

# PROYECTO DE DIFUSIÓN MUSEO PROVINCIAL DE SEGOVIA



MASTER EN MEDIACIÓN Y GESTIÓN DEL PATRIMONIO EN EUROPA  
UNED

Carlos Munilla Garrido

Índice:

1- PRESENTACIÓN.

2- BASES CONTEXTUALES.

- 2.1. Finalidad.
- 2.2. Dinámica territorial.
- 2.3. Dinámica sectorial.
- 2.4. Marco Jurídico.
- 2.5. Análisis interno.

3- DIAGNÓSTICO-PUNTO DE PARTIDA.

4- DEFINICIÓN DEL PROYECTO.

- 4.1. Destinatarios.
- 4.2. Contenido.
- 4.3. Objetivos.
  - 4.3.1. Objetivos generales.
  - 4.3.2. Objetivos específicos globales.
  - 4.3.3. Objetivos específicos del área de comunicación.
  - 4.3.4. Objetivos específicos del área de didáctica.
- 4.4. Líneas estratégicas.
- 4.5. Acciones.
  - 4.5.1. Acciones del área de comunicación.
  - 4.5.2. Acciones del área de didáctica.
    - 4.5.2.1. Actividades de educación formal.
    - 4.5.2.2. Actividades de educación no formal.
    - 4.5.2.3. Actividades culturales.
- 4.6. Modelo de gestión.

5- PRODUCCIÓN DEL PROYECTO.

- 5.1. Planificación de la producción del proyecto.
- 5.2. Organigrama.
- 5.3. Requisitos técnicos e infraestructurales.
- 5.4. Factores jurídicos.
- 5.5. Presupuesto

6- EVALUACIÓN.

ANEXOS.

### 1- PRESENTACIÓN

El presente proyecto constituye el trabajo final del II Master en Mediación y Gestión del Patrimonio en Europa (2005-2007) organizado por la UNED.

Tras conocer la realidad del Museo Provincial de Segovia como visitante, verificarla posteriormente durante las prácticas y contrastarla con el personal de la entidad, surge la propuesta de concretar un plan que intente paliar ciertas carencias existentes en el museo pese a la reciente apertura de sus puertas al público. Las citadas lagunas están motivadas en unos casos por la política seguida por la administración regional en la gestión de éste tipo de museos, y en otras por la inercia que este enfoque cultural crea en el seno de la propia institución expositora.

Asumida esta situación y como respuesta a ella se materializa éste proyecto que ha tenido en cuenta para su redacción los datos extraídos de las encuestas realizadas a los usuarios del museo cuya ordenación, recuento y análisis tuvo la oportunidad de realizar durante las prácticas de este master en el museo de Segovia.

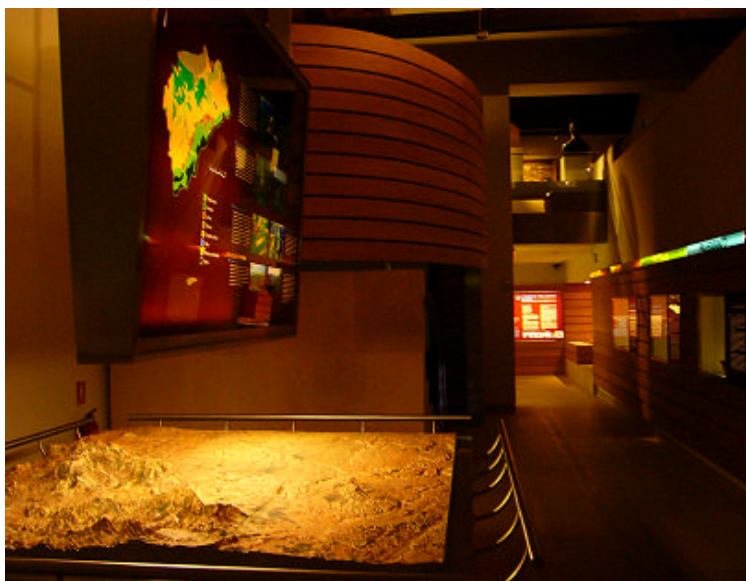
Por todo ello, y con el propósito de ayudar a reconducir las actuales circunstancias de la entidad se propone la puesta en marcha del siguiente plan de difusión.

### 2- BASES CONTEXTUALES

#### 2.1. Finalidad.

El proyecto de difusión del museo provincial de Segovia tiene como propósito dar a conocer a la sociedad segoviana la labor que el Museo desarrolla como custodio, conservador, investigador, expositor y difusor de los vestigios materiales dejados por los habitantes de estos territorios a lo largo de la historia y que conforman el corpus físico de lo que hoy es la identidad de los habitantes de esta zona. Así mismo pretende colaborar en convertir al Museo de Segovia en un referente cultural y educativo para la provincia e implantarse como alternativa dentro de la amplia oferta turística de la ciudad, con la singularidad que le confiere su colección.

#### 2.2. Dinámica territorial.



La provincia de Segovia, enmarcada en la comunidad de Castilla y León, posee una superficie de 6.949 km<sup>2</sup> y una altitud de 2.000 metros, que se extienden al norte del Sistema Central. Estas características físicas han marcado profundamente su devenir histórico tal y como se plasma en la primera sala del propio Museo de Segovia. La provincia cuenta con algo más de 147.000 habitantes repartidos entre unos 200 municipios que engloban pueblos y entidades menores.

Estos núcleos de población acogen numerosos monumentos cuando no es el conjunto de los mismos declarado como tal. En estas poblaciones podemos encontrar una oferta de más de veinte puntos visitables acondicionados al efecto bien como museos, aulas didácticas o centros de interpretación. Por otra parte también se celebran en varios de estos pueblos festivales de distinto tipo y manifestaciones culturales de gran interés.

La capital, Segovia, posee un amplio conjunto de monumentos destacables y por ello ha recibido diversos reconocimientos ya desde 1884 cuando el acueducto se declaró Monumento Histórico Artístico. Este título lo han recibido posteriormente otras construcciones como la torre de San Esteban, el monasterio del Parral, la iglesia de la Vera Cruz, el Alcázar, o el recinto amurallado. Así mismo en 1947 fue declarado Paraje Pintoresco el conjunto de las huertas y alamedas que rodean el casco histórico y también en 1985 la ciudad fue declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

El municipio cuenta con una gran oferta cultural para sus 55.000 habitantes. Podemos enumerar hasta ocho festivales estables de música, danza, títeres, narración, etc. Entre ellos se encuentran algunos con gran repercusión mediática y una programación de calidad como el FIS (Festival Internacional de Segovia) que este año ha celebrado su 32 edición y que destaca por su semana de la música de cámara y el ciclo de música joven. La ciudad atesora además unas veinte construcciones civiles merecedoras de ser visitadas, más de doce iglesias y ocho monasterios o conventos. Al mismo tiempo se puede disfrutar de nueve museos y otras tantas galerías de arte y centros expositivos, así como distintas rutas e itinerarios urbanos que permiten recrearse en sus paisajes culturales y parajes naturales.

El mapa cultural por lo tanto es dilatado y la oferta se corresponde con un mas que aceptable nivel de uso de la misma ya que los habitantes de la provincia responden muy positivamente ante cualquier iniciativa de calidad.

### 2.3. Dinámica sectorial.

Los museos han evolucionado mucho en las últimas décadas tanto en su gestión como en las funciones que desempeñan adquiriendo tareas nuevas que nada tienen que ver con aquellas para las que fueron concebidos en su momento, aunque conservando también éstas.

Hoy en día se tiene mucho más en cuenta a los visitantes y las exposiciones se convierten en espacios de comunicación más que en meros lugares de exhibición. La labor didáctica de los mismos es por lo tanto crucial.

No obstante este nuevo tipo de cometidos que se asignan a los museos, deben ser respaldados por la consiguiente aportación económica que precisan las actividades necesarias para cumplir con las nuevas tareas citadas.

El caso de los museos provinciales es especial. A su misión de acoger e investigar todas las piezas procedentes de la provincia en la cual se ubican, bien sean éstas resultado de su historia, o simplemente que hayan sido encontradas en su territorio administrativo, deben unir la de su papel de difusor y conservador de la cultura surgida como resultado de la producción y utilización de las piezas que atesora, cultura esta que cimienta el carácter del territorio al que está adscrito el museo.

Sin embargo las políticas culturales de administraciones como la Junta de Castilla y León que requieren estos nuevos cometidos<sup>1</sup>, no destinan las oportunas partidas

---

<sup>1</sup> Ley 10/1994, de 8 de julio, de museos de Castilla y León. “las instituciones o centros de carácter permanente, abiertos al público, que reúnen, conservan, ordenan, documentan, investigan, difunden y exhiben de forma científica, didáctica y estética conjuntos y colecciones de valor histórico, artístico, científico, técnico o de cualquier otra naturaleza cultural, para fines de estudio, educación o

presupuestarias para poder llevar acabo sus propias exigencias, concentrando el esfuerzo económico habitualmente en exposiciones temporales como “Celtíberos”, “Vavceos”, etc, o en museos monotemáticos como en esta comunidad puedan ser el MUSAC o el Museo Etnográfico de Cstilla y León.

Por ello, la propia administración regional obliga a los pequeños museos provinciales como el de Segovia a reducir al mínimo sus posibles actividades y ante la falta de personal especializado para atender áreas nuevas como la pedagogía o la comunicación deben centrarse en cometidos prioritarios como es la conservación.

### 2.4.Marco jurídico.

La institución museística que analizamos está regida por la normativa de museos de la Comunidad Autónoma de Castilla y León, administración que gestiona este museo provincial. En el siguiente marco legal quedan recogidos los planteamientos conceptuales y la definición no sólo de este sino de todos los museos provinciales de la comunidad:

- Ley 10/1994, de 8 de julio, de Museos de Castilla y León (BOCyL nº 135, de 13/07/1994).
- Decreto 222/1994, de 6 de octubre, por el que se regula la composición y organización del Consejo de Museos de Castilla y León (BOCyL, nº 197, de 11/10/1994).
- Decreto 245/1995, de 30 de noviembre, por el que se regula la aceptación de fondos a título gratuito en los museos gestionados por la Comunidad de Castilla y León (BOCyL nº 232, de 04/12/1995).
- Decreto 13/1997, de 30 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo parcial de la Ley de Museos de Castilla y León (BOCyL nº 23, de 04/02/1997).
- Orden de 13 de diciembre de 2002, de la Consejería de Educación y Cultura, por la que se establece el horario de apertura al público de los Museos de Titularidad Estatal gestionados por la Comunidad de Castilla y León (BOCyL nº 251, de 31/12/2002).
- Resolución de 9 de junio de 1986 de la Secretaría General Técnica, por le que se da publicidad al Convenio entre el Ministerio de Cultura y la Comunidad Autónoma de Castilla y León sobre gestión de Museos y Archivos de titularidad estatal (BOCyL nº 78, de 14/07/1986).
- Acuerdo 64/2003, de 15 de mayo, de la Junta de Castilla y León, por el que se aprueba el Plan de Actuación en Museos de Castilla y León (BOCyL nº 95, de 21/05/2003).

---

contemplación”. Así mismo añade que los museos dependientes de la Comunidad Autónoma deberán tener el personal especializado necesario “ para atender las siguientes tareas: a) Ordenación, catalogación y documentación de fondos, b) Conservación y restauración de sus colecciones y de otros bienes culturales que les fueran encomendados, c) Divulgación y difusión, especialmente en su vertiente educativa, d) Administración y gestión”.

### 2.5. Análisis interno.

El Museo Provincial de Segovia abrió sus puertas en el mes de Julio de 2006 después de muchos años de obras y reformas en el edificio que ahora ocupa, la antigua “Casa del Sol”, y que fue cedido por el Ayuntamiento de Segovia al estado en el año 1980.

Esta es la primera vez que el Museo posee un edificio propio y éste ha sufrido muchas modificaciones hasta poder adecuarlo a su función. Es por tanto un edificio con las limitaciones de espacio que obliga su estructura antigua, pero con la distribución interior surgida de las reformas que los arquitectos han realizado para adecuarlo a la función museística.

Dado el carácter de museo provincial el marco temático de su exposición es la historia de la provincia de Segovia; el marco cronológico el marcado por los vestigios materiales hallados en la provincia o incluso la explicación de los periodos de los que no se conserven evidencias físicas; y el marco geográfico el que delimita la propia unidad administrativa provincial.

#### *Historia*

En origen la Casa del Sol hubo de ser fortificación ya que sus muros son las murallas de la ciudad y era antiguamente conocida como “El Espolón”, aunque no exista constancia escrita sobre ello. De hecho, las primeras noticias documentales no aparecen hasta Enrique IV, quien en 1.452 construye un matadero en la Judería, barrio donde se ubica aquella. Más adelante, las citas vuelven a indicar que las carnicerías seguían en uso y el matadero, la “Casa del Sol”, es arrendado por el ayuntamiento en 1.542.



El consistorio efectúa la cesión de la Casa del Sol al Estado el 27 de marzo de 1.980. La aceptación ministerial se comunica el 19 de junio del mismo año y se confirma en 1994. Posteriormente se realizaron obras entre 1.986 y 1.989 que remodelaron completamente el inmueble exceptuando parte del muro oeste del patio y las murallas que conforman el perímetro de la construcción. Después de esas obras se acometieron otras fases con reformas de menor entidad como impermeabilizaciones, cerramiento del patio y distribución de la zona de uso interno. Finalmente fueron necesarias unas nuevas obras generales realizadas entre los años 2.000 y 2.003, que terminaron en la configuración actual.

La edificación se distribuye en dos alturas y sótano en torno al patio central acristalado y de planta trapezoidal, en estas dos plantas de cada ala del edificio se ha realizado la instalación de los fondos. Además puede indicarse que se han incluido para su visita por el público dos de los cubos de la muralla del conjunto desde donde se observan unas excelentes panorámicas de la ciudad.

### *Recursos humanos.*

La dotación de personal depende directamente de los servicios centrales de la Comunidad Autónoma y está distribuida de la siguiente manera: 24 subalternos vigilantes, un auxiliar administrativo, un auxiliar de biblioteca, una restauradora de arqueología, un conservador y un conservador-director.

### *Colección.*

En el museo se encuentran depositadas cerca de 1.200 piezas sobre bellas artes (escultura, pintura, artes decorativas, textiles, etc.), 1.500 etnológicas y 50.000 piezas arqueológicas, lo que viene a sumar un total de unas 52.600 piezas, de las que 1.450 están expuestas actualmente. Así mismo, posee una biblioteca con 10.500 volúmenes a disposición de investigadores y especialistas con los contenidos imprescindibles para el estudio de temas relacionados con los materiales asociados a la propia colección, además de otros de carácter general de arqueología, bellas artes, etnología, restauración, museología y temas locales segovianos.



### *Análisis de potencialidades*

Como puntos fuertes y atendiendo a un enfoque estructural podemos contemplar la utilización de unas instalaciones totalmente reformadas que conjugan espacios totalmente nuevos con otros que conservan estructuras del edificio primitivo como pueden ser segmentos de la muralla de la ciudad o la utilización de partes del adarve y almenas de la misma. Esta distribución confiere al museo un interesante carácter moderno a la vez que respetuoso con el patrimonio.

Desde el punto de vista didáctico, debemos anotar la existencia de una exposición de reciente inauguración donde se exhiben algunas piezas y colecciones de gran valor aunque con un discurso expositivo nada innovador y manifiestamente mejorable encuanto a intención pedagógica e interactividad con la muestra.

Sumaremos como potencialidad el excelente espacio con que cuenta el museo para la biblioteca y los fondos que en ella se amparan.

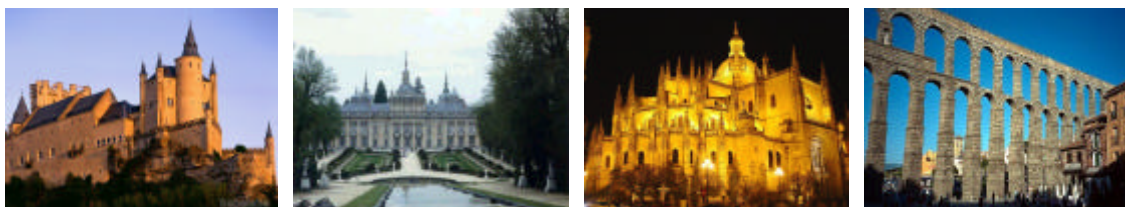
Por otra parte, la situación física del museo hace que sea éste uno de sus puntos fuertes más a tener en cuenta ya que está situado en pleno casco antiguo a escasos metros del Alcázar y la catedral, dos de los monumentos más visitados de la ciudad.



Como puntos débiles más destacables debemos señalar la falta de plantilla para atender tareas como las guías, la comunicación o la didáctica. Así mismo es destacable lo poco conocido que es el museo para los propios habitantes de Segovia y por supuesto lo desapercibido que pasa para los visitantes de la ciudad, reconociendo también los escasos esfuerzos realizados para paliar esta deficiencia, limitándose estos al envío de folletos a lugares turísticos o al ofrecimiento de visitas a colegios.

### 3- DIAGNÓSTICO-PUNTO DE PARTIDA

La ciudad de Segovia es eminentemente turística y posee algunos enclaves únicos en España que hacen de ella una de las capitales más visitadas. El Museo Provincial debe pugnar por un espacio en el circuito local, como entidad cultural y punto turístico, con museos como el Museo Esteban Vicente, Museo del Alcázar, Museo del Centro Nacional del Vidrio de La Granja de San Ildefonso o el Museo Zuloaga (éste último, dependiente del propio Museo de Segovia), sin olvidar otros monumentos emblemáticos de la ciudad como el acueducto romano, el Alcázar o la catedral.



Hacerse un hueco en esta oferta es empresa un tanto difícil máxime cuando los esfuerzos publicitarios o innovadores no son muchos desde la propia institución por las limitaciones administrativas ya comentadas propias de su carácter como museo provincial.

No obstante quiero señalar que si bien la filosofía de todos los museos provinciales es la misma, la aplicación de ésta en el discurso expositivo o en las actividades que lo rodean puede variar en cada uno de ellos enriqueciendo la oferta global de los mismos y



mejorando las prestaciones individuales. La búsqueda de un planteamiento conceptual individualizado, no debe estar reñida con seguir las directrices marcadas por la entidad que gestiona el Museo. Para ello, el Museo Provincial de Segovia precisa la puesta en marcha de un Plan de Difusión y Comunicación, un punto clave a mí entender en los momentos que vive la museología.

Este método se me antoja imprescindible para intentar dar vida a un museo que pese a la reciente apertura de su exposición, no está inmerso en las nuevas tendencias museológicas, presentando un concepto de gestión desfasado que no apuesta por atraer a los visitantes hacia él con todas las posibilidades que tiene a su alcance, tanto publicitarias, como de ocio, pedagógicas o culturales. Y no apostando como debería por convertirse en el referente cultural e identitario de todos los segovianos, principalmente cuando a día de hoy la inmensa mayoría de ellos desconoce no ya su ubicación sino hasta su existencia.

No obstante debemos tener en cuenta y señalar que para llevar a cabo este propósito primeramente se debería subsanar una deficiencia importante como es la citada falta de personal cualificado para abordar estas áreas, parcela ésta de la que es última responsable la administración.

Dejando aparte estas consideraciones debo apuntar que el museo posee, como ya se ha señalado en los puntos fuertes, unas buenas instalaciones, una exposición permanente de reciente montaje con cierto atractivo, una ubicación privilegiada, y realiza una buena labor como custodio y conservador. Esto es sin duda un buen punto de partida para una necesaria evolución que lleve al museo a apostar por una gestión que prime el “llamar” y “atraer” a sus visitantes y que no se conforme sólo con esperarlos.

A la vista del análisis inicial realizado, el museo precisa un proyecto que abarque áreas diversas pero donde todas ellas dirijan sus esfuerzos hacia la difusión del propio museo y sus colecciones. No obstante, será preciso para la realización del mismo la búsqueda de fondos ajenos a la institución dadas las políticas administrativas ya mencionadas, y la creación de una estructura jurídica que reciba parte de esos fondos y canalice las actividades que la legislación cultural no permita al museo.

## 4- DEFINICIÓN DEL PROYECTO

### 4.1. Destinatarios.

Son objetivo prioritario de este proyecto los habitantes de la ciudad y provincia de Segovia y en un segundo término los visitantes ocasionales y turistas culturales que acoge la capital.

Estableceremos tres grupos de destinatarios atendiendo por un lado a la edad y por otro a características sociales tales como su procedencia geográfica o hábitos sociales de tiempo libre. De esta forma surgen tres grupos de público:

- Personas mayores de dieciséis años nacidos o habitantes en la provincia de Segovia.
- Niños y jóvenes menores de dieciséis años que estudian en la provincia de Segovia.
- Personas de cualquier edad y nacionalidad ajenas a la cultura e historia de la provincia de Segovia.

Debo señalar que esta división se realiza como medio para facilitar la concreción y el diseño de actividades. El perfil para delimitar estos tres tipos de posibles usuarios de la oferta cultural se ha extraído del estudio de las encuestas del museo, sin embargo

cualquier persona como potencial visitante de la exposición será objetivo de todos los esfuerzos de comunicación que este proyecto contiene.

### 4.2.Contenido.

El proyecto se divide en dos grandes ejes de difusión, por un lado la comunicación basada en la publicidad directa e indirecta, y por otro la didáctica centrada en la mediación entre el museo y el público. Estas dos líneas de trabajo hacen necesaria la creación de dos áreas ejecutivas bien definidas y diferenciadas por sus contenidos tal y como se especifica a continuación:

*El área de comunicación* se plasmará en la creación de un gabinete de comunicación con los cometidos que ahora se detallan:

- Elaboración de un plan de comunicación.
- Elección de una empresa de diseño gráfico y supervisión de la creación de la imagen corporativa.
- Encargar y supervisar la creación de los medios publicitarios elegidos (páginas Web, audiovisual, trípticos, carteles...).
- Señalización exterior del museo.
- Gestionar la relación con los medios de comunicación.
- Presentaciones y ruedas de prensa.
- Apertura de la tienda del museo.
- Organización de jornadas de puertas abiertas.
- Publicitar las actividades del proyecto.
- Proporcionar información del museo, la AAMS o el proyecto a cualquier medio de comunicación o persona que se interese por ellos.
- Mediar en la relación con cualquier entidad con la que se colabore.

Se debe tener muy presente que el proyecto debe buscar una imagen atrayente y llamativa pero alejada de rebuscamientos, prevaleciendo un perfil centrado en estimular las vivencias personales del usuario con el museo. Deberemos cuidar especialmente la relación con los siguientes agentes: tercera edad, asociaciones, entidades culturales, entidades financieras, universidades y centros escolares.

*El área de didáctica* se concretará en la creación de un departamento de didáctica donde se diseñarán y elaborarán todas las tareas de propagación cultural que incluyan actividades con público. Este departamento tiene como función principal servir de nexo entre el museo y el público mediando entre la pieza y el observador.

Para cumplir con su labor deberá tener muy en cuenta la secuencia educativa de procedimientos hacia la sensibilización: conocer, comprender, respetar, valorar, cuidar, disfrutar y transmitir<sup>2</sup>.

La temática sobre la que van a girar todas las actividades didácticas del proyecto es la función de los museos provinciales y la historia de la provincia de Segovia.

---

<sup>2</sup> . “...la valoración es el procedimiento clave que, una vez conseguido, da lugar a la sensibilización. Los procedimientos anteriores -conocer, comprender, respetar- son fundamentales en tanto que antecedentes de la valoración, pero también se relacionan directamente con la sensibilización. De manera que el conocimiento puede conducir directamente a la sensibilización, lo mismo que la comprensión, pero es la introducción de una actitud específica -el respeto- , lo que implica una sensibilización además de conceptual, actitudinal.”

FONTAL, O. (2003): “La Educación Patrimonial”,Gijón: Trea, pp. 208-209.

El plan didáctico prioriza el dar cabida dentro de sus acciones a la mayor diversidad posible de colectivos y personas, pero teniendo en cuenta las inquietudes de los tres grupos de públicos objetivos que hemos determinado. Para abarcar este amplio frente de manera eficaz crearemos tres conjuntos diferentes de actividades.

- Actividades de educación formal: destinadas a escolares y que obviamente están restringidas a estos y elaboradas específicamente para cada grupo de edad. De esta forma los estudiantes trabajarán las funciones que desempeñan los museos y se acercarán a los diferentes periodos históricos trabajados en sus cursos académicos desde la óptica de la exposición, poniendo así en relación directa las actividades del museo con el currículo ordinario.
- Actividades de educación no formal: destinadas a todo tipo de público donde se podrá elegir entre visitas guiadas a la exposición del museo, talleres diversos, e itinerarios combinados en los que trataremos el estudio de periodos concretos de la historia que comenzarán en el museo y se complementarán con rutas por la ciudad o la provincia acudiendo a los monumentos más representativos de las épocas elegidas.
- Actividades culturales: incluiremos aquí todo tipo de iniciativas culturales que persigan ahondar en alguna disciplina sin salirse del ámbito cultural del museo, tales como exposiciones temporales, conferencias, proyecciones, conciertos, seminarios, etc.

### 4.3. Objetivos.

#### 4.3.1. Objetivos generales:

- Descubrir a la sociedad segoviana el Museo provincial y sus colecciones.
- Dar a conocer las funciones del Museo de Segovia.
- Situar al Museo dentro de la oferta cultural que la ciudad ofrece a los visitantes.
- Sensibilizar a la sociedad sobre la importancia de la conservación del patrimonio.
- Utilizar las instalaciones y la exposición del Museo como herramienta didáctica para enseñar la historia de Segovia.
- Conseguir que el Museo sea reconocido como un referente cultural de la ciudad.
- Presentar el museo como un espacio cultural de los segovianos utilizando o poniendo a disposición de las entidades culturales todas las zonas adecuadas y disponibles en el museo para la celebración de eventos.

#### 4.3.2. Objetivos específicos globales:

- Fundar la Asociación de Amigos del Museo de Segovia.
- Coligar la Asociación de Amigos del museo de Segovia con una entidad pública o privada que de soporte económico a la Asociación y por ende al proyecto.
- Crear las áreas internas al proyecto necesarias para facilitar su ejecución.
- Incrementar el número de visitantes segovianos al Museo.

- Incrementar el número de visitantes foráneos al Museo.
- Aprovechar los recursos on line como medio para llegar a un mayor número de personas tanto desde el punto de vista de la difusión como desde el punto de vista didáctico.
- Ofertar los servicios del museo a colectivos de distintos signos sociales y culturales tales como escolares, universitarios, tercera edad, asociaciones, clubes, centros formativos, investigadores, etc.

### 4.3.3. Objetivos específicos del área de comunicación.

- Crear una imagen corporativa para el museo, el proyecto y la AAMS.
- Elaborar la página web del Museo.
- Adquirir diferentes objetos de merchandising para la tienda del museo.
- Obtener textos relacionados con la temática del museo, la ciudad y la provincia para la tienda del museo.
- Poner en funcionamiento la tienda del museo
- Realizar una campaña de marketing en los medios provinciales del Museo.
- Realizar jornadas de puertas abiertas en fechas festivas de la provincia.
- Utilizar los medios de comunicación o la publicidad directa para dar a conocer todas y cada una de las actividades que organice o en las que colabore el museo.
- Elaborar trípticos, folletos, programas de mano, carteles o cualquier otro material fungible para la divulgación del museo, sus fondos y las actividades que organice.
- Elaborar encuestas para los visitantes del museo y para los participantes en las actividades del proyecto.

### 4.3.4. Objetivos específicos del área de didáctica.

- Impulsar el montaje de una exposición temporal sobre las funciones del Museo Provincial.
- Realizar talleres en periodo escolar para niños de primaria y secundaria.
- Hacer distintos talleres en periodos vacacionales para niños con edades comprendidas entre los cinco y los diez años.
- Organizar visitas guiadas para grupos y colectivos de distinto tipo.
- Elaborar talleres para adultos, familias y personas de la tercera edad.
- Organizar conferencias, seminarios, etc. con temáticas culturales segovianas o relacionados con cualquiera de los fondos existentes en el museo.
- Publicar estudios sobre temáticas relacionadas con los fondos de museo.
- Elaborar encuestas para los visitantes del museo y para los participantes en las actividades del proyecto.

### 4.4. Líneas Estratégicas.

Para poder ejecutar el proyecto y cumplir los objetivos expuestos es crucial la fundación de una estructura jurídica estable, ajena a la administración y dependiente en alguna medida del museo. Así se debe constituir la Asociación de Amigos del Museo de Segovia, una entidad cultural sin ánimo de lucro<sup>3</sup> que debe ser impulsada desde el propio museo y controlada por él para gestionar el proyecto complementando su labor y sirviendo como base para la organización de todas las actividades que el museo no alcance a realizar de manera unilateral.

Una vez creada la asociación debemos materializar los departamentos de didáctica y comunicación, sería deseable que estas secciones formaran parte directa del propio museo aunque no fueran sufragadas con fondos de la administración, no obstante si esto no fuera posible pasarían a depender automáticamente de la AAMS. Para su puesta en marcha debemos de obtener fondos, por lo que es imprescindible contar con alguna de las distintas entidades públicas o privadas de la provincia que apoyan la cultura de manera decidida y que son las que posibilitan la activa vida cultural que vive la ciudad.

### 4.5. Acciones.

Los cometidos de los dos ejes de difusión del proyecto se concretarán en las siguientes acciones:

#### 4.5.1. Acciones del área de comunicación.

- *Elaboración de un plan de comunicación.* La primera acción del gabinete de comunicación debe ser la elaboración de un plan de comunicación conjuntamente con el equipo directivo del proyecto definiendo la política general de comunicación.

- *Elección de una empresa de diseño gráfico.* La imagen corporativa es un punto muy importante para el éxito del proyecto por ello debemos elegir bien la empresa con la vamos a trabajar teniendo en cuenta que nuestra relación con ella va a ser frecuente para crear todos los diseños posteriores de publicidad para nuestras actividades.

- *Elección de logotipo e imagen corporativa.* Aunque el gabinete no es el responsable de realizar el logotipo si lo es de elegir entre las opciones que se le presenten además de orientar al diseñador hacia la imagen que buscamos. Se deberá valorar la creación de varios logotipos, uno para el museo, otro para la AAMS y quizá otro para el proyecto por si surgiera la necesidad en algún momento de delimitar funciones. No obstante en este caso, los tres logotipos deben tener una línea gráfica común donde se perciba su complementariedad ya que este es el espíritu del proyecto.

- *Creación de una página Web del museo y la AAMS.* Puede ser que la misma empresa que nos crea la imagen corporativa nos realice también las páginas web si es así ganaremos tiempo y quizá dinero. Si no lo es debemos

---

<sup>3</sup> Tal y como fueron definidas ya en 1972 en el I Congreso Internacional de Amigos de los Museos.

procurar que las páginas realizadas por otras empresas respeten la imagen corporativa elegida.

La página web del museo debe ser informativa y didáctica, es decir no debemos conformarnos con una página donde nos informen de actividades y piezas existentes en el museo. Hay que procurar la interactividad en la medida de lo posible tanto desde el punto de vista pedagógico como desde el punto de vista comercial. Así sería deseable que la página contara con las funciones necesarias para realizar las siguientes acciones.

- Acceso y descarga de información de todas las piezas existentes.
- Consulta de los textos disponibles.
- Visita virtual por algunas de las salas más representativas.
- Juegos interactivos relacionados con los talleres.
- Actividades de motivación para desarrollar previamente a las visitas.
- Compra de los objetos de la tienda.
- Descarga de salvapantallas.
- Sería conveniente así mismo disponer de un gestor de contenidos para poder actualizar la página sin depender de ninguna empresa.

La página web de la AAMS no es preciso que sea tan completa como la del museo ya que su tarea es la complementar a este, en este sentido sería suficiente con una página informativa sobre la asociación y sus actividades remitiendo a la web del museo para todo tipo de consultas relacionadas con él.

- *Audiovisual.* Puede ser interesante, si el presupuesto nos lo permite, contar con un audiovisual promocional del museo y sus actividades. Este soporte abre muchas posibilidades de difusión tanto en los medios, como en la web o en cualquier foro en el que podamos participar.

- *Otros medios de difusión (carteles, folletos, publicaciones, etc.)* Si la propia empresa de diseño no trabaja con una imprenta necesitaremos elegir una que se haga cargo de este punto ya que a lo largo del proyecto serán numerosos los elementos de este tipo que precisaremos.



- *Señalización exterior del museo.* Es una acción prioritaria ya que el museo no está señalizado ni exteriormente ni en la ciudad a excepción del letrero de su fachada. Debo señalar además, que esta era una sugerencia muy reiterada en las encuestas rellenas por los visitantes y que tuve la ocasión de analizar durante mis prácticas. De nada sirve publicitar un lugar si después es imposible encontrarlo.

- *Gestionar la relación con los medios.* El gabinete de comunicación es el responsable de que la imagen del proyecto sea buena y para ello es preciso comenzar por crear esa imagen ante los medios en el trato con ellos, por ello una de las acciones del gabinete debe ser la de posibilitar a estos toda la información necesaria que posteriormente pueda facilitar su trabajo.

- *Presentación a los medios de la AAMS.* Es importante dar a conocer la creación de una nueva asociación cultural en la ciudad y los objetivos de la misma. Si se decide hacer esta presentación por medio de una rueda de prensa esta se realizará en el museo.

- *Presentación a los medios del proyecto.* Es crucial para dar a conocer nuestros objetivos y que sea conocido el proyecto, convocar una rueda prensa y presentarnos a los ciudadanos.

- *Apertura de la tienda del museo.* El espacio destinado a tienda existe desde la inauguración del museo aunque nunca se ha empleado como tal. Está por lo tanto acondicionado al efecto y no precisa ninguna remodelación, simplemente hay que darle contenido con los materiales de merchandising habituales portando la imagen del museo, y las publicaciones que en algunos casos ya se poseen.

- *Jornada de puertas abiertas.* Para dar a conocer el museo de primera mano es importante realizar jornadas de puertas abiertas al menos una vez al año. En ellas además de visitar la exposición se enseñarán el resto de dependencias habitualmente vedadas al gran público y que presentan un gran atractivo como la biblioteca, la sala de restauración o el almacén donde se pueden contemplar las piezas no expuestas. Así mismo aprovecharemos para explicar las distintas labores que realiza el museo, aparte de la expositiva, y los diferentes profesionales que se ocupan de ello. A estas jornadas deben estar invitados los medios de comunicación.

- *Publicitar las actividades del departamento de didáctica.* Una vez realizadas todas las actividades mencionadas destinadas al primer impacto mediático que nos asegure que el público conoce nuestra existencia, el gabinete debe centrar su atención en dar a conocer las diferentes actividades culturales y pedagógicas que se diseñen. Estas dejando a un lado su principal objetivo de difusión cultural y didáctica, deben ser aprovechadas por este gabinete para reforzar la labor publicitaria.

- *Proporcionar información del museo, la AAMS o el proyecto a cualquier medio de comunicación o persona que se interese por ello.* Para ello deberá elaborar diferentes dossiers informativos teniendo muy en cuenta los destinatarios de los mismos.

- *Mediar en la relación con cualquier entidad con la que se colabore o proyecto en el que se participe.* Uno de los objetivos de este proyecto es convertir al museo en un referente cultural de la ciudad, para ello no sólo se deben organizar actividades sino también participar o colaborar con otras

entidades culturales y a la vez darlo a conocer, de esta forma trabajaremos por asociar nuestra imagen con la cultura local.

- *Elaborar una encuesta para los visitantes del museo y participantes en las actividades didácticas.* Se realizará en colaboración con el área de didáctica diseñándola con el objetivo de que aporte información para la evaluación anual del proyecto.

### 4.5.2. Acciones del área de didáctica.

Todas las acciones del área de didáctica son actividades relacionadas con el público y dirigidas en exclusiva a él, bien sea directamente o a través de la web o las publicaciones pedagógicas.

4.5.2.1. Actividades de Educación Formal. Este tipo de actividades van dirigidas exclusivamente a niños y jóvenes en edad escolar obligatoria. Trabajaremos la sensibilización hacia el patrimonio a través de cinco talleres diseñados de manera secuencial de tal forma que un alumno pueda pasar por todos ellos a lo largo de su formación básica, de esta manera abordaremos lo que es un museo, que funciones cumple y después pasaremos al estudio de la historia de la provincia de Segovia a través de su colección:

- “El museo viajero”. Es una actividad de motivación previa a la visita al museo donde el personal del área de didáctica se desplaza hasta los centros para realizar el trabajo de intentar implicar a los alumnos en los talleres a través de la interacción con reproducciones y recreaciones. Este trabajo se diseñará para, teniendo en cuenta las características de los alumnos, realizarlo anteriormente a los cinco talleres.

- “La casa de las cosas antiguas”. Dirigido a alumnos de primer ciclo de primaria (segundo) donde trataremos las funciones del museo, su utilidad y el porque de su forma de trabajo.

- “Los objetos hablan”. Diseñado para alumnos de segundo ciclo de primaria (cuarto), aprenderán a restaurar objetos arqueológicos y a entender como los arqueólogos descifran la historia a través de ellos.

- “De la Peña de Esbanela al Alcázar pasando por el acueducto”. Los alumnos de tercer ciclo de primaria (sexto) realizaran un breve recorrido histórico desde los primeros pobladores hasta la Edad Media con la ayuda de las piezas de la exposición.

- “La historia de Segovia es mi historia”. Los alumnos de primer ciclo de secundaria (segundo), repasarán la historia de la provincia de Segovia a través de la exposición permanente.

- “Antiguas industrias”. Alumnos de segundo ciclo de secundaria (cuarto) conocerán las antiguas industrias que se crearon en Segovia tales como las fábricas de vidrio, los aserraderos, las fábricas de moneda, la industria pañera, el martinete o los molinos.

### 4.5.2.2. Actividades de Educación No Formal.

- Exposición temporal sobre las funciones de los museos provinciales.

- “Los cacharros de los abuelos”. Taller etnográfico de verano para niños donde conocerán como vivían sus abuelos y que objetos utilizaban. Se realizará



contando con la colaboración de los hogares de la tercera edad de la provincia, estos colectivos contarán de primera mano la utilidad de estos objetos a los niños.

- Taller de escultura. Para todos los públicos, aprovechando la excelente colección de este tipo de arte existente en el museo.

- “Esos cacharros tan útiles”. Taller para colectivos de la tercera edad donde se recordarán los usos de antiguos útiles hoy en día ya en desuso.

- Itinerarios combinados que comenzarán en el museo y posteriormente continuaran en los monumentos más representativos de cada época. Los itinerarios ofertados corresponderán con los vestigios más significativos de los momentos culturales y sociales que mayor huella han dejado en Segovia, así ofertaremos la prehistoria con la visita de diversos yacimientos de la provincia, la época romana y el periodo de mayor esplendor cultural y económico de Segovia, los siglos XV al XVIII, relacionados con la Mesta, los Trastámara y los Reyes Católicos, la industria pañera y las construcciones reales de Austrias y Borbones.

- Taller de arqueología: “Del yacimiento a la exposición”. Taller de verano para niños con edades comprendidas entre nueve y once años. No podemos olvidar que más del 95% de las piezas que atesora el museo son de arqueología. El objetivo de este taller es sensibilizar a los niños sobre esta disciplina a la par que hacerles conocedores del proceso que sufre una pieza desde que es hallada en el yacimiento hasta que llega a la vitrina o el almacén del museo en el que se conserva.

4.5.2.3. Actividades Culturales, realizadas de manera puntual y con el objetivo de aportar algo no sólo a sus participantes sino también al ámbito científico-cultural.

- Ciclos de conferencias sobre temáticas recogidas en los fondos del museo.

- Proyección de documentales y películas históricas con posteriores mesas redondas para tratar sobre la base histórica de las mismas y el papel de estos medios en la difusión de la cultura. En colaboración con el cineclub Studio.

- Seminarios.

- Cursos.

- Organización de certámenes y conciertos.

### 4.6. Modelo de gestión.

Tras lo expuesto hasta aquí queda claro que el modelo de gestión debe ser delegada o mixta, compartiendo la responsabilidad las entidades que participen en el proyecto pero aclarando que cada una de ellas tiene una función específica e inequívoca por la que forma parte del proyecto. Así el museo debe tomar la función directora, la AAMS la función ejecutiva y entidades colaboradoras públicas o privadas la de la financiación.

## 5- PRODUCCIÓN DEL PROYECTO

A lo largo de este texto ya se han señalado las acciones a realizar y además estas han ido apareciendo de manera cronológica para que su realización sea posible ya que en muchos casos el montaje de unas depende de la realización previa de otras. No obstante y dado que este proyecto necesitará para su puesta en marcha un mínimo de un año de tiempo y que los primeros meses serán de marcada actividad, será de gran ayuda el

## Proyecto de difusión del Museo Provincial de Segovia

siguiente cronograma donde se ponen en relación las tareas a realizar con el tiempo necesario para llevarlas a cabo.

### 5.1. Planificación de la producción del proyecto.

TAREA	ORDEN	RESPONSABLE	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Búsqueda entidad patrocinadora	1	Dirección												
Selección de personal	2	Dirección												
Creación áreas	3	Dirección												
Creación AAMS	4	Equipo directivo												
Imagen corporativa	5	Área comunicación												
Plan de comunicación	7	Área comunicación												
Presentación AAMS	7	Área comunicación												
Presentación proyecto medios	8	Área comunicación												
Actividades con público	8	Área didáctica												
Seguimiento del proyecto	9	Equipo directivo												

### 5.2. Organigrama.

*Dirección del proyecto* - Director del museo de Segovia.

*Subdirección del proyecto* - Conservador del museo de Segovia.

*Coordinador General* - Persona externa al museo con el perfil adecuado y dedicación exclusiva.

*Área de comunicación* - Una persona con estudios de periodismo y marketing.

*Área de didáctica* - Una persona con formación pedagógica y cultural. Puntualmente se contrataran monitores para los diferentes talleres.

*Equipo directivo* - Estará formado por: director, subdirector, coordinador general, responsable de comunicación, responsable de didáctica.

*Responsable de infraestructuras* - Una persona contratada para momentos puntuales o empresa externa.

*Administración* - Secretario de la AAMS.

*Comité de seguimiento del proyecto* - formado por: director, subdirector, responsable del área de comunicación, responsable del área de didáctica, representante de la entidad colaboradora económicamente y dos representantes de la AAMS no presentes ya en el comité por otros cargos.

### 5.3. Requisitos técnicos e infraestructurales.

Los principales requisitos infraestructurales del proyecto en cuanto a espacios se refiere deben estar cubiertos por el propio museo ya que es en él donde se van a desarrollar la mayoría de las actividades. No obstante también debe poner a disposición del proyecto espacios para las personas que van a trabajar regularmente en él como el coordinador y los responsables de comunicación y didáctica. Así los espacios de los que se precisa disponer son:

- Sala de usos múltiples.
- Sala de conferencias.
- Patio columnado.
- Oficina del proyecto.
- Biblioteca.



El requerimiento material principal será el derivado del diseño concreto de las actividades y su puesta en marcha. No obstante no debemos olvidar el equipamiento básico para que trabaje el equipo estable del proyecto:

- Mobiliario.
- Equipamiento tecnológico e informático.
- Material administrativo.
- Material para los talleres tal como cuadernos didácticos, reproducciones, disfraces, equipamiento audiovisual, material fungible, etc.

### 5.4. Factores jurídicos.

Al generarse una estructura legal nueva como es la AAMS debemos tener especial cuidado en el momento de su fundación para que sus estatutos, reglamentos y registro se realicen de modo que todos ellos den perfecta cobertura a los objetivos del proyecto. Debemos tener en cuenta así mismo que para el buen desarrollo de este proyecto se

## Proyecto de difusión del Museo Provincial de Segovia

precisa de un óptimo entendimiento y que no existan impedimentos legales en las relaciones entre una institución pública como es el museo de Segovia, entidades privadas con ánimo de lucro, como puede ser un banco que hipotéticamente pudiera dar el soporte económico al proyecto, y una asociación cultural sin ánimo de lucro como será la AAMS. Para ello sería conveniente en algunos momentos el contar con asesoramiento legal.

### 5.5. Presupuesto.

ACCIONES Y MATERIALES	COSTE
Imágenes corporativas	6.000 €
Impresión papelería publicidad	8.312 €
Merchandising	3.000 €
Señalización exterior del museo	6.530 €
Papelería de oficina	1.002 €
Creación página web	10.000 €
Audiovisual	5.000 €
Cuadernos didácticos	26.932 €
Materiales fungible para talleres	300 €
Reproducciones	2.000 €
Disfraces	1.000 €
Vinos españoles presentaciones	2.400 €
Sueldos anuales personal fijo	43.200 €
Sueldos monitores	14.400 €
Empresa de logística	18.000 €
<b>TOTAL</b>	<b>148.076 €</b>

Este presupuesto solamente es válido para el primer año de proyecto ya que en años sucesivos el coste sería mucho menor al no precisar los gastos de imagen corporativa, audiovisuales, señalización exterior, página web, cuadernos didácticos, reproducciones, disfraces, etc.

## 6- EVALUACIÓN

El proceso de evaluación comienza ya el primer mes en que se aborda la ejecución del proyecto. El equipo directivo tiene el cometido de realizar un seguimiento mensual en el que se valorará el grado de cumplimiento de las acciones previstas y el éxito de las mismas, así mismo también deberá tomar las decisiones oportunas para reconducir en su caso las cuestiones que se estime que no están dando los frutos previstos.

Por otro lado será también necesario una vez cumplido el primer año de la puesta en marcha del proyecto, realizar una evaluación más minuciosa para conocer el impacto de las actividades desarrolladas y si éste ha cumplido con las expectativas previstas. Para ello tomaremos como referencia los resultados de las encuestas realizadas por el museo antes de la puesta en marcha de este plan, cuyo resumen se aporta en los anexos, y las compararemos con las encuestas realizadas por el proyecto y que habrán rellenado los usuarios de las diferentes actividades a lo largo del año de ejecución del mismo. Ello nos dará una idea no sólo del número y satisfacción de los usuarios si no también de sus expectativas futuras.

En otro sentido, es conveniente contar así mismo con diversas personalidades de la vida cultural de la ciudad y provincia que nos puedan realizar un análisis quizá menos sistemático pero si muy valioso de la calidad de nuestras acciones, el impacto de las mismas y la aportación que hayan podido tener a la oferta cultural y educativa de Segovia. Para ello elegiremos expertos en distintos ámbitos culturales y sociales que hayan tomado el pulso a la calle a lo largo del desarrollo del proyecto y nos puedan aportar opiniones tanto de sus sectores culturales como del propio público usuario o las sensaciones despertadas en los medios de comunicación.

## **ANEXOS PRESUPUESTARIOS**

### Anexo 1 – Presupuesto construcción página web.

#### 1. Colección

##### - Obras:

Colección de obras organizadas por época / movimiento.

Listado de obras con miniatura, autor, título y fecha con acceso a información detallada.

Zoom de la obra, dimensiones, técnica, etc.

##### - Buscador:

Buscador de obras por autor, movimiento, fecha, técnica, etc.

#### 2. Exposiciones

Descripción de exposiciones actuales y próximas más archivo de las ya realizadas con acceso a información específica (página web especial para cada exposición desarrollada independientemente).

#### 3. Actividades

Listado de las actividades actuales y próximas y archivo de las ya realizadas, con acceso a información detallada: fechas, descripción, lugar, requisitos, etc.

#### 4. Información

Sección con información general sobre el museo:

- Quiénes somos / historia
- Mapa de acceso
- Plano del museo
- Descarga de folletos
- Venta de entradas
- Formulario de contacto

#### Gestor de contenidos

La página incluirá un gestor de los contenidos de la misma, que permitirá añadir nuevos contenidos a las secciones:

- Colección: añadir / modificar categorías y obras.
- Exposiciones: añadir / modificar exposiciones. Ubicar exposiciones pasadas en la sección de archivo.
- Actividades: añadir / modificar actividades. Ubicar actividades pasadas en la sección de archivo.
- Descarga de folletos: añadir / eliminar archivos de descarga.

**Presupuesto Total.....9.000 / 12.000 €**

El presupuesto no incluye la carga en la página de todo el catálogo de obras, exposiciones o actividades del museo.

## Proyecto de difusión del Museo Provincial de Segovia

---

### Anexo 2. Presupuesto Imagen corporativa.

Imagen corporativa museo..... 3000 €

- Imagen corporativa.
- Aplicaciones de imagen corporativa a diferentes formatos.
- Desarrollo básico de la marca.
- Positivos, negativos, reducciones.
- Papelería básica.
- Señalización básica.
- Estudios para prensa.
- Desarrollo homogéneo de la marca.

Imagen corporativa proyecto..... 2000 €

- Imagen corporativa.
- Aplicaciones de imagen corporativa.
- Desarrollo básico de la marca.
- Papelería básica.

Imagen corporativa asociación..... 1000 €

- Imagen corporativa.
- Aplicaciones de imagen corporativa.
- Papelería básica.

**Total gastos imagen corporativa.....6000 €**



**Anexo 3. Presupuesto Papelería.**

Hojas de carta impresas a 4 tintas en papel “soporset offset” de 90 grs.

1000 unid.: 138 €

2500 unid.: 186€

5000 unid.: 252 €

Sobres americanos a 4+0 “autodex”.

1000 unid.: 141 €

2500 unid.: 195 €

5000 unid.: 303 €

Tarjetas de visitas a 4+4 y plastificadas en mate a dos caras en cartulina de 350 grs.

1000 unid.: 210 €

2500 unid.: 284€

5000 unid.: 447€

**Estimación gastos papelería primer año..... 1002 €**

**Anexo 4. Presupuesto cuadernos didácticos para talleres.**

Diseño de cuadernos didácticos 800 €cuaderno.

Revistas A5 impresas a 4+4. INTERIOR 28 pag. En papel offset de 100 grs.

PORTADAS en cartulina verjurada blanca de 240 grs.

500 unid.: 1557 €

1000 unid.: 1844 €

3000 unid.: 2899 €

5000 unid.: 3838 €

Diseño de cinco cuadernos didácticos para actividades de educación formal.....4.000 €

3000 unidades por cuaderno.....15.000 €

Diseño de tres cuadernos para talleres de verano.....2.400 €

1000 unidades por cuaderno talleres de verano.....5.532 €

**Estimación cuadernos didácticos.....26.932 €**

**Anexo 5. Presupuesto papelería publicidad.**

Carteles 48x68 cm. Impresos en papel printomat de 135 grs.

1000 unid.: 348 €

2000 unid.: 438 €

2000 unid.: 658 €

Trípticos A4 desplegado impresos a 4+4 en papel printomat de 170 grs.

3000 unid.: 399 €

5000 unid.: 474 €

10000 unid.: 650 €

1000 carteles x 10 actividades: 3848 €

5000 trípticos información general museo: 474 €

3000 trípticos x 10 actividades: 3990 €

**Estimación gastos papelería publicidad..... 8312 €**

## Proyecto de difusión del Museo Provincial de Segovia

---

### Anexo 6. Presupuesto empresa logística.

#### Montaje exposición temporal.

- Personal: dos personas, dos días.....640 €+IVA
- Materiales, herramientas.....según necesidades.

#### Montaje infraestructura festival musical.

- Montaje escenario, sillas, etc (dos horas).....50 €
- Transporte instrumentos.....250 €
- Acomodadores, entradas.....50 €

#### Montaje infraestructura taller de arqueología: “Del yacimiento a la exposición”.

- Materiales
  - ✂ Madera.....2.200 €
  - ✂ Tierra.....600 €
  - ✂ Piedra.....600 €
- Montaje: seis personas, cinco días.....4.800 €+ IVA
- Monitores.....1.200 €
- Desmontaje: seis personas, tres días.....2.800 €+ IVA

Otras actividades puntuales.....30 €por persona y hora.

**Estimación global.....18.000 €**

## Proyecto de difusión del Museo Provincial de Segovia

---

### Anexo 7. Rotulación exterior.

- Rotulo mural luminoso de medidas 4 X 1 metros compuesto por marco de aluminio en el que irán alojados los equipos de iluminación fluorescente y frente de metacrilato con rotulación en vinilo.

1380,00 €

- Placa de metacrilato de 10 mm. de grosor separada de la pared con separadores y embellecedores y rotulada con vinilo. De medidas 3 X 1 metros

610,00 €

- Esto mismo con placa de 20 mm.

1037,00 €

- Monolito no luminoso Modelo Tipo "A" del manual de señalización del patrimonio histórico de Castilla y León. Confeccionado en chapa galvanizada esmaltada, rotulado y barnizado para su protección. De medidas 3 metros de alto por 80 cm. de ancho.

960,00 €

- Este mismo en medidas 4 X 1 metros

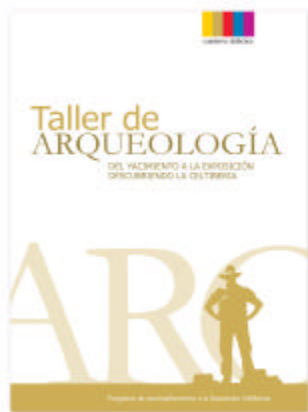
1270 €

**Las necesidades de rotulación externa y el número de placas deben ser consensuadas con el Ayuntamiento de Segovia.**

**Estimación de cinco señales pequeñas.....6530 €**

## ANEXO DIDÁCTICO

Anexo 8. Taller de arqueología: “Del yacimiento a la exposición”.



# 1 LA ARQUEOLOGÍA





**¿Sabías que...**  
... en las antiguas civilizaciones griega y romana comenzó el interés por recuperar objetos del pasado?

**1.1 ¿Qué es la Arqueología?**

La Arqueología es una ciencia que pretende conocer el pasado a través de los restos materiales dejados por las sociedades pasadas. Busca estos restos e información sobre cómo vivían, cómo creían, qué comían, a qué se dedicaban, qué utensilios utilizaban, etc.

La Arqueología ha proliferado en el paso de los años. Se va desarrollando en paralelo con la búsqueda de materiales y se han ido introduciendo el estudio científico de los restos arqueológicos, buscando lo que se persigue es el análisis de la información aportada por los restos hallados en las excavaciones.

Para llevar a cabo los trabajos de una manera eficaz se emplea el "método arqueológico". Dentro del estudio de los materiales arqueológicos se "analiza" en los yacimientos.

**Método Arqueológico:** modo de hacer una investigación arqueológica.

**Excavar:** extraer la tierra de un yacimiento de una forma ordenada, siguiendo un método preestablecido.

# 2 LA EXCAVACIÓN ARQUEOLÓGICA



**¿Sabías que...**  
... en el yacimiento de Numancia se están excavando casas de época celtibérica y romana en el centro de la ciudad?  
... en el yacimiento de Tierraña han colaborado en las excavaciones 800 niños durante las últimas dos años?  
... en el yacimiento de Uzama se está excavando las galerías subterráneas del acueducto romano?




**2.1 En el Yacimiento**

**2.1.1 ¿Cómo se realiza una excavación?**

Para llevar a cabo una excavación en un yacimiento del que ya conocemos su existencia debemos seguir estos pasos:

- 1) Realizar una documentación minuciosa sobre el yacimiento arqueológico.
- 2) Crear el equipo de trabajo.
- 3) Dependiendo de la extensión del yacimiento y de nuestros objetivos debemos definir la zona del mismo en la que queremos trabajar.

A veces se divide en tramos, o zonas más pequeñas denominadas "camas" o cuadrículas que nos permiten situar cada pieza en la superficie que se está excavando.

**Vocabulario:**

**Documentación:** conjunto de informaciones, libros, publicaciones y otros escritos referentes a lo que vamos a investigar.

**Cama:** cuadrícula de excavación.

### Ficha de excavación

Yacimiento arqueológico:		Tipo:																	
Provincia:		Municipio:																	
Calle / Número:		Código postal:																	
Localidad arqueológica:		Sitio:																	
Motivación arqueológica que justifica el estudio:																			
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="4">Zonas: Realizar un plano preliminar de los trabajos de las excavaciones</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Zona 1</th> <th colspan="2">Zona 2</th> </tr> <tr> <td style="width: 25%;">A</td> <td style="width: 25%;">B</td> <td style="width: 25%;">C</td> <td style="width: 25%;">D</td> </tr> <tr> <td>E</td> <td>F</td> <td>G</td> <td>H</td> </tr> </table>				Zonas: Realizar un plano preliminar de los trabajos de las excavaciones				Zona 1		Zona 2		A	B	C	D	E	F	G	H
Zonas: Realizar un plano preliminar de los trabajos de las excavaciones																			
Zona 1		Zona 2																	
A	B	C	D																
E	F	G	H																
<b>2</b> <b>EXCAVACIÓN:</b>																			
Trinchera arqueológica:		Módulo:																	
Zona / Tramo:		Tramo / Unidad / Área / Sub-área:																	
Definición de zona:		Estado de conservación:																	
Motivación arqueológica que justifica el estudio:		Otras notas:																	

Todo de una vez (1/2013)

## 3 EN EL MUSEO



**¿Sabías que...?**  
...el Museo Numantino fue creado para exponer y conservar objetos celtibéricos procedentes de las excavaciones en la Provincia de Soria?



**¿Qué es un museo arqueológico?**  
Es un lugar donde se conservan estudios y exposiciones piezas arqueológicas.

**¿Qué es una exposición?**  
Es una muestra de materiales, acompañados de explicaciones que facilitan su comprensión.

**¿Cómo se monta una exposición?**  
Se eligen las piezas más significativas las que están mejor conservadas, las que explican mejor algún tipo de actividad de la cultura pasada, etc. Depende de lo que queremos explicar. Por ello, no siempre se exponen tantos.

Cada pieza, generalmente, va acompañada de un pequeño cartel que nos informa de los aspectos más importantes que es, de dónde procede, de qué está hecho, su número de inventario (o ficha), etc.

**Exposición Celtiberos. Tras la estela de Numancia**  
La Exposición "Celtiberos. Tras la estela de Numancia" la puedes visitar en el Museo Numantino de Soria. Es una exposición que pretende darte la cultura celtibérica dando a conocer la riqueza arqueológica de este pueblo. En ella podrás conocer su forma de vida, su organización social, su lengua y escritura, su religión, sus ciudades, su modo de luchar, etc.



12

## 4 PARA SABER MÁS




**4.1 La cultura celtibérica**  
La cultura celtibérica se desarrolló en el norte de la Península Ibérica, concretamente en el territorio que hoy ocupa la provincia de Soria y el noroeste de Burgos. Los celtiberos eran un pueblo formado por la mezcla de las culturas celta e ibérica. Su lengua era el celtibérico, una lengua que no se conoce hoy en día. Los celtiberos vivían en aldeas y ciudades fortificadas. Su economía se basaba en la agricultura y la ganadería. Los celtiberos fueron conquistados por Roma en el año 133 a. de J.C.

**¿Qué es un museo arqueológico?**  
Es un lugar donde se conservan estudios y exposiciones piezas arqueológicas.

**¿Qué es una exposición?**  
Es una muestra de materiales, acompañados de explicaciones que facilitan su comprensión.

**¿Cómo se monta una exposición?**  
Se eligen las piezas más significativas las que están mejor conservadas, las que explican mejor algún tipo de actividad de la cultura pasada, etc. Depende de lo que queremos explicar. Por ello, no siempre se exponen tantos.

Cada pieza, generalmente, va acompañada de un pequeño cartel que nos informa de los aspectos más importantes que es, de dónde procede, de qué está hecho, su número de inventario (o ficha), etc.

**Exposición Celtiberos. Tras la estela de Numancia**  
La Exposición "Celtiberos. Tras la estela de Numancia" la puedes visitar en el Museo Numantino de Soria. Es una exposición que pretende darte la cultura celtibérica dando a conocer la riqueza arqueológica de este pueblo. En ella podrás conocer su forma de vida, su organización social, su lengua y escritura, su religión, sus ciudades, su modo de luchar, etc.

13

LA EXCAVACIÓN ARQUEOLÓGICA

### Ficha de inventario

Yacimiento arqueológico: Fecha: Provincia:

Nº ficha	Tipo de objeto	Tipo de material	Época cronológica y romana
/1			
/2			

Autor de ficha:  
Nombre:  
Código:

**?** Soluciones:

**Yacimiento arqueológico:** - TERREDES  
- VILMORCA  
- ULLAMA

**Nº de ficha:** Si es de TERREDES: T / nº del objeto (1, 2, 3... sucesivamente)  
Si es de VILMORCA: V / nº del objeto (1, 2, 3... sucesivamente)  
Si es de ULLAMA: U / nº del objeto (1, 2, 3... sucesivamente)

**Tipo de objeto:** - Fragmento de bronce negro  
- Fragmento de bronce gris  
- Fragmento de bronce con grafito

**Tipo de material:** cerámica, metal, etc.

**Época:** celtibérica e romana

10



## ANEXO ESTADÍSTICO

**Anexo 9. Resumen encuestas Museo Provincial de Segovia.**

**DATOS TOTALES DE LAS ENCUESTAS DESDE LA APERTURA DEL MUSEO.**

**Total de encuestados 454**

**Pregunta 1. Día de la semana en el que se hace la visita.**

Viernes-46  
Sábado-187  
Domingo-134  
Martes-33  
Miércoles-27  
Jueves-23

**Pregunta 2. Edad.**

Entre 0 y 16 - 8  
Entre 17 y 25 - 79  
Entre 26 y 45 - 194  
Entre 46 y 65 - 148  
Más de 66 - 23  
En blanco-2

**Pregunta 3. ¿Es usted Segoviano, Español o Extranjero?**

Espanoles-264  
Extranjeros-58  
Segovianos-126  
En blanco-6

**Pregunta 4. Nivel de estudios**

Elemental-26  
Medio-164  
Superior-261  
En blanco- 3

**Pregunta 5. Estudios específicos relacionados con el museo.**

Si-140  
No-308  
En blanco-6

**Pregunta 6. ¿Cómo conoció el museo de Segovia?**

Oficina de Turismo-131

Revistas-6  
Periódicos-22  
Internet-21  
Otros-274  
En blanco-11

### **Pregunta 7. ¿Es la primera vez que visita el museo?**

Si-409  
No-41  
En blanco-4

### **Pregunta 8. Tiempo invertido en la visita.**

Menos de media hora-18  
Menos de una hora-86  
Una hora-210  
Más de una hora-131  
En blanco-9

### **Pregunta 9. ¿Qué es lo que más les ha gustado/interesado?**

Una inmensa mayoría de los encuestados contestan que les ha gustado “todo”, tras esta respuesta la exposición de piezas visigodas es lo que más interés despierta. Se destacan también los espacios dedicados a la prehistoria y el mundo romano. Por otro lado se han ensalzado el montaje global, el video y las maquetas.

### **Pregunta 10. ¿Qué cambiaría?**

Casi la totalidad de los encuestados no cambiarían nada, no obstante se apuntan algunas indicaciones como la falta de luz en algunas salas y la posibilidad de visitas guiadas.

### **Pregunta 11. Valoración general.**

Mala-0  
Regular-1  
Media-17  
Bastante Buena-176  
Buena-256  
En blanco-4

### **Sugerencias**

La sugerencia más repetida es la de una mayor y mejor señalización exterior del museo, así como la de una más amplia promoción del mismo. Otras sugerencias relevantes son: la colocación de asientos dentro del recorrido del museo, la apertura de una cafetería y una tienda donde poder adquirir principalmente libros relativos a los contenidos de la exposición, la realización de talleres para niños y entradas gratuitas.

### DATOS MÁS RELEVANTES.

- 1- El día en el que más visitas se registran es el sábado con un porcentaje por encima del 41%, por el contrario el día que menos visitas contabiliza es el jueves que supera ligeramente el 5%. Si tomamos en consideración los dos días del fin de semana: sábado y domingo el porcentaje de visitas asciende hasta el 70,7.
- 2- La franja de edad que aporta más visitas es la comprendida entre los 26 y los 45 años llegando hasta el 42,7%. En sentido contrario se sitúan los visitantes entre 0 y 16 años que constituyen un porcentaje del 1,7%.
- 3- El 58,1 de los visitantes son españoles, el 27,7 son segovianos y el 12,7 extranjeros.
- 4- El 57,4% de los visitantes poseen estudios superiores, el 36,1 estudios medios y el 5,7 estudios elementales.
- 5- El 67,8% los estudios realizados por los visitantes no tienen nada que ver con los fondos del museo.
- 6- El 28.8% de los visitantes han conocido la existencia del museo a través de la oficina de turismo, el 4,8% a través de los periódicos, el 4,6% por medio de Internet, el 1,3 gracias a las revistas y el 60,3 por otros medios a los citados.
- 7- El 90% de las personas que se acercaron a contemplar la exposición lo hacían por primera vez.
- 8- Para contemplar la exposición el 46,2% de los visitantes empleo una hora, el 28,8 tardó más de una hora, el 18,9 necesitó menos de una hora y el 3,9 realizó la visita en menos de media hora.
- 9- Nadie valoró la exposición como mala. El 0,2% la valoró como regular. El 3,7% la calificó de media. El 38,7% la estimo como bastante buena. El 58,3% la consideró como buena. El 0,8% no le dio ninguna valoración.