesario elaborar un plan de comunicación a cargo de la Dirección de museo. Este servirá para precisar y crear las acciones o técnicas que permitan alcanzar los objetivos propuestos en un periodo de tiempo determinado.

- **Creación de la marca**

Es indispensable crear una marca del museo, para que pueda ser identificado y reconocido por los ciudadanos.

A continuación, se detalla cuál es proceso a seguir al momento de crear una:

PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE UNA MARCA DE MUSEO	
Identificación	La identidad es necesaria para que la gente conozca el museo, su nombre y cuál es su especialidad. En este caso, el museo en mención ya viene funcionando hace tres años; pero, no cuenta con un logotipo que lo identifique por los ciudadanos. Por ello es necesario crear un logo que pueda estar presente no solo en la portada de la institución, sino también en todos los elementos que utilice. Este logo, también cuenta con las iniciales abreviadas del museo que en este caso serían MUCS (M useo de la C iudad de S ullana).
Sentido	El sentido está en que los visitantes conozcan las características del museo, cuáles son los programas que ofrece y sobre todo qué es lo quiere transmitir. Si el museo sabe cuál es el público al que quiere llegar, podrá preparar actividades acorde a sus intereses y por ende, obtendrá mayores visitas.
Reacción	La marca también está estrechamente vinculada con el nivel de calidad. Si esta llega a transmitir el sentido que busca el museo, se podrá esperar que el público emita juicios y tenga sentimientos sobre él. Por ende, es importante que se trabaje este aspecto para poder lograr que el público se empodere de esta institución.
Relación	Este punto nos habla principalmente de la fidelización de los visitantes con el museo, que lo vuelvan a él, que comenten sobre él y que a su vez lo recomienden a los demás. En el marketing de las empresas se menciona que es cinco veces más difícil ganar un nuevo cliente que conservar el que ya se tiene.

Fuente: Pall Mork – Responsable de Comunicación y Marketing, Norsk Folkmuseum, Oslo.

De acuerdo a los procesos previos para la construcción de una marca de museo se ha diseñado una que permita dar una representación gráfica de este. Además estará presente en todas las actividades o información que se brinde.

En primer lugar, se ha tratado de buscar unas iniciales que ayuden a abreviar el nombre del museo, eligiéndose las siglas MUCS (Museo de la Ciudad de Sullana), estas se han colocado por encima del logo que trata de dar una apariencia de una vivienda y del Centro de Convenciones de Sullana que es donde se encuentra en la actualidad.

Los colores utilizados van acorde al diseño de la página web. El logo es negro y las letras que contienen el nombre completo de la institución son de un color frío.

Imagen 15. Marca del Museo de la ciudad de Sullana



Fuente: Elaboración Propia.

▪ **Página web**

Se requiere diseñar una página para dar a conocer las actividades que realiza el museo, así como también la programación de sus exposiciones y eventos próximos.

Se propone una web dinámica en donde el usuario podrá interactuar con todos los enlaces.

En las siguientes imágenes se muestra el modelo trabajado para el museo. Para ello, se ha usado un fondo blanco con encabezado negro para dar realce a las imágenes que muestran diferentes lugares de Sullana. La web tiene cinco viñetas desglosables y direccionadas a su contenido, la primera de ellas – inicio – da una breve reseña de lo que se hace en el museo, además de mostrar un calendario de los eventos próximos.

En la parte media derecha se ha colocado un recuadro con los horarios del museo y los costos de ingreso.

Por otro lado, el link de exposiciones refleja en dos partes la exposición permanente del museo y la variada temática temporal que se proyectarán a lo largo del año.

Del mismo modo, las viñetas de actividades y talleres, también contienen la descripción sobre la dinámica del museo, se brinda información referente a los eventos, fechas, costo, duración, etc.

Finalmente se muestra una opción de contacto, que contiene un mapa con la señalización de la ubicación del museo, además de la información principal como número telefónico y e-mail. Por último, se ha colocado un cuadro de consulta, este está direccionado con la bandeja de entrada del correo institucional, la cual será revisada frecuentemente por el personal del museo.

Imagen 16. Portada de la web del MUCS

MUCS

SIGUENOS

[INICIO](#) [EXPOSICIONES](#) [ACTIVIDADES](#) [TALLERES](#) [CONTACTO](#)

Exposiciones

Este museo alberga más de 5000 piezas de colección. Posee una importante colección cerámica y metalúrgica Vicés y especialmente de la arqueología regional del valle de Chira (Inca Tallán). Recibió como aporte desde su inauguración una colección de cerámica Nazca donada por Don Francisco González García. Posee una fototeca sobre personajes ilustres y casonas de la ciudad de Sullana. Forma parte del guión museográfico el proyecto de la Sala del Caballo de Paso Peruano y la Sala de Etnohistoria.

[LEER MÁS >](#)

Actividades

El museo de la ciudad de Sullana ofrece una serie de actividades dirigidas a públicos diversos para promover la interacción de los sullanenses con su ciudad. De este modo se percibe también al museo como un espacio de encuentro y entretenimiento.

[LEER MÁS >](#)

Talleres

El museo de la ciudad de Sullana ofrece una serie de talleres dirigidos a públicos diversos para promover el crecimiento cultural de los sullanenses. De este modo se percibe también al museo como un espacio de educación.

[LEER MÁS >](#)

Horario de Visita

Lunes a viernes 9:00 am. a 1:00 pm.
6:00 pm. a 8:00 pm.

Aguitos : S/. 4.00
Niños : S/. 2.00

[CONTACTANOS](#)

Próximos Eventos

Abril	Exposición de <i>Arquitectura y Monumentos Urbanos</i>
Julio	Exposición de <i>Sullana: una Ciudad Saludable</i>
Octubre	Exposición de <i>Sullana: Pasado y Presente</i>

TE ESPERAMOS

Fuente: Elaboración propia.

Imagen 17. Link de muestra de las exposiciones



El MUCS te invita a descubrir tu ciudad

El valle del Chira, las antiguas casonas, el mausoleo de Salaverry y las familias sullanenses son parte de tu ciudad...

¡Ven a visitar el MUCS!
¡Ven a conocer tu ciudad!
¡Ven a descubrirte!



La mujer sullanense

¿Cómo es la mujer de Sullana?
¿Cuáles son los índices de violencia en Sullana?
¿Por qué uno debe valorarse?

Esta exposición busca fortalecer la importancia de la mujer y de la familia.

Sullana: una ciudad saludable

Se expondrá sobre la delincuencia que se vivencia en la ciudad, cuáles son sus causas y cómo podemos cooperar para cambiar el concepto que se tiene de Sullana como un lugar peligroso.

Incluye trabajos en distintos barrios de la ciudad, así como charlas en colegios y en el Centro Cultural.

Arquitectura y monumentos urbanos

Esta exposición busca difundir aquellos espacios que representan parte de la historia de la ciudad, como las casonas y monumentos con los que convivimos a diario.

Incluye recorridos fuera del museo para vivirlo in situ.

Sullana: pasado y presente

Reencuentro fotográfico sobre la evolución de la Provincia de Sullana a lo largo del tiempo, haciendo uso de fotografías antiguas y señalando ambientes escenográficos que en la actualidad han sido transformados. También se expondrá sobre las tradiciones y costumbres que perduran a lo largo de los años.

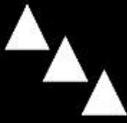
Incluye actividades culturales como conciertos, danzas, concursos de coro, entre otros.



Fuente: Elaboración propia.

Imagen 18. Link de muestra de los talleres que ofrecerá el museo

MUCS



SÍGUENOS   

INICIO EXPOSICIONES ACTIVIDADES **TALLERES** CONTACTO

Talleres

El museo de la ciudad de Sullana ofrece una serie de talleres dirigidos a públicos diversos para promover el crecimiento cultural de los sullanenses. De este modo se percibe también al museo como un espacio de educación.

"No se puede enseñar nada a un hombre; solo se le puede ayudar a descubrirlo en su interior". Galileo Galilei



Arte con nuestras manos

Fomenta la participación de los niños de Sullana en el programa de vacaciones útiles en el museo.

Los participantes aprenderán a crear escultura con plastilina y al finalizar el taller se realizará una exposición de los trabajos elaborados.

Dirigido a niños.

Encuentro docente

La finalidad de este taller es concertar a los profesores de la ciudad para que tengan un mayor acercamiento a las exposiciones que brinda el museo y generar un pensamiento reflexivo sobre la situación de Sullana, de modo que también puedan transmitir nuevos conceptos a sus alumnos.

Dirigido a docentes.

Creando historietas

Con este taller los participantes aprenderán a construir historietas a través de los hechos que se han venido suscitando en su ciudad, de modo que al finalizar estas puedan exhibirse en el museo y permitan conocer más de su lugar.

Dirigido a jóvenes.

Creando luces

Taller de manualidad donde las participantes aprenderán a fabricar velas. Estos trabajos serán expuestos en la Feria del Coco por el aniversario de Sullana y serán vendidas por motivo de las velaciones en Sullana.

Dirigido a madres de familia.

Construyendo personajes

Busca desarrollar la creatividad de los participantes mediante la creación de títeres. La actividad concluirá con una presentación en escenario durante el mes de diciembre, para la chocolatada de los niños de zonas pobres de Sullana.

Dirigido a madres y niños.

Fuente: Elaboración propia.

Imagen 19. Link de contacto del museo

MUCS

SIGUENOS

INICIO EXPOSICIONES ACTIVIDADES TALLERES CONTACTO

Contáctanos

Plaza de Armas - Centro de Convenciones de Sullana
Piura - Perú
Teléfono: (073) 502138
Correo electrónico: informes@mucs.pe

Completa el formulario y nos pondremos en contacto contigo:

Nombre

Correo electrónico

Asunto

Mensaje

Enviar

© 2017 por Jazmin Ruiz Avila.

Fuente: Elaboración propia.

▪ Segmentación estratégica

La segmentación hace más fácil la creación de un producto, ya que responde a las preguntas ¿qué hacer?, ¿cómo hacerlo?, ¿Cuándo?, ¿cuál es el mejor horario?, etc.

Para ello, se requiere de la aplicación de encuestas que ayuden a recoger la opinión de los visitantes y medir el grado de satisfacción después de una actividad realizada.

Para enfocar mejor la comunicación del museo se ha realizado la siguiente clasificación:

- a. Familias: el museo puede captar la atención de las familias que acuden con sus hijos a la plaza de armas, se pueden organizar eventos al aire libre para dar a conocer la presencia del museo. Por ello se plantea un horario de atención que abarque el tiempo libre de las familias, por ende, será necesario abrir las puertas en fines de semanas y días feriados.



HORARIOS DE VISITA

Martes a Viernes (horario partido)⁴²
09:00 am. a 13:00 horas / 16:00 a 18:00 horas

Sábados, domingos y feriados
10:00 am. a 18:00 horas

*Cerrado los lunes, Día del trabajo, Navidad y Año Nuevo

- b. Escolares: las actividades dirigidas a grupos escolares permite difundir la misión educativa del museo, ya que no solo se quiere transmitir información sino que también con la cooperación de la plana docente, se pueden divulgar valores que inviten a la reflexión sobre la realidad de su ciudad. Al mismo tiempo, los escolares actuarán como voceros dentro de sus hogares, intercambiando información de lo que han aprendido o lo que han conocido durante esa visita.

Asimismo, es necesario establecer convenios con las diferentes instituciones escolares nacionales o particulares,

⁴² Se ha considerado la opción de horario partido teniendo en cuenta las condiciones climáticas y tradiciones de la ciudad, ya que por lo general debido a la experiencia realizada en situ, de 1 a 4 pm. las personas aprovechan para almorzar, hacer siesta y el centro de la ciudad se encuentra desolado. Entonces no tiene sentido tener el personal trabajando en esas horas.

dentro de las más resaltantes tenemos: Colegio San Pedro Chanel, Santa Rosa, Santa Úrsula, Las Capullanas, María Auxiliadora, I.E. Fe y Alegría, San José Obrero, ente otros.

- c. Visitantes: incluye al público local que son los mismos pobladores de la ciudad y también a los visitantes externos que pueden acudir a la ciudad ocasionalmente.
- d. Patrocinadores: este es un tipo de público más específico, en el cual supone hacer recorridos especiales y preferenciales para los representantes de diversas instituciones que contribuyen al auspicio de esta institución cultural. Incluso se puede ofrecer descuentos especiales en las inscripciones de los talleres o actividades que ofrecerá el museo.

Esta es una buena forma de involucrar a las empresas del sector privado para que se interesen en fomentar valores sociales y culturales en el entorno que se gestan.

- **Promoción**

Las herramientas de comunicación tradicionales son la publicidad, las relaciones públicas, el marketing directo y la promoción de ventas.⁴³

A continuación, se detallarán cuáles son los objetivos publicitarios para el plan de promoción que desarrollará el Museo de la Ciudad de Sullana.

⁴³ Mayorga, David y Araujo, Patricia. El plan de marketing. Universidad del Pacífico, 2011.

OBJETIVOS PUBLICITARIOS	
¿A quiénes se debe llegar?	Se debe llegar al público destinatario que son las familias, escolares, visitantes y patrocinadores.
¿Cuál es el posicionamiento que se quiere lograr?	En este caso no existe competencia para el museo, por ello se persigue posicionar al museo como el principal eje difusor de cultura en la ciudad.
¿Cuál es la reacción que se busca del público?	Se busca que acudan a los talleres, actividades y exposiciones. Se quiere una reacción de apertura y acercamiento.
¿En qué plazo deben lograrse los objetivos?	Es fundamental que previo al inicio de las actividades se tenga el público previsto.

Fuente: Kotler: 1998,30.

Asimismo, el área de comunicación del museo se valdrá de dos herramientas de la mezcla promocional que son la publicidad el marketing directo.

La publicidad tal como mencionan Mayorca y Araujo, es el proceso en el que se muestra al mercado un mensaje comercial de un bien patrocinado y cuyo objetivo es informar, persuadir y recordar. Los medios publicitarios son diversos como la televisión, radio, diarios, revistas, entre otros.

Para el museo se ha pensado utilizar los siguientes medios:

HERRAMIENTAS DE PUBLICIDAD DEL MUCS

Radio	Si bien resulta costoso el pago de una emisora, se pueden utilizar los canales de radio de las instituciones escolares como por ejemplo la frecuencia del colegio San Pedro Chanel.
Revistas	Se puede crear alianzas para promocionarse en las revistas de la Municipalidad, Caja Sullana, Supercable, colegios, etc.
Folletos	Este material impreso es de menor costo y servirá para promocionar la oferta del museo. Se pueden colocar en distintos puntos de la ciudad como empresas de transportes, farmacias, centros comerciales o entidades bancarias.
Vía pública	Sería bueno implementar algunos anuncios en 2 puntos importantes de la ciudad, por ejemplo la entrada de Sullana y en el Centro de la ciudad.

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al marketing directo trabaja el conjunto de actividades de promoción dirigidas a un grupo de personas. En este caso, se trabajará con el envío de cartas a las instituciones escolares para poder invitarlos a participar de la oferta diseñada para ellos, al mismo tiempo se debe invitar a las distintas empresas de la ciudad, no solo para que participen de las actividades que se organizan, sino también para que en el futuro puedan convertirse en patrocinadores del museo.

Esta estrategia es importante porque permitirá que el museo vaya construyendo una base de datos que no solo contenga nombres y direcciones, sino que también nos ayude a conocer más sobre los criterios y preferencias de las organizaciones.

Finalmente, también hay que considerar el internet como una herramienta importante para tener participación en redes sociales (en este caso sería inicialmente Facebook), las cuales llaman la atención del público y las que ayudarán a recoger la opinión que se tiene sobre la institución. Por otro lado, el correo electrónico

también será una herramienta que permita un intercambio de información y dará mayor seriedad al trabajo que se realiza. Es importante tener en cuenta que ambos medios deberán estar administrados por ambas áreas del museo para que puedan actualizarlas y responder las consultas que se reciban.

Imagen 20. Publicidad del museo de ciudad

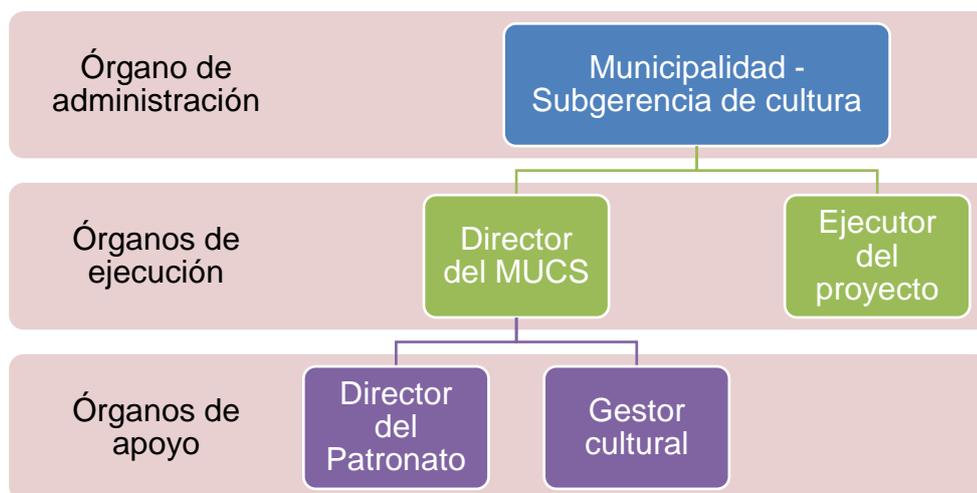


Fuente: Gustavo Carrasco, 2016.

3.6. Modelo de gestión

En la actualidad como ya se ha mencionado anteriormente, el museo se encuentra bajo la dirección del Patronato. Sin embargo, la Municipalidad también contribuye a su permanencia con el otorgamiento de un espacio dentro del Centro de Convenciones. Por lo tanto, se propone cambiar la estructura directiva y que la Municipalidad a través de la Subgerencia de Cultura, Educación y Deporte sean los responsables de la administración del nuevo Museo de la Ciudad de Sullana.

Cuadro 4. Organigrama según el modelo de gestión



Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, el Patronato como primer agente que tuvo la iniciativa de crear un museo, se plantea consolidarlo como un órgano de apoyo, bajo el concepto de amigos del museo que tendrá las siguientes funciones:

- Facilitar la información y documentación existente del museo.
- Poner a disposición las piezas arqueológicas para comenzar con el proceso de catalogación y conservación necesaria.
- Ayuda en la captación de fondos o donaciones para la institución

Del mismo modo, al ser la directora del museo la directora del Patronato se le incluirá en el organigrama para que participe de las

reuniones y pueda dar algunos aportes sobre el trabajo y la organización de los eventos del museo.

Por otro lado, participará el director del MUCS quien tendrá a cargo la ejecución y dirección de los programas que planifique la institución museal.

El ejecutor del proyecto en este caso es un gestor cultural que como ciudadano de Sullana ha observado las dificultades y carencias que tiene la gestión del museo; así como también las necesidades de la población y el fomento cultural que debe despertarse en la zona. No obstante, solo se encargará de la implementación de esta propuesta, la cual se presentará a la Municipalidad y servirá como guía en los aspectos netamente museológicos y en la búsqueda de alianzas y convenios que ayuden a conseguir el financiamiento necesario para la puesta en marcha de este proyecto. Asimismo, se encargará de la capacitación y formación de una persona que destine la Municipalidad en conjunto con el museo para que posteriormente continúe con la finalidad y objetivos que persigue esta institución.

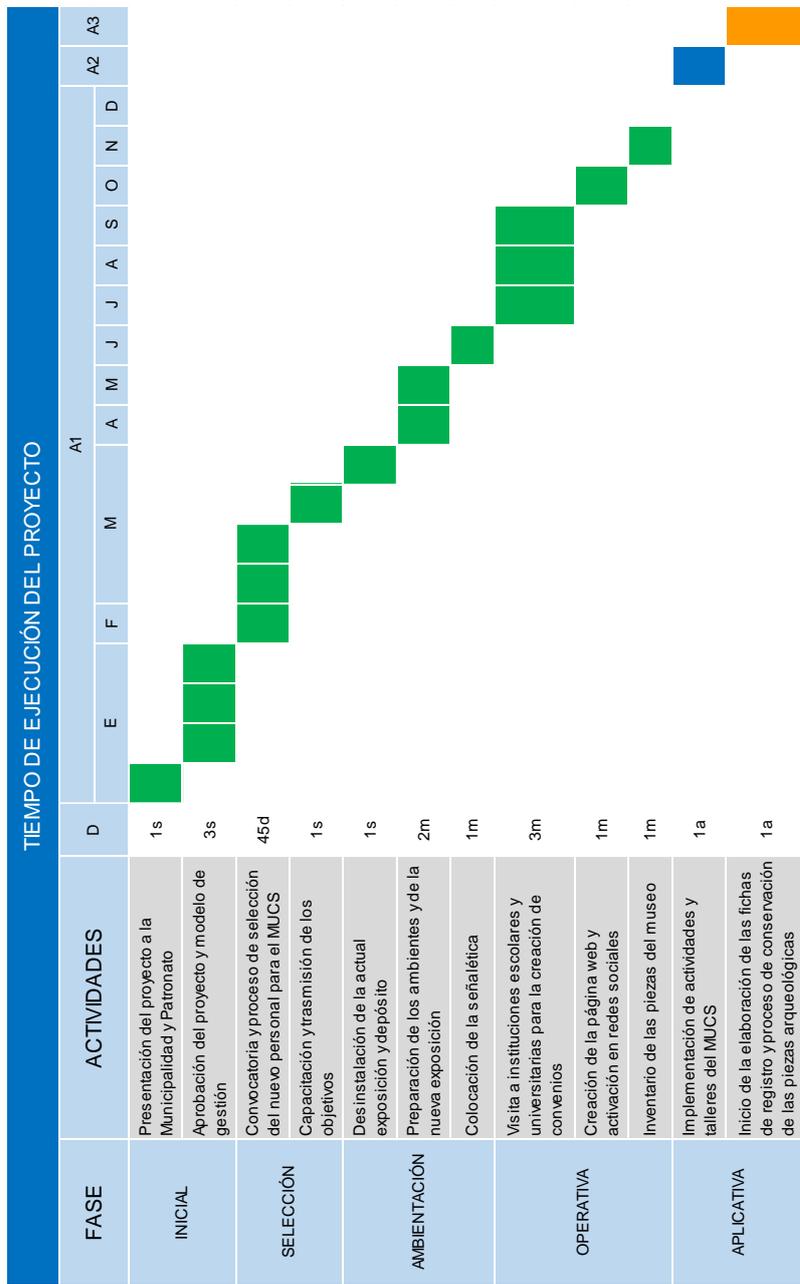
3.7. Cronograma de implementación del proyecto

A continuación, se muestra el Gantt con las fases de implementación de este proyecto. Como se observará tendrá una duración de tres años para poder ejecutar cada uno de los aspectos que se han diagnosticado como áreas de mejora del museo.

En el primer año se tiene que presentar el proyecto a los miembros de la Municipalidad y del Patronato para que aprueben esta iniciativa. Del mismo modo se dará la ambientación y acondicionamiento de los ambientes del museo para poder montar la respectiva exposición. Durante este tiempo que estará cerrado el museo es muy importante comunicar a los ciudadanos que se está preparando un nuevo proyecto para el disfrute de la comunidad.

Luego, en el segundo año se pondrá en marcha el cronograma de actividades y talleres que forman parte del programa educativo del MUCS.

Finalmente, en el tercer año se realizará todo el proceso de catalogación y establecimiento de medidas de conservación preventiva para las piezas que conforman el matrimonio material de la provincia.



3.8. Presupuesto y financiamiento

En el presupuesto elaborado se han considerado los gastos de mobiliario, construcción, mantenimiento, planilla y servicios; estos se detallan a continuación:

- a. **Gastos de mobiliario:** contempla la compra de escritorios, sillas, laptops, anaqueles metálicos, diseño de paneles de publicidad, entre otros. Todos los implementos necesarios para puesta en marcha del museo.
- b. **Gastos de construcción:** corresponde a la compra de materiales y mano de obra para las divisiones y ambientación del museo.
- c. **Gastos de servicios:** que incluye principalmente los servicios básicos: luz y agua, además de telefonía e internet. Aquí también se incluye la movilidad diaria para las visitas a colegios y distintas empresas que puedan ayudar en el fomento de esta iniciativa.
- d. **Gastos de mantenimiento:** que es un gasto bimestral que implica la compra de utensilios de limpieza y escritorio.
- e. **Gastos de planillas:** concerniente al pago de las dos personas que trabajarán inicialmente en el museo: director y coordinador, hasta que este pueda generar mayores ingresos y solventar el pago de mayor personal.
- f. **Otros gastos:** se compone principalmente por los gastos de implementación de la sala temporal (trimestral) y la elaboración y difusión de folletos de promoción de los talleres y actividades.

MOBILIARIO	CANT.	P.U.	TOTAL
Escritorios	2	300	600
Sillas de gerencia	2	250	500
Laptops	2	1800	3600
Impresora	1	200	200
Pizarras acrílica	1	200	200
Sillas genéricas	17	70	1190
Butacas de colores	3	90	270
Proyector + Ecran	1	1500	1500
Luces LED para salas de exposición	1	3000	3000
Panel giratorio	1	300	300
Anaqueles metálicos	6	200	1200
Vinilo tipo huella	12	40	480
Botiquín	1	100	100
Extintores	2	200	400
Cámara de seguridad	1	800	800
Publicidad	2	4000	8000
			22340

CONSTRUCCIÓN	CANT.	P.U.	TOTAL
Tabiquería (inc materiales y MO)	1	4050	4050
Puertas	4	250	1000
			5050

GUION MUSEOGRÁFICO	CANT.	P.U.	TOTAL
Panales	22	200	4400
Placas	6	150	900
Señalética	10	180	1800
Logo	1	300	300
			7400

SERVICIOS	CANT.	P.U.	TOTAL
Incremento de luz	1	300	300
Incremento de agua	1	50	50
Internet	1	70	70
Movilidad	1	300	300
			720

SERVICIOS	CANT.	P.U.	TOTAL
Director del museo	1	2500	2500
Coordinador	1	1500	1500
			4000

Del mismo modo, se han considerado dos principales fuentes de ingreso económico para el MUCS:

- a. Ingresos por entradas: se ha previsto una frecuencia diaria de 20 adultos (S/. 4.00) y 30 niños (S/. 2.00).
- b. Ingresos de la Municipalidad: actualmente la institución municipal contribuye con la cesión del local y desde mediados del presente año ha contribuido con los honorarios de la actual directora del museo; debido a esto se considera como ingreso el pago de la Municipalidad.

ENTRADA	CANT.	P.U.	TOTAL
Adulto	20	4	80
Niños/adulto mayor	30	2	60
			140

A continuación, se muestra el detalle presupuestal en donde se puede observar la inversión inicial que incluye todos aquellos gastos realizados en el instante cero; es decir, al inicio del proyecto, estos se componen de los gastos en mobiliario y construcción, los cuales ascienden a S/. 34,790 nuevos soles.

Luego, se han introducido los dos tipos de ingresos ya mencionados líneas arriba (ingresos por venta de entradas e ingresos por pago de la municipalidad). Los pagos del estado, en este caso específico; de la municipalidad, son una práctica común en contratos de concesión, en donde el estado se compromete a pagar (invertir) en beneficio de la población permitiendo, a la vez, que la concesionaria gane o se dé un retorno del capital.

Posteriormente, están los egresos que incluyen: pago de planilla, pago de servicios, implementación de sala temporal (trimestral), elaboración de folletos (bimestral) y gastos por mantenimiento. Del mismo modo, la depreciación del mobiliario (en 3 años) y la construcción

(5 años) también se consideran como egresos y se prorratearán mensualmente tal como se muestra en la tabla.

Además no se ha considerado participación de trabajadores, pero si la tasa de impuesto a la renta que es igual a 28%.

Por otro lado, se ha utilizado una tasa de descuento igual al 20% anual (equivalente a 1.55% mensual). La razón fundamental de esta operación de descontar es una de las reglas básicas en las finanzas: el valor del dinero no es el mismo hoy que en el futuro.

Seguidamente las depreciaciones (antes restadas) se suman después de calcular la utilidad operativa después de impuestos (UODT) porque en realidad la pérdida de valor de los activos no representa un flujo en efectivo, entonces, para quitar el efecto del resultado es necesario aumentarlo, esto porque las depreciaciones no fueron una salida de efectivo, sino que esa salida ya sucedió cuando se realizó la inversión inicial.

Finalmente, realizando el flujo de fondos a 30 meses se aprecia que el VAN es mayor que cero, con lo cual se puede afirmar que el proyecto es económicamente viable. Además, el periodo de retorno es igual a 16 meses y 4 días.

	0	1	2	3	...	15	16	17	...	30
Inversión inicial										
Reinversiones										
Ingresos										
Ingresos (por ticket)		4,200.00	4,200.00	4,200.00		4,200.00	4,200.00	4,200.00		4,200.00
Pago de la Municipalidad		4,000.00	4,000.00	4,000.00		4,000.00	4,000.00	4,000.00		4,000.00
Egresos										
Planilla		-4,000.00	-4,000.00	-4,000.00		-4,000.00	-4,000.00	-4,000.00		-4,000.00
Pago de servicios		-720.00	-720.00	-720.00		-720.00	-720.00	-720.00		-720.00
Implementación sala temporal			-1,500.00			-1,500.00				-1,500.00
Follebs			-160.00			-160.00				-160.00
Gastos por mantenimiento			-100.00			-100.00				-100.00
Depreciación mobiliario		-826.11	-826.11	-826.11		-826.11	-826.11	-826.11		-826.11
Depreciación construcción		-84.17	-84.17	-84.17		-84.17	-84.17	-84.17		-84.17
Depreciación de la reinversión		0.00	0.00	0.00		0.00	0.00	0.00		0.00
UO		2,569.72	2,309.72	1,069.72		1,069.72	2,309.72	2,569.72		809.72
Participación de trabajadores (0%)		0.00	0.00	0.00		0.00	0.00	0.00		0.00
UOAT		2,569.72	2,309.72	1,069.72		1,069.72	2,309.72	2,569.72		809.72
Taxes (28%)		-719.52	-646.72	-299.52		-299.52	-646.72	-719.52		-226.72
UODT		1,850.20	1,663.00	770.20		770.20	1,663.00	1,850.20		583.00
Valor de rescate (cero)										
Depreciación mobiliario		826.11	826.11	826.11		826.11	826.11	826.11		826.11
Depreciación construcción		84.17	84.17	84.17		84.17	84.17	84.17		84.17
Depreciación de la reinversión										
FF		-34,790.00	2,760.48	2,573.28	1,660.48	1,680.48	2,573.28	2,760.48		1,493.28
Valores al 20% (1.55% mensual)		-34,790.00	2,719.68	2,497.78	1,607.07	1,344.13	2,027.82	2,143.19		955.34
Saldo a amortizar		-34,790.00	-32,070.32	-29,572.54	-27,965.47	...	-3,853.85	-1,826.03	317.17	20,756.73
VAN (20%)			20,756.73							
COMPROBACIÓN			20,756.73							
COMENTARIO			EL VAN ES MAYOR QUE CERO. EL PROYECTO ES VIABLE.							
PERIODO DE RETORNO		16	meses	4	días					

Fuentes de financiamiento:

Muchos de los casos de museos de ciudad trabajan con el apoyo de instituciones privadas y públicas como fundaciones o municipalidades locales respectivamente. No obstante, uno de los objetivos principales es que el museo pueda lograr solventarse a sí mismo con el transcurrir del tiempo.

Este proyecto que se ha venido describiendo a lo largo de tres capítulos requiere una inversión inicial de S/. 34,790.00. La primera fuente económica es la Municipalidad de Sullana (*sector público*), quien a la fecha viene solventando los gastos por honorarios de la dirección del museo. Sin embargo, como ya se ha mencionado, la ciudad está en constante crecimiento que ha permitido el posicionamiento de nuevas empresas, quienes deben buscar el desarrollo de la localidad, ya que a medida que esta logre resolver sus problemas sociales y fortalezca la identificación de sus ciudadanos habrá un crecimiento local que fomentará el turismo en la zona.

Para lograr la intervención del *sector privado* se propone un trabajo acorde a la Ley de Obras por Impuestos (Ley N° 29230 – Ley que impulsa la inversión pública regional y local con participación del sector privado), aprobada en el año 2008. Esta permite que la empresa privada ejecute obras y/o proyectos de inversión pública de impacto regional y local mediante los convenios ejercidos con los gobiernos regionales y locales. Dicha Ley se ampara en el artículo 37 del TUO de la Ley del Impuesto a la Renta en donde, entidades sin fines de lucro cuyo objetivo social "emprenda los siguientes fines: beneficencia, asistencia o *bienestar social, educación, culturales*, científicos, artísticos, literarios, deportivos, salud y patrimonio cultural indígena"⁴⁴, puedan deducir hasta un 10% de la renta neta de tercera categoría.

Este modelo de financiamiento ya ha sido replicado en varios puntos del país, uno de ellos es el caso del Proyecto de conservación de la Capilla Virgen Purificada de Canincunca – Cusco⁴⁵, el cual contemplaba la recuperación de varios espacios de la iglesia y cuyo

⁴⁴ Recuperado en febrero de 2017 de: http://aempresarial.com/web/revitem/1_7795_23587.pdf

⁴⁵ De la Puente Brunke, Juan Pablo: "Impuestos para la Conservación del Patrimonio Cultural". Gaceta Cultural N°48. Pág. 9.

monto asciende a la suma de 4'843,62'.10 soles. La nota fue publicada con el fin de dar a conocer este modelo de financiamiento que promueve el apoyo a actividades culturales que generan bienestar y desarrollo económico en las comunidades.

Finalmente, también se puede obtener financiación mediante la participación en convocatorias internaciones que otorgan un presupuesto al desarrollo de proyectos culturales de gran impacto. Un ejemplo de ello es Apexart, "que es una organización artística sin fines de lucro en el Bajo Manhattn, que ofrece oportunidades de comisarios independientes y artistas emergentes y establecidos, y retos sobre ideas de arte, su práctica y su curación⁴⁶". Actualmente, esta cuenta con el Programa de Franchise Exhibition (FEP) que proporciona un presupuesto de exposición de hasta \$10.000.

Hay que considerar que estas participaciones no solo se pueden realizar para la implementación inicial del proyecto, sino también para que con el transcurrir del tiempo se sigan planteando nuevas exposiciones que permitan la dinamización del museo y la constante participación del público.

Finalmente, hay que precisar que en cuanto al crecimiento de las colecciones (área fundamental de un museo) se incentivarán a través de las donaciones, lo cual se rige bajo lo estipulado en el código civil.

⁴⁶ Recuperado en febrero de 2017 de: <https://apexart.org/>.

Evaluación

Para comprobar el cumplimiento de los objetivos que se ha propuesto este proyecto se tomarán en cuenta las siguientes herramientas:

MÉTODOS	HERRAMIENTAS	UTILIDAD
Métodos cuantitativos y cualitativos	Encuestas	Permite conocer el grado de satisfacción de los visitantes a los eventos del museo
Métodos cuantitativos	Venta de Tickets	Permite conocer la afluencia de público al museo, la procedencia de los asistentes y conocer el impacto de los eventos organizados
	Libro de visitas	
	Público asistente a talleres o actividades	
Métodos cualitativos	Observación in situ	Brindará mayor detalle de las actitudes del público
	Buzón de sugerencias	Ayuda a tener mayor información sobre alguna queja o experiencia positiva / negativa que han experimentado los visitantes
	Herramientas digitales	

La información que se obtendrá se podrá trabajar estadísticamente y podrá contribuir a los primeros estudios de investigación del museo, a través de métodos cualitativos y cuantitativos se podrán ofrecer mejores productos para los ciudadanos y contribuir a la finalidad que persiguen los museos de ciudad.

En segundo lugar, se realizará una evaluación de la ejecución del cronograma de actividades para la implementación del proyecto, para ello se tomará en cuenta la siguiente matriz de evaluación, en la cual se registrará cada actividad según su fase prevista y responderá a tres ejes: indicadores de cumplimiento que indicarán si se ha concretado la actividad prevista en el tiempo planteado, la eficiencia con la que se ha hecho y su proceso de implementación que responde al ¿cómo se ha hecho? Esta información es indispensable para la elaboración del informe final que se entregará a la Municipalidad al término del trabajo.

MATRIZ DE EVALUACIÓN: Actividad propuesta			
Actividad propuesta	Indicadores de cumplimiento	Eficacia de la actividad	Proceso de implementación
...
...
...
...
...

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, un tercer elemento a evaluar es el personal que se ha elegido para trabajar dentro del museo, así como también el gestor cultural que se está preparando para la continuación de este proyecto. Esta evaluación implica el grado de conocimiento que el trabajador tiene de su puesto, de sus funciones, cuáles son las áreas de mejora que deben atenderse, cuál es su grado de compromiso con la finalidad que persigue el proyecto y con la comunidad.

CONCLUSIONES

1. La Provincia de Sullana enfrenta diversos problemas sociales – ya mencionados anteriormente – que deben darse a conocer a los ciudadanos porque forman parte de su historia actual, por lo tanto se requiere de la participación activa de la población para que a través de una institución cultural se logre un desarrollo local a través del empoderamiento y generación de identidad entre los pobladores y su territorio.
2. Urge un cambio actual del actual museo que tiene la ciudad; es decir, no solo se requiere un edificio que albergue colecciones, sino que es necesario salir que el museo abra sus puertas y que invite a los visitantes a recorrer por su ciudad, que sepan leer el espacio donde viven para que se reconozcan como parte de ella y para que vean al museo como un eje dinamizador de cultura en su región, que con su trabajo pretende generar desarrollo en la provincia.
3. Queda claro que con el surgimiento de la nueva museología lo que se busca es cambiar la visión tradicional de los museos, es un llamado a la renovación de estas instituciones para trabajar en una línea más ligada al fomento de la identidad de las comunidades, induciendo de esa manera el conocimiento de su patrimonio y de su territorio para así poder lograr un empoderamiento de los pobladores con su espacio vital.

4. La propuesta de poner en marcha un museo de ciudad conlleva una amplia innovación, significa romper la antigua estructura de trabajo que se ha venido observando por mucho tiempo. Sin embargo, es un cambio que se necesita con premura para poder acercar al ciudadano de paso, para que se conozca, para que se descubra y transmita el amplio valor que posee su tierra, y que a su vez dialoguen y sean agentes de un cambio social que promueva el desarrollo de su comunidad. En conclusión, IDENTIDAD y DESARROLLO es lo que propone este cambio de perspectiva.
5. El logro de esta propuesta dependerá del trabajo en conjunto de los agentes ejecutores y del sullanense. La interacción y comunicación entre ambos logrará un cambio en la ciudad y determinará el objetivo que persigue este proyecto: Desarrollo y fomento cultural en Sullana a través de un Museo de Ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

BELCHER, Michael, Organización y diseño de exposiciones - Su relación con el museo, España, agosto de 1994 y febrero de 1997. Ediciones Trea, S.L. pp.300.

Consejo Internacional de Museos (ICOM). Sitio web. http://archives.icom.museum/code2006_spa.pdf. Mayo, 2014.

“Conceptos claves de museología”. En ICOM. Sitio web.<http://icom.museum/normas-profesionales/conceptos-claves-de-museologia/L/1/>. Mayo, 2013.

“*El Nuevo mundo de la museología comunitaria*”. 23 Conferencia general del Consejo Internacional de Museos – ICOM. Sitio web. <http://www.icomrio2013.org.br/es/news/the-new-world-of-community-museology>. 07/06/2014.

FERNÁNDEZ, Luis Alonso, *Introducción a la nueva museología*, Madrid, 1999, 2002, 2003. Alianza Editorial, S.A. pp. 208.

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca, *Manual de museología*, España, setiembre de 1998. Editorial Síntesis, S.A. pp. 319.

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca, *El museo como espacio de comunicación*, España, febrero de 1998. Ediciones Trea, S.L. pp. 301.

- HERRERO, ALICIA. De Almacén a centro de conservación de colecciones. Digital. Revista del Comité Español de ICOM. España, N°3, 2012.
- HOOPER-GREENHILL, Eilean, *Los museos y sus visitantes*, España, febrero 1998. Ediciones Trea, S.L. pp. 200.
- KOTLER, Neil, KOTLER, Philip, *Estrategias y marketing de museos*, España, enero 2001. Editorial Ariel, S.A. - Barcelona. pp. 400.
- LEÓN, Aurora, *El museo: teoría, praxis y utopía*, Madrid, 2000. pp. 378.
- LLANOS, J. (2007). Administración de sueldos y salarios (1ra. Ed.). México.
- Ley No. 27972. Ley Orgánica de Municipalidades. Publicada en *El Peruano del 27 de mayo de 2003*.
- MAYORCA, D. & Araujo, P. (2011). El Plan de márketing (1ra. Ed.). Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- McCLEARY, John, CRESPO, Luis, *El cuidado de libros y documentos: manual práctico para su conservación y restauración*. Clan Editorial, 2001.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2014). *Procedencia de los huéspedes no residentes en el Perú que arribaron a los establecimientos de hospedaje*. Recuperado de http://www.minetur.gob.pe/turismo/ESTADISTICA/clasificados/no_residentes.asp?ano=2014&ubig=200601&c_depa=200000&t_depa=PIURA&t_prov=SULLANA&t_dist=SULLANA&grup=01&t_grup=ESTABLECIMIENTO%20DE%20HOSPEDAJE&cate=TT&t_cate=TODAS%20CONSOLIDADAS&clas=TT&t_clas=TODAS%20CONSOLIDADAS&mes=12&t_mes=DICIEMBRE. Pág. Visitada el día 06-04-2015.

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2012). *Personas afectadas por Violencia familiar y sexual atendidas en los Centros Emergencia Mujer; según grupos de edades y sexo de la víctima*. Recuperado de http://www.mimp.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=1405&Itemid=431

MOORE, Kevin, *La gestión del museo*, España, marzo de 1998. Ediciones Trea, S.L. pp. 433.

MOYA, Reynaldo, SEMINARIO O., Miguel, ZAPATA, Segundo, et alii, *Manuel, Guía provincial de Sullana*, Perú, 1991. Producciones cultura y pueblo – Sullana. pp. 146.

Museums of cities. CAMOC (ICOM). Sitio web:
<http://camoc.icom.museum/about/index.php>. 07/06/2014.

Museum of New York City. Sitio web:
<http://www.mcny.org/>. Agosto, 2016.

Museo de la ciudad de Rosario. Sitio web:
<http://www.museodelaciudad.gob.ar/>. Agosto, 2016.

Museo de la ciudad de Murcia. Sitio web:
<http://museodelaciudad.murcia.es/>. Agosto, 2016.

Museo de la ciudad de Calabozo. Sitio web:
<http://www.fmn.gob.ve/museos/museo-la-ciudad-calabozo>. Agosto, 2016.

Museo de la ciudad de Quito. Sitio web:
<http://www.fundacionmuseosquito.gob.ec/>. Agosto, 2016.

Museo de la ciudad de Buenos Aires. Sitio web:
<http://museos.buenosaires.gob.ar/ciudad.htm>. Enero, 2016.

Museo metropolitano de Lima. Sitio web:
<http://www.limacultura.pe/patrimonio/museo-metropolitano-de-lima>. Noviembre, 2015.

- Museo de Iquitos. Sitio web:
<http://puntoedu.pucp.edu.pe/noticias/museo-iquitos-abre-sus-puertas-con-apoyo-de-la-pucp/>. Agosto, 2015
- NAGEL VEGA, Lione (ed.), Manual de registro y documentación de bienes culturales. Fundación Getty, 2008.
- PACHECO, N. (2014). *Plan de desarrollo concertado actualizado al 2021*. Sullana: Municipalidad Provincial de Sullana.
- PAULSEN, H. & Paz - Soldán, M. (2013). *Guía para la formulación de planes de desarrollo concertado regional y local* (2da. ed.). Lima: CPLAN.
- SEMINARIO OJEDA, Miguel Arturo, *Historia de Sullana*, Perú, 1994. Maza Editores. pp.332.
- “Restauración hoy”. Revista de divulgación del Instituto colombiano de cultura. (5) Centro Nacional de Restauración. Santafé de Bogotá, noviembre, 1993.