



Comité de Estudios de Postgrado
Especialización en Comunicación Organizacional

**“El Museo venezolano del Petróleo:
un proyecto comunicacional para impulsar la cultura petrolera
nacional”**

Trabajo Especial de Grado presentado para optar al Título de Especialista
en Comunicación Organizacional

Autor (a): Lic. Rhaiza Medina Merchán
C.I.V.- 14.387.481.

Tutora Académica: Msc. Laura Contreras

Caracas, 02 de marzo de 2010.



RIF J- 30647247-9

**“El Museo venezolano del Petróleo:
un proyecto comunicacional para impulsar
la cultura petrolera nacional”**

Línea de trabajo a la cual responde:
Cultura Organizacional

Tutora: Msc. Laura Contreras

Dedicatoria

*A mi familia...
no es típica ni mucho menos normal, es absolutamente especial
por ello los amo y me enorgullecen;
y sobre todo porque sé que
creen en mí.*

Agradecimientos

Proponer un esfuerzo para exponer mi gratitud ante el apoyo a esta empresa, no resulta ni siquiera cercano a una tarea sencilla; sin embargo, espero hacer gala a la justicia y poner a prueba mi memoria.

Primero y antes que nada, dar gracias a Dios, por estar conmigo a cada paso que doy; a Mons. José María Lombardero por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente.

Un agradecimiento especial a la Profesora Marianne Robles por la colaboración, paciencia, apoyo brindados desde siempre y sobre todo por esa gran amistad que me ofreció y me ofrece, por escucharme y aconsejarme siempre, a la profesora María Eugenia Arias, por ayudarme cuando más lo necesitaba, por ser una persona con la que se puedo contar.

A la Msc. Laura Contreras, por la colaboración y apoyo brindados durante todo el desarrollo de este Trabajo Especial de Grado.

Merecido reconocimiento tiene mi equipo de la Gerencia de Prevención y Control de Pérdidas de PDVSA Intevep, quienes me apoyaron desde el primer momento y me motivaron a no desmayar; gracias doy a la Empresa por ser mi fuente de inspiración para la maduración de esta idea.

A Dra. Francisca Hernández Hernández, quien siendo profesora e investigadora de la Universidad Complutense de Madrid, no solo dio sustento teórico al Trabajo de Grado, sino que aportó información en extremo valiosa para su desarrollo, sino que me proveyó de argumentos para soportar y no desvincular mi idea de la línea académica de la Especialización. Para ella, mi completo respeto y consideración.

En general quisiera agradecer a todas y cada una de las personas que han vivido conmigo la realización de este Trabajo Especial de Grado, con sus altos y bajos y que no necesito nombrar porque tanto ellas como yo sabemos que desde los más profundo de mi corazón les agradezco el haberme brindado todo el apoyo, colaboración, ánimo y sobre todo su cariño y amistad.

MEDINA MERCHÁN, Rhaiza. “El Museo venezolano del Petróleo: un proyecto comunicacional para impulsar la cultura petrolera nacional”. Universidad Monteávila. Especialización en Comunicación Organizacional. Caracas, Venezuela. Febrero de 2010.

Resumen

Los museos, en la actualidad se hacen más vigentes que nunca, pues ellos constituyen el espacio físico para el resguardo del patrimonio y por tanto se erigen en paladines de la identidad de los habitantes de cada país, pues les facilita entrar en contacto con su historia, sus recursos y que a su vez, que comprendan realmente sobre qué bases se asienta su nacionalidad. Teniendo en cuenta éstas cualidades y potencialidades, se presenta el hecho de que hoy en día Venezuela no cuenta con un espacio museístico a manera de plataforma comunicacional para informar sostenidamente la identidad petrolera, así como la importancia del recurso y el valor estratégico de la empresa que desarrolla la totalidad de las actividades del sector; basándose en ésta debilidad, se plantea la creación del **Museo venezolano del Petróleo**. Iniciativa que abrirá innumerables posibilidades de acceso a desarrollos científico tecnológicos y propuestas expositivas sobre la historia e importancia de la industria petrolera en Venezuela, originando experiencias únicas en el ámbito académico que justifican su concepción, al tiempo que complementan de manera relevante las posibilidades de formación con la utilización de tecnologías, dinámicas y tendencias expositivas aplicadas al ámbito de la educación de las ciencias, la promoción de la cultura petrolera y la propulsión de la imagen corporativa de la industria petrolera nacional. Es entonces necesario concebir que, para cristalizar la propuesta inicial, será necesario contar con el apoyo de la alta dirección de Petróleos de Venezuela, S.A. pudiéndose presentar especificaciones teóricas, conceptuales, sustentadas en una revisión documental que compara distintas experiencias en otros países, así como un proyecto inicial, donde se considerarán aspectos de relevancia contextual como tiempo, factibilidad, contenido y demás características que favorecen la toma de decisiones. Aspectos todos, que dan al traste con el fortalecimiento de la viabilidad de realización de la propuesta expuesta.

Palabras clave: Proyecto, museología, cultura, comunicación, cultura petrolera.

Correo electrónico: medinaryx@pdvsa.com

Tutora: Msc. Laura Contreras

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTOS	
RESUMEN	
INTRODUCCIÓN	
CAPÍTULO I. Diseño: El Problema, Objetivos, Justificación	
1. Planteamiento del Problema	13
1.1. Enunciado del Problema	13
1.2. Planteamiento de Objetivos	14
1.3. Justificación y Viabilidad	14
CAPÍTULO II. Marco Teórico	
2.1. Antecedentes	17
2.1.1. Experiencias para la creación de Museos del Petróleo	17
2.1.1.1. Colombia: Museo Nacional del Petróleo Samuel Schneider Uribe	17
2.1.1.2. Noruega: Museo Noruego del petróleo (Norsk Oljemuseum)	18
2.1.1.3. Argentina: Museo Nacional del Petróleo	19
2.2. Glosario de Términos	21
2.3. Bases Legales	22
2.4. Cultura petrolera y comunicación	25
2.4.1. Concepto de cultura petrolera	26
2.4.2. Origen de la cultura petrolera en Venezuela	27
2.4.3. La comunicación organizacional y la promoción de cultura	29
2.5. El Museo	30
2.5.1. Definición y funciones	31
2.5.2. Potencialidades del museo como canal de	

comunicación	33
2.5.3. Difusión de contenidos y de información	34
2.6. La metodología de proyecto para el diseño y gestión de estructuras de comunicación	36
2.6.1. La Gestión de Proyectos como medio para alcanzar la propuesta	37
2.6.2. La Matriz de Marco Lógico	38
CAPÍTULO III. Marco Contextual	
3.1. Petróleos de Venezuela, S.A. (PDVSA)	40
3.2. Gerencia de Prevención y Control de Pérdidas (PCP)	43
3.2.1. ¿Quién recibe y quién tiene la potestad de la toma de decisiones en el caso del Museo del Petróleo?	47
CAPÍTULO IV. Marco Metodológico	
4.1. Tipo de Investigación	49
4.1.1. Técnicas de recolección de la información	50
4.1.2. Instrumentos para la recolección de la información	51
4.2. Cronograma de desarrollo de la Propuesta	56
CAPÍTULO V. Desarrollo de la Propuesta	
5.1. Primera aproximación desde la perspectiva de Proyectos: El Marco Lógico	58
5.1.1. El Proyecto	58
5.1.2. El Presupuesto	86
5.2. Presentación de la propuesta Metodológica	88
5.2.1. Requerimientos de superficies de Exposición	89
5.2.2. Análisis General de la Ubicación	90
5.2.3. Programación	92
5.2.4. Propuesta para la distribución de los espacios físicos del Museo	94

5.2.5. Organización funcional	99
5.2.6. Diseño Arquitectónico	104
5.2.7. Concepto Comunicacional	105
5.2.8. Procedimiento de Mantenimiento del Museo	114

CAPÍTULO VI. Análisis de Resultados

6.1. El Museo venezolano del Petróleo, como proyecto realizable	117
6.2. Ventajas de la realización del Proyecto	123
6.3. Riesgos	124
6.4. Espacios Físicos del Museo venezolano del Petróleo	126
6.5. Públicos a los que se dirige el Proyecto	127
6.6. El Personal del Museo	128

CAPÍTULO VII. Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones	130
7.2. Recomendaciones	134

REFERENCIAS

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Cuadro nº 1. Cuadro de Entrevistados	55
Cuadro nº 2. Ficha del Entrevistado	55
Cuadro nº 3. Guión base para entrevistas	56
Cuadro nº 4. Cronograma de trabajo de la propuesta	56
Cuadro nº 5. Identificación de problemas, necesidades y limitaciones del Proyecto	67
Cuadro nº 6. Análisis de riesgos del Museo	84
Cuadro nº 7. Estrategias para la atención de los riesgos	85
Cuadro nº 8. Riesgos relacionados con las áreas terminadas	86
Cuadro nº 9. Relación de la Fuerza Laboral	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura nº 1. Árbol de Problemas	62
Figura nº 2. Propuesta del Museo	88
Figura nº 3. Propuesta de entrada al Museo	94
Figura nº 4. Propuesta de Auditorio	95
Figura nº 5. Área de aprendizaje On Line	96
Figura nº 6. Área de consulta en la Biblioteca Digital	96
Figura nº 7. Área de acceso al Parque Temático	98
Figura nº 8. Distribución de los espacios físicos	98
Figura nº 9. Espacio Informativo	98
Figura nº 10. Organigrama Funcional del Museo	100
Figura nº 11. Concepto de Mascota (imagen) del Museo	105
Figura nº 12. Maquetas para armar	113
Figura nº 13. Muestra fotográfica de las sesiones grupales (a)	119
Figura nº 14. Muestra fotográfica de las sesiones grupales (b)	120

INTRODUCCIÓN

El museo, hoy día se reviste de una nueva aura, la cual le imprime un valor especial que hasta ahora había sido menospreciado, la de medios de comunicación donde su noción traspasa los paradigmas clásicos de exposición, acumulación y preservación de la memoria colectiva aproximándose a una propuesta dinámica que convierte a sus visitantes en clientes que deben ser seducidos por su propuesta, para invitarlos a contemplar, aprender, divulgar e internalizar su propia cultura. De ahí que como indica el escritor peruano Mario Vargas Llosa:

"Los museos son tan necesarios para los países como las escuelas y los hospitales (...) educan tanto y a veces más que las aulas y sobre todo de una manera más sutil. Afinan la sensibilidad, estimulan la imaginación, refinan los sentimientos y despiertan en las personas un espíritu crítico y autocrítico."¹

En función de lo antes expuesto es que se plantea el presente proyecto a manera de Trabajo Especial de Grado, el cual tiene como propósito fundamental lograr el esbozo factible para la realización de un espacio museístico a partir del cual se promueva la cultura petrolera nacional; buscando, con ello que la estatal petrolera venezolana llene el vacío que sobre la materia se ha presentado en la oferta cultural del país.

Adicionalmente, la pertinencia del proyecto radica en que el llevar a cabo esta propuesta permitirá el desarrollo de un espacio a través del cual se consolidará la imagen corporativa de la empresa petrolera venezolana, la cual busca profundizar el ejercicio de la plena soberanía petrolera, misma que nace del compromiso colectivo con el resguardo patrimonial de los recursos estratégicos de Venezuela.

¹ VARGAS LLOSA, Mario. (2009) **El Perú no necesita museos**. Diario El Comercio, Lima: 02 de marzo. Documento consultado del 05 de julio de 2009 (resaltado del autor) y disponible en la ruta:

<http://www.elcomercio.com.pe/impresa/notas/peru-no-necesita-museos/20090308/256015>

En lo que respecta a la estructura lógica, a partir de la cual ha sido realizado el Trabajo Especial de Grado, ésta responde a manejo inductivo de la información expuesta a través del cual se pueda facilitar su revisión, manejo y comprensión. La estructuración del texto, se ha dispuesto a partir de capítulos; donde el primero, corresponde a “El Problema” y en él se contemplan las bases del trabajo como tal, señalando no solo la motivación de la realización del Museo como espacio para la comunicación, sino, la justificación y los objetivos que regirán del desarrollo de la propuesta en sí misma.

A continuación, se expone el Capítulo II correspondiente al Marco Teórico, en el que se señalan los antecedentes de la investigación, refiriendo tres experiencias de realización de museos de este corte en distintos países del mundo, al igual que las bases teóricas sobre las cuales se sustenta la investigación.

Por su parte el Capítulo III versa sobre el Marco Contextual, que en el caso que nos compete se hace primordial para poder dar una noción general relacionada con la comprensión de la estructura de Petróleos de Venezuela, S.A. (PDVSA) y por tanto, de los aspectos relacionados con la toma de decisiones en materias de tan alta envergadura como sería la materialización de la propuesta expuesta por este Trabajo Especial de Grado.

En éste sentido, el Capítulo IV acerca del Marco Metodológico, señala tal como su nombre lo indica, la metodología a utilizarse para llevar a cabo la realización de los objetivos; así como los instrumentos de entrevista que reflejarán las posturas de los expertos consultados para brindar mayor soporte a esta iniciativa.

En lo correspondiente ya a lo medular de la presente investigación, se encuentra el Capítulo V acerca del Desarrollo de la Propuesta y el

Capítulo VI correspondiente al Análisis de Resultados, facilitan el poder vislumbrar ya de manera más precisa el significado que como medio de comunicación posee el Museo y el valor agregado que para la estrategia comunicacional de Petróleos de Venezuela puede representar, toda vez que se determina como un proyecto factible. Lo cual se sustenta, en la presentación de argumentos con los cuales se muestra el cumplimiento de los objetivos que inicialmente, dieron origen a este esfuerzo creativo y de investigación; mientras que se esbozan los elementos generales que debe contemplar la realización del Proyecto, sus riesgos, propuestas de contenido, fuerza laboral, solo por mencionar los más importantes.

Finalmente, en el apartado correspondiente al Capítulo VII se muestra una evaluación de cierre que permite al autor señalar los aprendizajes obtenidos a partir de la realización del Proyecto, así como las recomendaciones generales a tener en cuenta al iniciar la materialización del mismo.

CAPÍTULO I

Diseño: El Problema, Objetivos, Justificación

1. Planteamiento del Problema

Es necesario considerar a la institución del museo, como un agente esencialmente educador cuya relevancia es mayormente plausible, al constituirse como un reflejo de la sociedad de la que es parte; pues gracias al esfuerzo teórico, metodológico y conceptual del mismo, mostrará objetos e información que constituyen un elemento de la memoria colectiva del país.

En sintonía con lo cual, y habiendo expuesto que no existe en nuestro país un referente físico espacial que dé cuenta de la importancia del petróleo como recurso, éste se plantea como un espacio donde se resalte el valor histórico cultural que éste bien posee y a su vez, informe y conciencie acerca del su valor estratégico y del de la estatal petrolera nacional.

De ahí entonces su importancia como canal comunicacional, para promover la cultura petrolera en Venezuela, siendo este un factor fundamental en el desarrollo patrimonial y cultural de la nación y a su vez coadyuvar a la consolidación de aspectos relacionados con la imagen corporativa de la empresa.

1.1. Enunciado del Problema

¿Es posible promover la creación del Museo venezolano del Petróleo, concebido como un recurso para la concienciación y el aprendizaje de la cultura petrolera nacional, a partir del diseño del proyecto dirigido a PDVSA?

1.2. Planteamiento de Objetivos

- **El objetivo general**

Realizar el diseño del proyecto para la creación del museo venezolano del petróleo, concebido como un recurso que promueva la cultura petrolera nacional, la cual será presentada a PDVSA para proponer su patrocinio y ejecución.

- **Los objetivos específicos**

Como objetivos del Proyecto de Trabajo Especial de Grado se proponen los siguientes:

- a) Determinar la factibilidad técnica de la propuesta.
- b) Identificar los elementos conceptuales, para la museología del proyecto como espacio de comunicación.
- c) Desarrollar la propuesta del Proyecto para la creación del museo.

1.3. Justificación y Viabilidad

En función de lo antes expuesto, se podría hacer manifiesta la intención de que aproximaciones como la que se propone, genera sumatoria a la escala para la incorporación de Venezuela a la sociedad de la información, en el entendido de que éste sistema económico y social propone la generación, procesamiento y distribución del conocimiento e información constituyéndolos en fuente fundamental de productividad, bienestar y poder colectivo.

De esta manera y teniendo en consideración lo expuesto por María Beyer, el museo se convierte en la posibilidad de exhibir elementos del presente, y a su vez proporciona la posibilidad de abrirnos caminos hacia el futuro; es por ello, que se puede afirmar que los museos, hoy, deben

ser sensibles para dar cuenta de la realidad circundante, humanística y patrimonial.

Producto de la vertiginosa tendencia hacia lo tecnológico que la sociedad global demanda, se exige a los museos el paso a una conducta fuertemente proactiva que les posibilite lo que la sociedad actual exige, es decir, su conversión en verdaderos agentes activos y transformadores. De esta manera, a partir de las postrimerías de los años 90 se ha venido debatiendo de forma reiterada, principalmente en el ámbito anglosajón e ibérico, la influencia de los llamados nuevos medios en la transformación del concepto tradicional de museo. Debate en el que se presentan para éstos espacios, los desafíos de las obras de carácter performativo y tecnológico, y por otro, los retos y ventajas que el uso de las tecnologías de la información y la comunicación ofrece en el ámbito museístico; aspecto que denota la versatilidad del recurso para los fines de la investigación.

En función de lo cual, la reconceptualización del nuevo museo viene impuesta por los cambios que la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación han significado para las obras, así como por la completa integración de dichas tecnologías en todo el devenir social y las consiguientes transformaciones de la identidad individual y colectiva, tanto en el plano físico como en el virtual.

De ahí que el diseño de un museo del petróleo, debe proveer de respuestas acordes a la demanda de los nuevos tiempos donde la estatal petrolera y este sector ocupan lugares privilegiados en el acontecer nacional y regional.

CAPÍTULO II

Marco Teórico

Resulta necesario que la exposición sea concebida desde la perspectiva de la comunicación, que la elaboración de un guión y su puesta en escena sean realizados por un equipo interdisciplinario con la capacidad de convertir los contenidos en objetos, textos y sensaciones para cumplir con su misión última de lograr una comunicación efectiva con el público, aprovechando al máximo las bondades de la exposición como medio y ofreciendo espacios adecuados para la divulgación y apropiación del patrimonio; así como, para la promoción de la imagen corporativa de la estatal petrolera venezolana.

Es así como se plantea que el museo no es ya simplemente el guardián de tesoros y artefactos del pasado discretamente expuestos para el selecto grupo de expertos y conocedores; su posición no resulta meramente contemplativa, es un canal dinámico que promueve la participación y la interacción, asimismo, sus paredes no proporcionan sino una barrera eminentemente física contra el mundo externo, pues éste es un factor dinámico y comunicacional.

De ésta forma, queda expuesto que en el vertiginoso y actual mundo de las comunicaciones “el paradigma comunicativo”, abandona el unidireccional, lineal y secuencial modelo de la transmisión de información, introduciéndose en modelo de interacción, posibilitando un nuevo tipo de comunicación de proximidad no ligada a la territorialidad sino a la espacialidad, radicando allí el valor del uso de recursos como el museo para la promoción de la cultura petrolera en Venezuela.

2.1. Antecedentes

2.1.1. Experiencias para la creación de Museos del Petróleo

2.1.1.1. Colombia: Museo Nacional del Petróleo Samuel Schneider Uribe

En la población de Barrancabermeja, del Departamento de Santander en Colombia, fue fundado en 1984 el Museo Nacional del Petróleo Samuel Schneider Uribe, evento que se llevó a cabo con motivo del Primer Congreso Colombiano del Petróleo organizado por el entonces Distrito de Producción de El Centro adscrito a ECOPETROL la estatal petrolera colombiana, y siendo presidente de la compañía el doctor Rodolfo Segovia Salas y gerente del distrito el ingeniero Francisco José Chona.

Según expresa el Directorio de Museos de Colombia, sus colecciones abarcan 450 piezas, distribuidas de la siguiente manera: “al interior del museo se exhiben fotografías, maquetas, mapas, piezas e instrumentos alusivos a la industria del petróleo (...) Mientras que en el exterior se hallan equipos originales que se utilizaron en el desarrollo de la industria petrolera”.

El Museo del Petróleo de Barrancabermeja es único en el país, segundo de esta especialidad en el mundo, después del de Houston, en Texas, EE. UU., y pionero en la materia en Latinoamérica.

“La labor realizada (...) a través de Ecopetrol, le ha dado al país un museo, expresión de la historia del esfuerzo de un pueblo y de la realidad misma del desarrollo colombiano.”²

² Página oficial ECOPETROL, consultada el 10 de marzo de 2009:
<http://www.ecopetrol.com.co/contenido.aspx?catID=149&conID=255&pagID=923>



3

2.1.1.2. Noruega: Museo Noruego del petróleo (Norsk Oljemuseum)

En Noruega se encuentra el Museo del Petróleo ubicado en Stavanger; hecho que resulta simbólico ya que este país nórdico comienza su trayectoria en este ámbito económico apenas en junio de 1971, en el campo Ekofisk (lugar que la Directiva para la Herencia Cultural en Noruega le dio el estatus de patrimonio cultural monumental en el 2001)⁴.

Durante largo tiempo, la ciudad costera de Stavanger ha sido considerada la capital del petróleo de Noruega, ya que entre otros aspectos alberga el Museo Noruego del petróleo que en lengua noruega se llama **Norsk Oljemuseum**; y que en si mismo simula, una plataforma petrolera, ya que la actividad de este sector en este país es realizada en el mar.

El museo noruego del petróleo, es entonces un edificio futurista situado al borde del mar, y alberga lo que podría ser un día los vestigios de una industria que tanto ha enriquecido la región y el país.

³ Imágenes tomadas de: <http://www.barrancabermejavirtual.com/historia27.html>

⁴ El portal oficial de Noruega en Venezuela, expone en una nota sobre los primeros 35 años de explotación petrolera, consultada el 10 de marzo de 2009 ésta información esta disponible en:

<http://www.noruega.org.ve/business/oil/Treinta+y+cinco+a%C3%B1os+de+producci%C3%B3n+petrolera+noruega.htm>

Además de poder realizar una visita al sitio electrónico del Museo y ubicar las gráficas expuestas en la ruta (consultada el 10 de marzo de 2009):

<http://www.norskolje.museum.no/uk/hovedframe.htm>

Según lo que se publica en el portal del propio museo, entre maquetas de plataformas, máquinas monumentales y ropa de trabajo, los paneles de su arquitectura cuentan cómo se desarrolló en Noruega la explotación del petróleo, desde comienzos de los años 70.

Asimismo, es importante señalar que el Museo noruego del petróleo fue abierto el 20 de mayo de 1999 y su arquitectura insólita lo ha convertido en un nuevo y emocionante hito para la industria turística. El museo cubre múltiples exposiciones o muestras, sobre la historia geológica del petróleo en Noruega, así como las innovadoras soluciones de perforación que sobre la plataforma continental de este país se encuentran.

Con la ayuda de artículos audiovisuales, objetos e instalaciones interactivas, las exposiciones (muestras) proporcionan una idea de los factores geológicos, políticos, económicos y técnicos que intervienen en la industria petrolera, corazón de la economía del país.



2.1.1.3. Argentina: Museo Nacional del Petróleo

El Museo del Petróleo, según lo indicado en la propia página oficial de la institución⁵, fue creado en la década del '80 cuando Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF) decide concretar su propio museo como

⁵ Información, en el portal oficial del Museo Nacional del Petróleo, consultada el 10 de marzo de 2009 y disponible en la ruta:
http://www.mipatagonia.com/regiones/chubut/comodoro_rivadavia/museo_del_petroleo/index.htm

estrategia para la preservación de la memoria colectiva, acerca el desarrollo del patrimonio petrolero argentino.

Es así como el 26 de mayo de 1987, YPF dicta la Resolución No. 344 para apoyar en su totalidad la creación del finalmente conocido como Museo Nacional del Petróleo, y su inauguración se produjo el 13 de diciembre de 1987, al conmemorarse los 80 años del descubrimiento del petróleo.

A partir de 1992, al compás de las privatizaciones, YPF decide cerrar varias dependencias que incumbían a su Directorio, entre ellas el museo, que es transferido en agosto de 1993 a la Universidad Nacional de la Patagonia, y cuatro años después, por medio de la ley nacional fue declarado "Bien de interés histórico y cultural".

El Museo Nacional del Petróleo de Comodoro Rivadavia en Argentina, exhibe la historia del petróleo desde su formación, hasta su explotación e industrialización en la actualidad, haciendo especial hincapié en el relato de su descubrimiento en esta ciudad, "hecho que se ejemplifica en su interior, donde se tienen diferentes maquetas y relatos de YPF (Yacimientos Petrolíferos Fiscales)".

La exposición consta de dos partes: la Muestra Interior y la Muestra Externa. En la primera, ubicada en el edificio principal, se puede recorrer el "Túnel del Tiempo", donde se detalla en orden cronológico la vida del Universo; así como, documentos y fotografías del descubrimiento del petróleo en Comodoro Rivadavia, de la constitución de YPF y de las etapas en la elaboración, transporte y comercialización de subproductos.

El patio del museo alberga la Muestra Externa, donde se presentan y difunden las diferentes fases del ciclo de la explotación petrolera a través

de la exhibición de valiosas piezas como maquinarias, equipos y herramientas de principios de siglo⁶.

El Museo Nacional del Petróleo está considerado único en su tipo en América Latina; y a su vez, comparte las mismas características con museos de Rusia, Estados Unidos y Canadá. Por lo tanto, es uno de los cuatro museos específicos en petróleo del mundo y, por su temática específica, constituye un Museo de Ciencia y Tecnología.



2.2. Glosario de Términos

Es importante dejar en claro el significado que se le dio a algunos términos, en esta Investigación.

En este sentido el siguiente Glosario, pretendió ser ordenador de algunos conceptos propios de la Investigación.

Como se están definiendo términos de manera explícita, se consideró que constituyesen parte del Marco Teórico.

Museología: ciencia aplicada, la ciencia del Museo, su papel en la sociedad, los sistemas específicos de búsqueda, conservación, educación y organización. También tiene en cuenta las relaciones con el medio físico y la tipología. En definitiva, la Museología se preocupa de la teoría o funcionamiento del Museo (Hernández. 1992: 85-97).

Patrimonio cultural: Se tiende a utilizar el concepto de patrimonio cultural porque se considera que refleja un nuevo espacio donde se puede aprender a valorar y a conocer la identidad de una persona, pero también de un colectivo.

⁶ La página de turismo argentina, consultada el 10 de marzo de 2009 y disponible en: <http://www.patagonia.com.ar/chubut/comodororivadavia/mitopetroleo2.php>

Es una síntesis de los conceptos francés (patrimoine) e inglés (heritage), en que cada uno pone el énfasis en un aspecto diferente (Krebs-Schmidt, 1999: 207-245). El concepto francés pone el acento sobre aquello que se hereda de los antecesores, en aquello que han ido dejando las generaciones anteriores. Mientras que el concepto inglés incide en aquello que se transmite a los descendientes, a las generaciones futuras.

Proyecto: Puede ser visto esencialmente como un conjunto de actividades interrelacionadas, con un inicio y una finalización definida, que utiliza recursos limitados para lograr un objetivo deseado. Es entonces, una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados. Es de gran importancia porque permite organizar el entorno de trabajo⁷.

Pertinencia: En términos de un proyecto se define como la valoración acerca de la selección del mismo, entre otros que se podían haber realizado, sobre la identificación de sus objetivos y, la conveniencia de mantener, modificar o abandonar la línea de trabajo trazada. Para valorar la pertinencia de un proyecto es necesario tener un conocimiento profundo sobre el contexto, en el que éste se desenvuelve contemplando incluso sus efectos.

2.3. Bases Legales

Las leyes venezolanas consagran el derecho a la cultura. En la Constitución vigente, reza el Artículo 99 que “Los valores de la cultura constituyen un bien irrenunciable del pueblo venezolano y un derecho fundamental que el Estado fomentará y garantizará, procurando las condiciones, instrumentos legales, medios y presupuestos necesarios”.

Por su parte en la Ley Orgánica de la Cultura⁸, en su Título IV se establece que “La gestión cultural del Estado tiene por objeto la creación,

⁷ Página consultada el 16 de marzo de 2009 y disponible en:
<http://www.promonegocios.net/proyecto/concepto-proyecto.html>

⁸ Ley Orgánica de Cultura aprobada por unanimidad en la Comisión Permanente de Educación, Cultura, Deportes y Recreación de la Asamblea Nacional, en su sesión ordinaria del 22/06/05, consultada el 14 de marzo de 2009 y disponible en:

fomento y promoción de las condiciones institucionales que permitan el desarrollo cultural de la Nación y se establecen las políticas dirigidas a este fin.” En este sentido, las instituciones públicas están en el deber de propiciar, fomentar e impulsar los espacios culturales, siendo uno de éstos los museos.

Asimismo, los museos en Venezuela tienen como lineamientos de acción los que se derivan de la concepción de establecer la cultura como fuerza política de construcción social e integral; que a este respecto la Constitución Bolivariana de 1999 en su Capítulo VI, De los Derechos Culturales y Educativos expone los siguientes artículos:

Artículo 98. La creación cultural es libre. Esta libertad comprende el derecho a la inversión, producción y divulgación de la obra creativa, científica, tecnológica y humanística, incluyendo la protección legal de los derechos de autor o de la autora de sus obras. El Estado reconocerá y protegerá la propiedad intelectual sobre las obras científicas, literarias y artísticas, invenciones, innovaciones, denominaciones, patentes, marcas y lemas de acuerdo con las condiciones y excepciones que establezcan la ley y los tratados internacionales suscritos y ratificados por la República.

Artículo 100. Las culturas populares constitutivas de la venezolanidad gozan de atención especial, reconociéndose y respetándose la interculturalidad bajo el principio de igualdad de las culturas.

Artículo 101. El Estado garantizará la emisión, recepción, y circulación de la información cultural. Los medios de comunicación tienen el deber de coadyuvar a la difusión de los valores de la tradición popular y la obra de los artistas, escritores, escritoras, compositoras, cineastas, científicos, científicas, y demás creadores y creadoras culturales del país.

http://www.asambleanacional.gob.ve/index.php?option=com_dbquery&Itemid=182&task=ExecuteQuery&qid=7&leyes_id=20697

Por su parte, el conocimiento jurídico básico relativo al proceso de constitución y vida de un museo, podría perfectamente de limitarse, según lo expone la red de museos de Venezuela⁹. Se extrae en la síntesis los siguientes puntos:

✓ **Formas jurídicas escogibles para la creación una institución museística.**

Respecto a este primer punto, los museos pueden escoger para su conformación, en principio, cualquier forma jurídica de derecho privado. Por cuanto muy rara vez el interés de una institución museística va a ser el lucro, automáticamente quedan excluidas las formas de derecho mercantil (sociedades anónimas, etc.) y las de derecho civil como la sociedad civil con fines de lucro. Las formas preferidas son las fundaciones y las sociedades civiles sin fines de lucro, y casi siempre es el Estado, como supremo responsable de la difusión de la cultura, quien las genera.

✓ **El Acta Constitutiva y los Estatutos como eje de la vida jurídica del ente creado.**

La columna vertebral de la normativa de las fundaciones de origen público está en el Acta Constitutiva y en los Estatutos, que contienen normas inviolables para directores y administradores, tanto como para sus miembros. Para las fundaciones civiles hay que agregar las pocas normas que sobre la materia trae el Código Civil.

⁹ Página consultada el 12 de marzo de 2009 y disponible en la ruta:
http://museosdevenezuela.org/Documentos/Normativas/Normativa2_2.shtml

✓ **Naturaleza jurídica del ente creado y normativa jurídica.**

Como antes se dijo, es criterio dominante, incluso en la Procuraduría General de la República que las fundaciones de Estado, una vez registradas pasan a ser entes de derecho privado.

✓ **Patrimonio del ente.**

En cuanto al patrimonio de las fundaciones, en las de Estado suelen incluirse cláusulas que hacen referencia a la procedencia del mismo, pues fuera del mobiliario necesario para la operación de la fundación, la parte más importante y delicada de su patrimonio lo constituyen las colecciones que le sean cedidas por el Estado en grupo o unidades, otros entes, por los miembros de la fundación o por particulares, o las que, como consecuencia de aportes recibidos, la misma institución adquiera.

Finalmente, en función de lo expuesto, la tipología del museo que compete a este Trabajo Especial de Grado, es catalogada como la de museo nacional (sus colecciones deben tener este alcance), especializado (dispondrá de colecciones homogéneas correspondientes a un determinado tipo y/o período), público (sus colecciones serán propiedad del Estado). Se contempla la figura de Fundación de Estado, e interdisciplinario (pues el tratamiento de sus diferentes tipos de colecciones permite la conjunción de diferentes disciplinas).

2.4. Cultura petrolera y comunicación

La comunicación constituye un proceso entre dos polos activos los cuales se ven transformados por la interacción. Incluso inmersos en esta época de medios globales de comunicación, no se puede pensar ni entender la comunicación si no se parte de la cultura; pues cada uno de

los dos polos comunicantes expresa la cultura a la cual pertenece. De ahí la importancia del estudio multidisciplinario de la sociedad y su historia, para generar identidad, es así como la profesora Inés Quintero (2008), indica que:

“La historia es el único recurso que le permite a una sociedad apropiarse de ella misma, para conducirla, entenderla y actuar. Una sociedad sin memoria no tiene elementos para lidiar en el presente y mucho menos para prevenirse en el Futuro (...) el no tener referentes, es como asumir la vida sin saber quiénes somos”.

De esta manera, afianzar la relación entre cultura y comunicación, es necesario en la actualidad más que en ningún otro momento, pues innumerables factores están afectando la percepción que las comunidades tienen de sí mismas y de sus condiciones de existencia, de sus modos de construir y dar cuenta de sus identidades.

La reconfiguración de la cultura responde especialmente a la intensificación de la comunicación e interacción de esas comunidades con contenidos que le son propios y le dan cuenta, de su propia esencia; ayudándoles a delinear con mayor conciencia la indispensable reelaboración simbólica que exige la construcción de su propio futuro.

2.4.1. Concepto de cultura petrolera

La cultura grosso modo puede ser interpretada como una abstracción, proveniente de la construcción teórica resultante de los patrones de comportamiento de los individuos de un grupo.

En éste mismo orden de ideas, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en 1982, declaró que:

“...en su sentido más amplio, la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social”. (UNESCO: 1982)

La cultura petrolera no resulta estática y constituye en sí misma la herencia más pura del siglo veinte. De ahí que la comunicación constituye un vector importante de la interacción, el desarrollo y la incorporación de nuevos códigos a la intrincada malla cultural, de la nación.

Es entonces posible hablar de una combinación de lo global (la industria petrolera, determinada tanto por los mercados internacionales como por las políticas nacionales de desarrollo) y de lo local, es decir, de las políticas regionales y de la propia venezolanidad.

La cultura petrolera surge como respuesta a la asimilación por parte de la cultura local de una industria que la define, en donde los actores políticos y sociales sin mediar su naturaleza, se relacionan con sus propios intereses y a la vez con su historia, evolución, desempeño, valores y simbología.

2.4.2. Origen de la cultura petrolera en Venezuela

A partir de los años veinte, Venezuela se convierte en un país petrolero afianzándose como una nación prominente en el mercado internacional girando su ubicación geopolítica en el punto estratégico de las transacciones que de la explotación de este novísimo sector se derivaban. A partir de esto, se genera otro proceso de transfiguración, el de una sociedad rural a una moderna, circunscrita a la lógica del capital petrolero.

Dicho de otro modo, la actividad petrolera ha tenido una gran influencia en los venezolanos, presentándose como un fenómeno transformador, incluso marcando pauta en el comportamiento de la población, sobre todo por ser económicamente una actividad que daría paso a una nueva etapa con el consecuente impacto integral, de los ámbitos sociales, culturales y políticos.

En sí fue un proceso de transición que afectó a todas las estructuras de la sociedad venezolana, alterando arbitrariamente nuestra cultura, y la percepción que entre los mismos venezolanos se tenía de sí, pero que a su vez creó nuevas expectativas en el ámbito internacional también, donde transformó el papel de Venezuela ante la comunidad internacional.

De esta manera, se plantea el caso de la impronta petrolera, que más allá de lo económico, transfiguró fundamentalmente el ambiente cultural y social de Venezuela facilitando que éste se convirtiera en un país dependiente del recurso y de la renta por él generada, incluso para la obtención de los elementos necesarios para su desarrollo con lo cual se debilitaría el progreso de su aparato productivo; todo ello sustentado en el hecho de que "la cultura del petróleo... establece normas y crea una filosofía de la vida, para adecuar a una sociedad a la necesidad de mantenerla en las condiciones de fuente productora de materias primas... no se subordina a las necesidades de nuestros grupos humanos, sino que éstos son sometidos por aquella". (Quintero; 1968, 21).

Una de las posibles causas de la entronización de la dependencia petrolera y de la adecuación de los patrones culturales, en función del desarrollo del sector, puede estar afianzada en el desconocimiento de la sociedad acerca de los procesos políticos y productivos asociados al manejo de los recursos de la nación, hecho que genera además la falta de identificación y compromiso, con lo cual se prefirió ser agentes

silentes y despreocupados, instituyéndose en consumidores y beneficiarios.

Es así como se hace patente la necesidad de promover una mirada crítica de la población entorno a la construcción de principios de identificación que le darán una cierta racionalidad a un determinado orden político, económico y social; éste se cristalizará únicamente a partir del conocimiento pleno del sector, su valor estratégico y su alcance para el devenir histórico de los venezolanos. Con ello, se promoverá la formación de una suerte de fondo común de representaciones y actitudes para el desarrollo de una nueva trama histórica y la posibilidad de construir nuevos principios de identificación individual y colectiva.

2.4.3. La comunicación organizacional y la promoción de cultura

La cultura es un factor determinante en la vida de las comunidades y en la construcción de la ciudadanía, pues es la que provee al hombre con la capacidad de reflexionar sobre sí mismo, es igualmente la que torna racionales, críticos y éticamente comprometidos a las personas y las formas para discernir valores y disfrutar de mayores opciones. La contribución desde lo empresarial radicará en el fortalecimiento del acervo informativo posibilitando su posicionamiento en el ámbito nacional, pues se facilita que el colectivo, discierna nuevos contenidos sobre su propia realidad, identidad y cultura.

Es entonces posible indicar que resulta determinante para el funcionamiento eficaz de las organizaciones sociales, observar a la comunicación como una herramienta clave que juega un papel de primer orden en su proyección institucional; de ahí que la conjunción entre la comunicación y la cultura, haga que las organizaciones sean organismos de constante interacción, con lo cual la búsqueda de nuevos medios y

espacios para hacerse presentes ante los diferentes públicos resulte fundamental.

Entender la comunicación como oportunidad de encuentro con el otro, plantea una amplia gama de posibilidades, allí radica su razón de ser, ya que es por medio de ella como se logra el entendimiento, la coordinación y la cooperación que posibilitan el crecimiento y desarrollo de las organizaciones y de su imagen e identidad.

2.5. El Museo

Como un proyecto para impulsar la cultura petrolera nacional y un atractivo para apalancar la comunicación organizacional y promover la imagen corporativa de Petróleos de Venezuela, se delineó la necesidad de crear el Museo venezolano del Petróleo.

En este sentido, los museos como instituciones dedicadas a la investigación, conservación y difusión del patrimonio, tienen la responsabilidad de gestionar los procesos de comunicación social, sobre los cuales debe fundamentarse la transmisión y comprensión de la cultura.

El mero hecho de entender el museo como una institución social, capaz de aproximarse al significado cultural de la sociedad en la que se inscribe, hace que se convierta en un centro de educación patrimonial y en un fenómeno capaz de reactivar la realidad cultural de su entorno, y a la vez promover la imagen corporativa de la estatal petrolera, a partir del reforzamiento de su capacidad comunicativa.

De esta forma, el museo puede ser entendido como un claro referente identitario, potenciando la cultura propia de las organizaciones al mismo tiempo que propicia el respeto a las características culturales del colectivo en el que se inserta y la importancia del hecho de ser un ente

unificador entre la sociedad y la empresa. De esta manera, se convierte en uno de los instrumentos básicos para la difusión del reconocimiento e identificación cultural y la comunicación a través de la enseñanza del patrimonio.

2.5.1. Definición y funciones

“La palabra museo viene del latín mouseion, que significa templo dedicado a las 9 musas guías de los espíritus y fuente de inspiración de la música, poesía, artes y ciencias. Los museos, son en realidad herederos del coleccionismo medieval y se han desarrollado al mismo tiempo que la sociedad” (Castellanos: 1988), describiendo de esta manera su vinculación con el saber y el pensamiento reflexivo y creativo es que se ha relacionado el nacimiento de las sociedades complejas y el desarrollo, en especial de las artes, la filosofía y las ciencias.

En búsqueda de lograr acuerdo, instituciones ligadas a la UNESCO cómo la ICOM- Internacional Council of Museums / Consejo Internacional de Museos- han logrado en sus estatutos desarrollar definiciones desde 1946 que resuman la misión de esta institución. Según la más reciente de dichas reseñas, “Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro y al servicio de la sociedad y su desarrollo, que es accesible al público y acopia, conserva, investiga, difunde y expone el patrimonio material e inmaterial de los pueblos y su entorno para que sea estudiado y eduque y deleite al público.”

Hernández también rescata lo siguiente: “Huelga decir que la misión científica se basa en el estudio de las colecciones. En estos últimos años está surgiendo una nueva corriente que centra la labor del museo como servicio público, llegando ésta incluso a suplantar al resto de las funciones. De esta manera, nos encontramos, por una parte, las

colecciones; y, por otra, el público sin llegar a alcanzar un equilibrio entre ellas. En este sentido, el museo se está convirtiendo en un medio de comunicación de masas”¹⁰. En este sentido, es necesario resaltar el aspecto comunicativo de un Museo, entendido como un proceso que transmite los conocimientos y las experiencias creativas integrando y dinamizando las acciones culturales que van dirigidas al público, sin alejarse de sus funciones clásicas se mantienen, siendo las tareas de registro, conservación investigación y exhibición parte de su quehacer.

Dadas las características del museo, es posible indicar que posee un rol importante para la educación no formal, y a su vez una herramienta para la formal. Se ha tenido también en cuenta la visión del museo como medio de comunicación. “En primer lugar, su estructura le convierte en un emisor de mensajes científicos, de estímulos cuyo interés es influir en los conocimientos científicos de los visitantes que buscan respuestas, explicaciones sobre fenómenos físicos, químicos y naturales, o que simplemente desean divertirse. No se habla del canal utilizado por los MCT¹¹ sino de los canales, desde el uso de los medios masivos hasta la participación de científicos en conferencias, pasando por la utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), y con un amplio margen de receptores” (Castellanos, 1988).

Desde esta perspectiva, el museo se convierte en un espacio de producción cultural por parte de los receptores, invirtiendo así su papel pasivo por el activo, favoreciendo el desarrollo de herramientas conceptuales necesarias para su captación y dando información útil en función de los segmentos de público a los que se dirige favoreciendo la

¹⁰ Hernández Hernández, Francisca. Evolución del concepto del museo. Revista General de Información y Documentación, Vol. 2(I), 85-97. Ed. Complutense, Madrid, 1992. Consultado el 16 de abril de 2009 y disponible en:

<http://revistas.ucm.es/byd/11321873/articulos/RGID9292120085A.PDF>

¹¹ Nota del autor: en el párrafo las siglas MCT hacen referencia a Medios de Comunicación Tradicional.

divulgación de elementos culturales e informativos pero, apalancando a su vez, la imagen de las instituciones que a través de él se promueven.

Finalmente y como plantea Beatriz Hernández, dentro de las funciones primordiales del museo se desprenden la Histórica, Social, Didáctica y de Difusión, en el sentido práctico de la búsqueda de identidad cultural, de la contribución de los museos a los objetivos pedagógicos y por la preocupación por resguardar y dar a conocer bienes culturales, facilitando la transmisión del mensaje del patrimonio.

2.5.2. Potencialidades del museo como canal de comunicación

El museo, es un espacio que puede ser considerado como un medio de insospechada importancia en la sociedad actual, debido en gran parte a su naturaleza comunicativa, a la particularidad de su lenguaje, flexibilidad temática y capacidad para llegar a diversos públicos.

Estas características permiten a los museos postularse como espacios efectivos de comunicación y de transmisión del conocimiento, donde es posible trascender las fronteras disciplinarias con el objetivo común de crear lazos de pertenencia entre los diversos sectores de la sociedad, de ahí que la cultura petrolera pueda ser promovida utilizando este recurso.

Asimismo, es un medio para la formación no formal de la sociedad, debido a que los museos son el centro de las emociones colectivas donde se alberga la materialización de la memoria, los objetos son sus instrumentos y la exposición museal es el espacio donde se configura.

Finalmente, es importante hacer la precisión de la diferencia comunicacional del museo con los medios masivos que radica en que en el museo los espectadores tienen encuentros cara a cara, en tiempo real,

en un mismo espacio y con objetos físicamente reales, tal como lo plantea Beatriz Hernández en su artículo El Museo como Medio de Comunicación Intercultural.

2.5.3. Difusión de contenidos y de información

El museo es en sí mismo un gran comunicador, ya que todo lo que implica su razón de ser, constituye una forma de comunicación. Las grandes áreas de trabajo que configuran la esencia de la institución museística: documentación, conservación, investigación, difusión y adquisición de bienes culturales, cuentan con un denominador común en el área de comunicación.

Los museos han sido desde su origen espacios donde se median las relaciones sociales en estrecha unión con el conocimiento y el poder, siendo posible en el escenario actual la expansión de este espacio para la democratización de sus contenidos y propuestas; además es necesario materializar el hecho de que la museología actual involucra en sus análisis las teorías de la comunicación y el lenguaje, los alcances de las ciencias humanas en estudios de cultura material y economía política para llegar a ver el museo como un medio de comunicación.

En este sentido, el museo se reinventa facilitando la interacción con sus interlocutores, involucrando a los visitantes dentro de una puesta en escena de la temática y los objetos expuestos, permitiéndole ser actor dentro de la exposición y ofreciéndole la información necesaria para ser intérprete de los contenidos. Entonces, se hace necesario echar mano a todos los artilugios tecnológicos para cargar el espacio de significados, incitándolos a explorarlo con los cinco sentidos e interpretarlo a través de la experiencia interactiva.

“Este tipo de museografías se proponen como una perspectiva necesaria para dirigirse al público, si es que quieren influir en la sociedad actual que se encamina hacia una forma de vida donde los individuos necesitan contar con su propio espacio hipermediático” (Hernández, 1998:17).

En este sentido, la comunicación juega un papel importante, entendida como el proceso de intercambio de significados que hace posible la convivencia y la interacción. Donde, el medio de comunicación por excelencia es la exposición, siendo en ella donde se realiza la interacción con el público dando sentido a la razón de ser del museo dentro de la sociedad.

Asimismo, es necesario precisar que el elemento primordial con el que cuentan los museos para comunicarse son los objetos, ya que en la exposición cada objeto es un desafío para el observador, es portador de un sentido subrepticio, un valor que lo diferencia de los objetos que manipulamos en la cotidianidad, donde el deseo de apropiarse de este sentido es la principal riqueza de la exposición como medio de comunicación.

Mientras que el encuentro con el objeto, se deriva de la narrativa de la cual hace parte; es decir, las formas semánticas y el estilo como se trata el tema a través del recorrido de la exposición y que lleva a que este momento sea importante para el visitante y merezca ser recordado y socializado, siendo la composición de públicos absolutamente heterogénea.

Todas las características mencionadas anteriormente, hacen evidente el carácter comunicativo del museo más allá del valor que posee para la preservación y acumulación de elementos de la historia colectiva, al igual que se hace patente la posibilidad de ser un medio efectivo para

estimular procesos cognitivos dentro de un espacio lúdico, invitando al visitante a la reflexión, a la inspiración, a la imaginación de nuevas realidades o a la exploración de él mismo como individuo y su sociedad.

2.6. La metodología de proyectos para el diseño y gestión de estructuras de comunicación

La necesidad de optimizar el diseño y la gestión de las comunicaciones se impone como una de las principales necesidades del ámbito empresarial, en función de lo cual la metodología de proyectos permite que el proceso de creación de los mensajes y su adecuación a los objetivos estratégicos, a las demandas del entorno y a la cultura organizacional se realicen de manera ordenada, lógica y dinámica. Facilitando además estrategias novedosas y medios alternativos a los tradicionalmente empleados a tal efecto.

En términos de comunicación, lo que no se ve no existe. La comunicación entonces, se yergue como uno de los factores estratégicos esenciales para la innovación y el posicionamiento de empresas e instituciones, para lo cual la comunicación organizacional debe asumir la responsabilidad de formalizar no solo las políticas estratégicas de las organizaciones en la materia, sino echar mano de técnicas propias de otros sectores pero que a efectos de las propuestas a desarrollar en el campo comunicacional puedan ser adaptadas o extrapoladas.

El uso de las tecnologías de información no debe restringirse solamente a la gestión y control del proyecto y las actividades propias de su desarrollo, sino que debe ser además flexibles en términos de facilitar su incorporación a estructuras de desarrollo organizacional que permitan explotar las potencialidades de la comunicación organizacional y el manejo de la imagen corporativa.

En éste sentido, la aplicación conjunta de la comunicación y la metodología de proyectos será de mayor importancia debido a que el tema del impacto y de la efectividad de los proyectos tiene cada día más peso en las decisiones macro sobre asignación de recursos cada vez más escasos, para las estrategias tradicionales de comunicación.

2.6.1. La gestión de proyectos como medio para alcanzar la propuesta

La planificación es una actividad empresarial imprescindible en cualquier ámbito, es así como las comunicaciones se transforman en materia propicia para determinar una de las áreas de la gerencia de proyectos; yendo, más allá incluso de hacer llegar la información requerida a los miembros del equipo en el momento adecuado, llevando el record histórico de los sucesos en el proyecto y verificando que todas las personas involucradas reciban la información preparada.

Indiscutiblemente, a efectos del Trabajo Especial de Grado que nos compete, la metodología de proyectos permitirá realizar un modelo general sobre la falibilidad, los medios, recursos y las coordinaciones necesarios para poder llevar a cabo la cristalización del espacio como estrategia para la comunicación, en el sentido bidireccional de promover la cultura petrolera en Venezuela y a la vez proveer a la estatal petrolera de un medio no tradicional e indirecto para la difusión de su imagen corporativa de cara a la vocación social y de servicio, de la Nueva PDVSA.

2.6.2. La Matriz de Marco Lógico

Según el Manual de Gestión del Ciclo de Proyecto de la Comisión Europea, el marco lógico es un instrumento que trata a la vez un ejercicio y un método de análisis que permitió presentar de una manera sistemática y lógica los objetivos de un proyecto y sus relaciones de causalidad, siguiendo el esquema de causa-efecto o medios - fines para relacionar todos los elementos de una acción o fase.

Los resultados de este proceso se resumen en una matriz, que describe los aspectos más importantes del proyecto:

El Marco Lógico

	Lógica de intervención	Indicadores objetivamente verificables	Fuentes de verificación	Hipótesis
Objetivos globales				
Objetivo específico				
Resultados				
Actividades		Medios	Costes	
				Condiciones previas

12

Es importante señalar que, el marco lógico se utiliza en todas las fases del proyecto, tanto durante la preparación como durante la ejecución y evaluación, pues de él se elaborarán los presupuestos, la repartición de responsabilidades, el cronograma de ejecución y el plan de seguimiento. Así pues, “el marco lógico ayuda a las personas encargadas de la preparación y la ejecución de proyectos para estructurar y formular mejor sus pensamientos y para expresarse de manera clara y uniformizada” (Comisión Europea – Europe Aid, 2001:9).

Asimismo, se planteó la utilización árboles de problemas, debido a que el encadenamiento causa/efecto, permitirá que se ordenen los

¹² Gráfico tomado del Manual de Gestión del Ciclo de Proyecto de la Comisión Europea.

problemas principales facilitando identificar el conjunto de problemas sobre el cual se concentrarán los objetivos del proyecto. De esta manera, y en una fase de desarrollo más profundo de este Proyecto, se podrán verificar mejorar en el diseño, efectuar un monitoreo de los "supuestos" del proyecto durante su ejecución y, una vez terminado, facilita la tarea del evaluador.

CAPÍTULO III

Marco Contextual

El Proyecto en cuestión, se ejecutó a partir de la realidad actual percibida tanto en el seno de la Estatal Petrolera (Petróleos de Venezuela, PDVSA), como en el escenario museístico venezolano, pues existe un claro vacío en el tratamiento de esta temática en la propuesta nacional.

3.1. Petróleos de Venezuela, S.A. (PDVSA)

Petróleos de Venezuela S.A. es la corporación estatal de la República Bolivariana de Venezuela que se encarga de la exploración, producción, manufactura, transporte y mercadeo de los hidrocarburos, de manera eficiente, rentable, segura, transparente y comprometida con la protección ambiental; con el fin último de motorizar el desarrollo armónico del país, afianzar el uso soberano de los recursos, potenciar el desarrollo endógeno y propiciar una existencia digna y provechosa para el pueblo venezolano, propietario de la riqueza del subsuelo nacional y único dueño de esta empresa operadora.

En éste mismo orden de ideas, por mandato de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, la totalidad de las acciones de Petróleos de Venezuela S.A. pertenecen al Estado Venezolano, en razón de la estrategia nacional y la soberanía económica y política, ejercida por el pueblo venezolano. En ese sentido, Pdvsa está subordinada al Estado Venezolano y por lo tanto actúa bajo los lineamientos trazados en los Planes de Desarrollo Nacional y de acuerdo a las políticas, directrices, planes y estrategias para el sector de los hidrocarburos, dictadas por el Ministerio del Poder Popular de Energía y Petróleo.

La Corporación estatal, creada en 1975, por la Ley Orgánica que reserva al Estado la industria y el comercio de los hidrocarburos, cuenta con trabajadores comprometidos con la defensa de la soberanía energética y el deber de agregar el mayor valor posible al recurso petrolero, guiados por los principios de unidad de comando, trabajo en equipo, colaboración espontánea y uso eficiente de los recursos¹³.

De acuerdo con un estudio comparativo publicado el 1 de diciembre de 2008 por Petroleum Intelligence Weekly (PIW)¹⁴, PDVSA ha sido considerada en el cuarto lugar entre las compañías más grandes a nivel mundial en el negocio petrolero. El estudio estuvo basado en una combinación de criterios operacionales, tales como: reservas, producción, refinación y ventas, según los cuales PDVSA es calificada de la siguiente manera:

- Quinta en reservas probadas de petróleo y gas.
- Séptima en producción.
- Quinta en capacidad de refinación.
- Octava en ventas.

Aunado a la información netamente operacional, se hace imperativo, considerar que en el seno de la empresa se produce, una resaltante valoración de la importancia de lo humano, de la cultura y la comunicación que le son propias buscando reflejarlas hacia la comunidad, dada la vocación humanista asumida como resultado de los sucesos derivados del Paro Petrolero acaecido entre 2002 y 2003. Visto así, la comunicación en la empresa es sinónimo de una cultura empresarial

¹³ Información que puede ser ampliada en el portal oficial de PDVSA, los datos aquí expuestos fueron consultados el 02 de julio de 2009; en la ruta:
http://www.pdvsa.com/index.php?tpl=interface.sp/design/readmenu princ.tpl.html&newsid_temas=11

¹⁴ Información consultada el 02 de julio de 2009 y disponible en:
http://www.pdvsa.com/index.php?tpl=interface.sp/design/readmenu princ.tpl.html&newsid_temas=14

eficiente y su razón de ser es canalizada por parte de una gran mayoría de sus integrantes y a su vez, busca que este aspecto de desarrollo se genere en el colectivo externo.

De ésta manera se hizo patente que el diseño de un Museo venezolano del Petróleo, auspiciado por la estatal petrolera nacional, sembraría la cristalización de un medio comunicacional a través del cual se promovería la concienciación y el aprendizaje de la cultura petrolera nacional; y a la vez abría una vía para la promoción de la imagen corporativa de la Empresa.

Como resulta lógico pensar, éste esfuerzo académico constituyó una actividad que generó una visión holística de la propuesta de realización del museo y que a su vez, se plantea sirva de punto de inicio para que un equipo multidisciplinario de la Empresa pueda llevarla a término. Debido a que una tarea de tal envergadura demanda de un vasto número de especialistas para su cristalización, entre los que destacan: Planificadores, Ingenieros, Arquitectos, Geólogos, impulsar la incorporación del Centro de Información Tecnológica de PDVSA (debido a la gran cantidad de información de interés para la industria petrolera), Unidad de archivo Audiovisual de Asuntos Públicos de PDVSA, entre otros, propios de la industria; mientras que los externos podrían ser: apoyo del Ministerio para el Poder Popular de la Cultura, y la Fundación de Museos Nacionales, se hizo una propuesta lo más completa posible a efectos de proporcionar un esbozo general de lo que se pretende alcanzar con la realización del Museo.

3.2. Gerencia de Prevención y Control de Pérdidas (PCP)

La gerencia Corporativa de Prevención y Control de Pérdidas (PCP), se plantea como una de las unidades administrativas de Petróleos de Venezuela, a la cual le ha sido conferida la preservación del patrimonio y activos de la industria; actividad que desarrollo a partir de la implantación del modelo preventivo de seguridad, sustentado en el mejoramiento continuo de sus procesos bajo la premisa de que la seguridad es corresponsabilidad de todos los trabajadores de la Corporación.

Asimismo y según lo desarrolla esta unidad administrativa de Petróleos de Venezuela S.A. en su libro de Resultados 2006. Camino a seguir 2007:

“PCP se caracteriza por tener una Dirección Estratégica centralizada, con políticas y lineamientos uniformes. Su ejecución y operación es descentralizada, conformada por procesos y estructurada por regiones, filiales y negocios con característica matricial (por operación y por funciones), que permiten mantener presencia con los mismos productos y servicios en toda la Corporación, bajo una sola unidad de mando (regional / centralizada¹⁵) y con la flexibilidad requerida de la Corporación, de acuerdo a las circunstancias que el entorno y su complejidad demandan junto a las líneas de desarrollo y fortalecimiento estratégico contempladas en el Plan Siembra Petrolera”.

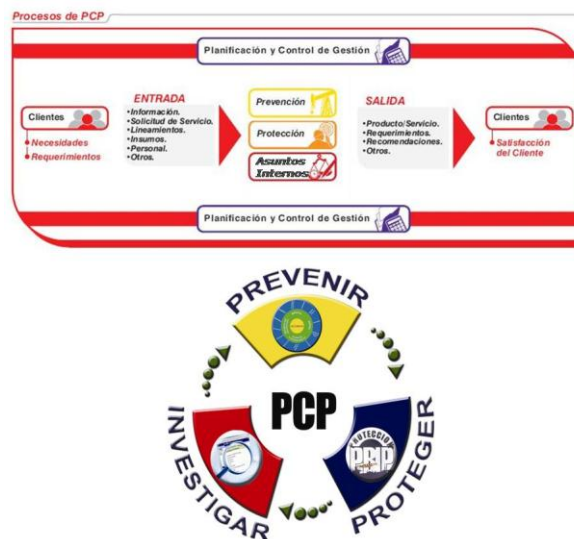
Es importante señalar que la Gerencia sustenta su actuación en un equipo humano técnicamente calificado en las mejores prácticas de Seguridad y guiado por principios de orientación ética; que vinculan su actuación con los más altos intereses de la República Bolivariana de

¹⁵ Tiene una estructura altamente jerarquizada, en lo que respecta a sus tramos de control en niveles supervisorios. Predominando la departamentalización o segregación del trabajo por área geográfica y por proceso.

Venezuela. De ahí la correspondencia con una tendencia más especializada que integrada.

Igualmente, esta Gerencia Corporativa presenta además un modelo de administración por objetivos, los cuales están definidos por la interacción entre la línea supervisoría y los colaboradores de todos los niveles, cuya medición se realiza en función del logro de las metas definidas a tal efecto; siendo también, una organización estructurada por procesos: tres medulares (Prevención, Protección y Asuntos Internos) y uno facilitador (Planificación y Control de Gestión)

Mapa de Procesos y cadena de valor de la función:



16

A pesar de que la naturaleza de su función es mixta, es decir, técnica y operacional, su razón es la de prestación de servicio. Es así como, conscientes de esta característica han asumido el compromiso de mejorar y satisfacer las necesidades de sus clientes, a partir de la implantación de su Sistema de Gestión de la Calidad, a través de la estandarización de sus procedimientos de trabajo a nivel nacional, y la homologación de su documentación.

¹⁶ Material referencial tomado de Gerencia Corporativa de Prevención y Control de Pérdidas (2007). *Resultados 2006. Camino a seguir 2007*. Caracas: PCP.

Lo anterior, sumando a la ejecución de auditorías internas le ha valido la obtención de la Certificación bajo la Norma ISO 9001:2008, de su Sistema de Gestión de la Calidad, por parte del ente certificador en Venezuela: FONDONORMA.

La filosofía de gestión de PCP, se compone de Visión, Misión, Política de Calidad, Valores y Objetivos de la Calidad cuya última revisión corresponde al 10 de septiembre de 2008.

En virtud del proyecto que se desarrolló a manera de Trabajo Especial, de Grado, se determinó que fuese esta la organización que elevara la propuesta toda vez, que la autora de la misma, desarrolla labores como Analista de Prevención (en el subproceso de Cultura Preventiva) en la Gerencia Funcional de PDVSA Intevep. Actividad que le ha valido llevar a cabo, entre otras múltiples actividades, acercamientos comunitarios en materia de educación, concienciación y posicionamiento de la Gerencia y de la concepción preventiva de la seguridad de la industria petrolera.

Desde esta perspectiva, en el 2007 se llevaron a cabo las 4^{tas} Jornadas de PCP en el marco de la semana aniversario de la función (la cual ya arriba a 26 años en el seno de la Corporación). Esta semana, congregó un evento de grandes proporciones, ya que fue realizado en simultáneo en todas las áreas, regiones y filiales de la Corporación bajo el concepto de “Educando para tu seguridad”.

De manera puntual, las acciones correspondientes a la Región Metropolitana se concentraron en la Filial Intevep, en la cual se hizo a entre distintas atracciones, una sala de exposición en la cual se recorría la cadena de valor de PDVSA (exploración, explotación, refinación y comercialización y transporte), observando no solo los procesos productivos sino, de qué manera coadyuvaba a la continuidad operacional la labor de PCP; terminando, en un simulador donde el visitante realizaba

un recorrido virtual junto al equipo de Protección Industrial de PCP en una situación de contingencia operacional. Siendo éstas atracciones, las más demandas en el itinerario.

De ahí que el Museo del Petróleo, se observó como un proyecto factible y además, sustentado en la misión de PCP de “Preservar el patrimonio de PDVSA y sus Empresas Filiales, mediante la ejecución de acciones preventivas y correctivas, enmarcadas en el principio de corresponsabilidad, contribuyendo así a la continuidad del negocio y al desarrollo integral de la nación”; debido a que la educación y la concienciación constituyen acciones indirectas para el resguardo patrimonial y del manejo racional de los recursos estratégicos.

Es de hacer notar que éste esfuerzo académico, será propuesto para su desarrollo por parte de Petróleos de Venezuela S.A., a la Gerencia Funcional de Prevención y Control de Pérdidas de PDVSA Intevep, ubicada en la Ciudad de Los Teques, Estado Miranda. Filial que posee una ubicación privilegiada, facilitando que esta iniciativa impacte a un número significativo de personas del área metropolitana y Gran Caracas, principalmente en edad escolar, así como un vasto espacio físico (1442 hectáreas) en las cuales se puede albergar al Museo.

Permitiendo además asociar la función de PDVSA Intevep, a la motivación del proyecto ya que, es la empresa filial de PDVSA cuya orientación estratégica es generar soluciones tecnológicas integrales, con especial énfasis en las actividades de Exploración, Producción, Refinación e Industrialización. De igual manera, es su responsabilidad el resguardo del acervo tecnológico de la Corporación.

Sumándole que en la Corporación se llevan a cabo esfuerzos para encaminar la educación y la conciencia del próximo profesional, hacia el campo de la producción científica y del manejo de los hidrocarburos, a

través del Programa de Educación Petrolera en su Capítulo Intevep, el está dirigido a docentes y estudiantes del segundo año del ciclo diversificado de los planteles públicos y privados de los Altos Mirandinos, con inclinación hacia las ciencias básicas; su finalidad es brindarles información, orientación y apoyo, dirigidos a desarrollar investigaciones en las áreas de Petróleo y Ambiente. Acción que al tener el Museo del Petróleo, podrá ser más vívida además de nutrir con sus aportes las salas itinerantes.

3.2.1. ¿Quién recibe y quién tiene la potestad de la toma de decisiones en el caso del Museo del Petróleo?

Tal como se enunció en los apartados anteriores, la propuesta como tal la elevará la Gerencia Funcional de Prevención y Control de Pérdidas de PDVSA Intevep, a la Junta Directiva de la Filial.

En función de las consideraciones que éste cuerpo colegiado realice al proyecto se considerará hacer la propuesta formal ante la máxima autoridad de la Corporación, es decir, Presidencia y la Junta Directiva de PDVSA, quienes determinarán si la iniciativa tiene cabida dentro de las pautas a desarrollarse en el marco del Plan Siembra Petrolera y alineándose a los objetivos del Plan Nacional Simón Bolívar (Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013)¹⁷, acerca de desarrollar una red eficiente de información y de educación no formal hacia el pueblo, promoviendo canales no tradicionales a tal efecto.

¹⁷ Página oficial del Ministerio para el Poder Popular para la Planificación y el Desarrollo, consultado del 03 de julio de 2009 y disponible en la ruta: <http://www.mpd.gob.ve/Nuevo-plan/plan.html>

CAPÍTULO IV

Marco Metodológico

Es importante considerar que el tema que desarrolló este Trabajo Especial de Grado, partió de una realidad clara, notoria y efectiva: la inexistencia de un Museo del Petróleo en Venezuela. Para llevar cabo el Trabajo Especial de Grado, se utilizaron conceptos propios de la museología, la comunicación y la vertiente organizacional de la disciplina, así como de la gerencia de proyectos.

De hecho, los postulados de trabajo se contrastaron con los contenidos teóricos y la información recabada, a partir de la consulta de expertos. Debido a que, estos facilitaron insumos para la realización del proyecto en sí mismo, determinando su factibilidad.

En éste sentido, exponiendo que éste es ejecutable toda vez que el proyecto sobre el Museo del Petróleo, persigue brindar un servicio tanto para satisfacer una necesidad, como colmar una expectativa.

Con miras a lograr llevar a buen término el proyecto se realizó una investigación sobre las experiencias desarrolladas en varios países para diseñar y construir sus museos del petróleo, sus motivaciones y el rol que culturalmente le brindaron en función del desarrollo del sector en cada uno de los casos. Todo ello, efectuando un arqueo informativo de carácter documental, a partir de revisiones bibliográficas, para el análisis de la información obtenida y contrastarla con la viabilidad de realizar la propuesta en Venezuela.

4.1. Tipo de Investigación

El Trabajo Especial de Grado: **“El Museo venezolano del Petróleo: un proyecto comunicacional para impulsar la cultura petrolera nacional”**, pretendió ser un proyecto factible, esencialmente descriptivo y documental, sumando además la aplicabilidad de la investigación, ávida cuenta que se planteaba la posibilidad de realizar el diseño de una propuesta a manera de proyecto.

En éste sentido, “las investigaciones descriptivas se proponen conocer grupos homogéneos de fenómenos utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento (...) se ocupan, de la descripción de hechos a partir de un criterio o modelo teórico definido previamente” (Sabino 1994:55).

De manera de brindar, un mayor rigor teórico metodológico a las características propias de la investigación descriptiva, se amplió la propuesta gracias a los aportes documentales y al desarrollo de la propuesta de constatar que el museo no solo construye un espacio de comunicación y educación, sino que puede ser un instrumento comunicacional para la promoción de la imagen corporativa.

Asimismo, sus características hacen que los conocimientos que se pretendían obtener fueran insumo para proceder luego a la acción, pues es un proyecto susceptible de materializarse a manera de espacio de comunicación y educación dentro de la estatal petrolera venezolana, PDVSA. Lo anterior se sustenta en que un proyecto es factible cuando la elaboración de una propuesta viable, destinada atender necesidades específicas se da a partir de un diagnóstico.

El Manual de Tesis de Grado y Especialización y Maestría y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Libertador, (2003), plantea que

este tipo de proyecto: “consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos necesidades de organizaciones o grupos sociales que pueden referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos, o procesos. El proyecto debe tener el apoyo de una investigación de tipo documental, y de campo, o un diseño que incluya ambas modalidades” (p. 16).

4.1.1. Técnicas de recolección de la información

Tal como indica Sabino¹⁸, “es mediante una adecuada construcción de los instrumentos de recolección que la investigación alcanza entonces la necesaria correspondencia entre teoría y hechos”; de ésta manera, es prioritario definir que los métodos seleccionados específicamente para este TEG resultaron eminentemente cualitativos, y se sustentaban en recopilación de información relativa al tema en desarrollo, su análisis y adaptación a la interrogante planteada.

En línea con lo anterior, la recolección primaria de datos, se planteó en base a la posibilidad al realizar algunos aspectos del análisis crítico y la validación de la propuesta museística del área metropolitana, como acciones cualitativas complementarias (observación). Adicionalmente se considera la realización de entrevistas (no estructuradas focalizadas y formalizadas), a personal relacionado con la aplicación e implantación de un proyecto de esta índole; tanto en el ámbito académico y cultural como en el petrolero.

¹⁸ Sabino, Carlos (1992). *El proceso de investigación*. Caracas: Ed. Panapo. Documento digital, consultado el 15 de mayo de 2009 y disponible en: <http://paginas.ufm.edu/Sabino/libros/index.html>

En lo que respecta a la metodología de proyectos se escogió esta disciplina gerencial, pues parafraseando a Yamal Chamound en el primer capítulo de su libro *Administración Profesional de Proyectos*¹⁹, permite entre otras acciones, la racionalización de la inversión, constituye un medio para la solución de problemas, permite el desarrollo de mecanismo de concertación y gestión de recursos y para la coordinación institucional; así como que se puede determinar a manera de instrumento de control de gestión, toda vez que se vislumbró que fuese una empresa el brazo ejecutor de la propuesta o proyecto.

De manera general, para llevar a cabo el proyecto factible, lo primero a realizarse fue un diagnóstico de la situación planteada; en segundo lugar, plantear y fundamentar con basamentos teóricos la propuesta a elaborar y establecer, tanto los procedimientos metodológicos así como las actividades y los recursos necesarios, para llevar a delante la ejecución. Aunado a esto, se realizó el estudio de factibilidad del proyecto y, por último, la ejecución de la propuesta con su respectiva evaluación; es entonces posible afirmar que las fases o etapas fueron: diagnóstico, factibilidad y diseño de la propuesta, mismas que culminaron con la validación lo que conlleva necesariamente a una tercera fase del proyecto, es decir plantear su ejecución.

4.1.2. Instrumentos para la recolección de la información

El análisis documental, se realizó a partir de la interpretación de fuentes de diversa índole (textos, tanto escritos como, grabados, filmados..., u otra forma diferente donde puedan existir toda clase de registros de datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos, videos,...entre otros).

¹⁹ Chamound, Yamal (2007). *Administración Profesional de Proyectos. La Guía*. México: Mc Graw. Hill.

Se escogió esta variante de análisis pues, ésta técnica, que permite posicionarse en perspectiva de tres aristas de manejo de la información, a saber:

- Obtener los datos tal y como se comunican.
- Observar y/o conocer el contexto de los datos.
- El conocimiento adquirido exige dividir y categorizar la realidad.

Esta técnica, según Bartolomé Pina²⁰, se configura, como una técnica objetiva, sistemática, cualitativa y cuantitativa que trabaja con materiales representativos, marcada por la exhaustividad y con posibilidades de generalización. Razones por las cuales se hace adecuada e idónea a los fines de este Trabajo Especial de Grado.

Como parte de la batería de instrumentos propios de la comunicación, se contemplaron además las entrevistas (no estructuradas focalizadas y formalizadas) vistas a manera de consulta a expertos, las cuales buscaron lograr información y aprendizaje sobre acontecimientos y actividades que no se pueden observar directamente, utilizando a los interlocutores a manera de informantes, describiendo lo que sucede y las percepciones de otras personas. Asimismo, se pretendió proporcionar un cuadro amplio de escenarios, situaciones o personas que presentan una comprensión detallada sobre el objeto de estudio del Trabajo de Grado.

Teniendo en cuenta a Sabino, en El Proceso de Investigación, en las entrevistas no estructuradas existe un margen más o menos grande de libertad para formular las preguntas y las respuestas características que se suma a la posibilidad que tiene de concentrarse en un único tema, las

²⁰ BARTOLOMÉ PINA, M. (1981): Estudios y experiencias sobre educación en Valores. Madrid: Nancea. **Obtenido en:** Luis Porta y Miriam Silva (2003). La investigación cualitativa: El Análisis de Contenido en la investigación educativa. Documento electrónico disponible en: <http://www.uccor.edu.ar/paginas/REDUC/porta.pdf> Consulta realizada el 18 de enero de 2009.

de tipo focalizadas. Mientras tanto, las formalizadas, se desarrollan en base a un listado fijo de preguntas cuyo orden y redacción permanece invariable, para las cuales se realizarán guías puntuales de entrevista y cuestionarios, incluso con preguntas alternativas.

Como último tipo metodología, se tiene el autoadministrado, que se desarrollará con los expertos que brindarán su apoyo desde el extranjero y que por razones, obvias facilita la obtención de la información requerida.

Igualmente, se recurrió a la realización del sondeo a partir de la ejecución de sesiones de trabajo de grupo o focus groups, los cuales permitieron constatar las necesidades comunitarias y la aceptación de la propuesta.

Mientras que en lo que respecta a la metodología de proyectos, se planteó la utilización del marco lógico y árbol de problemas siendo éste último útil en términos de que permite visualizar y describir la red causal que explica las principales relaciones de causa – efecto en la situación que se estaba analizando.

Así también, se determinó como relevante la utilización del marco lógico pues, teniendo en cuenta las características de los proyectos propuestos por Yamal Chamound²¹ permite satisfacer requerimientos propios de la calidad de un proyecto en desarrollo: coherencia, viabilidad y capacidad de evaluación. Aportando además, rigor científico en la formulación de proyectos de tipo social, debido a que su enfoque puede entenderse como una herramienta para la planificación y gestión de proyectos orientados por objetivos.

²¹Op.cit. 2002.

Finalmente, se interrelacionaron las fases de estructuración del proyecto, son los instrumentos a ser utilizados, quedando de la siguiente manera:

- **Fase de Diagnóstico:** entrevistas, árbol de problemas, árbol de objetivos y focus groups.

Como es de suponer, esta fase alimentó sus contribuciones al proyecto a partir del análisis documental de los datos obtenidos gracias a fuentes bibliográficas (libros y revistas especializadas), portales electrónicos (Internet) y otras fuentes documentales referidas al tema propuesto en la investigación. Sumados a los aportes de las entrevistas.

- **Diseño de la propuesta:** Matriz de Marco Lógico, antecedentes, concepto museológico, delimitación de públicos, cuerpo / estructura física y organizacional, y propuesta de costos.

A partir de la aplicación de estos instrumentos, se pretendió lograr el diseño de la propuesta de estructuración filosófica, física y museológica, promoviendo incluso los contenidos bases para el logro de los objetivos planteados en la investigación. Asimismo, la estimación del tiempo para la planificación y desarrollo del proyecto y la estructura general de costos asociados a la ejecución del mismo; pudiéndose complementar con un análisis de los riesgos principales a ser administrados para la consecución del Museo del Petróleo.

- **Fase de validación:** consulta a expertos (02) y a miembros de la Empresa (1).

Es oportuno, señalar que las entrevistas aportaron datos propios de la investigación cualitativa y natural, la cual facilitó una interacción sistemática a lo largo de la misma. De ahí que se obtuviera información, para identificar la percepción de personas claves relacionadas con el ámbito de la investigación

En función de los recursos que determinaron la posibilidad de dar resultados oportunos y eficaces, se contemplaron fundamentalmente los de tipo humano. Se requirió del acceso ilimitado a internet, el uso de grabadores de audio y los recursos informáticos (computadores) y los de impresión y fotocopiado.

El listado preliminar de expertos a ser consultados y entrevistados, es el siguiente:

Nombre	Relación con el ámbito de aplicación del Proyecto
Lic. Julio Bolívar	Externo (académico, editorial y de consultoría)
Dra. Francisca Hernández Hernández	Externo (académico)

Cuadro nº 1. Cuadro de Entrevistados.

Mientras tanto el instrumento base que fue utilizado a manera de guión para las entrevistas estructuradas fue el siguiente, pero cabe señalar que permitió obtener información de interés que brindó un mayor valor agregado a la investigación y por tanto a la factibilidad del proyecto en cuestión, sobre todo en el Desarrollo de la Propuesta, así como para la redacción de Conclusiones y Recomendaciones:

Ficha del Entrevistado	
	Entrevista nº: ____
Nombre: _____	
Fecha: __/__/__	
Relación con la investigación: _____	
Actividad que desempeña: _____	
Grado de interés ante el planteamiento del tema: Mucho <input type="checkbox"/> Poco <input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/>	

Cuadro nº 2. Ficha del Entrevistado.

Guión de Entrevista

Entrevista n°: ____

Nombre: _____

Fecha: __/__/__

Lugar y "atmósfera": _____

Duración de la entrevista: _____

- 1.- ¿En su apreciación, resulta necesario u oportuna la realización de un Museo venezolano del Petróleo?
- 2.- ¿Cómo considera usted, debe estar articulada la propuesta o los contenidos del Museo?
- 3.- ¿En su opinión, el personal que labore en el Museo debe poseer características, habilidades y valores específicos?, mencione cuáles.
- 4.- ¿A qué público considera debe estar dirigido este Proyecto?
- 5.- ¿Considera usted, que existe algún ente público o privado, institución o empresa, que deba liderar la realización del Museo?
- 6.- ¿Conoce si con anterioridad en Venezuela, se adelantó alguna propuesta parecida?
- 7.- ¿Considera importante la realización de esta propuesta? Si No, ¿por qué?
- 8.- ¿En qué espacio geográfico estima conveniente la construcción del Museo?
- 9.- Para usted los museos son:
 - a) Espacios para la comunicación
 - b) Espacios para el aprendizaje
 - c) Espacios de recreación
 - d) Medios de Comunicación no tradicionales.
- 10.- En su opinión, cuáles serían los riesgos y ventajas a los cuales se encuentra expuesto el proyecto.

Cuadro n° 3. Guión base para entrevistas.

4.2. Cronograma de desarrollo de la propuesta

Acto seguido, se expondrá un cronograma de actividades que se ejecutaron para llevar a cabo este proyecto, siendo importante considerar que se planteaba como un instrumento flexible a efectos de poder consolidar la información necesaria para el desarrollo de la propuesta propiamente dicha:

Actividad	Nombre	Fecha
2009		
1	Reunión de ajuste con el Tutor académico	13 de julio
2	Arqueo de información faltante	Del 13 de julio al 10 de agosto
3	Determinar la factibilidad técnica de la propuesta	Del 10 de agosto al 25 de agosto
4	Reunión de ajuste con el Tutor académico	28 de agosto
5	Estimación del tiempo	31 de agosto al 04 de septiembre
6	Identificar los elementos conceptuales, para la museología del proyecto como espacio de comunicación	05 de septiembre al 17 de septiembre

7	Reunión de ajuste con el Tutor académico	18 de septiembre
8	Desarrollar la propuesta del Proyecto para la creación del museo	21 de septiembre al 18 de octubre
9	Evaluación de Costos y Riesgos del Proyecto	19 de octubre al 17 de noviembre
10	Reunión de ajuste con el Tutor académico	18 de noviembre
2010		
11	Revisiones finales	06 de enero al 10 de enero
12	Presentación del Proyecto	15 de enero al 08 de febrero

Cuadro nº 4. Cronograma de trabajo de la propuesta.

CAPÍTULO V

Desarrollo de la Propuesta

5.1 Primera aproximación desde la perspectiva de Proyectos: El Marco Lógico

Para poder realizar un primer insumo que permitiera demostrar a la Empresa (PDVSA) la factibilidad de la propuesta “El Museo del Petróleo de Venezuela”, la autora decidió abordar la idea desde dos perspectivas, la del proyecto en sí mismo en su fase de diseño a partir de la metodología Marco Lógico, y la museística, en tanto que espacio de comunicación.

A continuación se presenta el diseño del Proyecto a partir de la Metodología Marco Lógico con los siguientes componentes:

5.1.1 El Proyecto

- Descripción del Proyecto

Título

“EL MUSEO VENEZOLANO DEL PETRÓLEO:
UN PROYECTO COMUNICACIONAL PARA IMPULSAR LA CULTURA PETROLERA
NACIONAL”

Lugar(es) del desarrollo

Venezuela, Estado Miranda, Municipio Guaicaipuro.

Resumen:

Duración total del Proyecto	5 años.
Objetivos del proyecto	General: Diseñar el proyecto para la creación del Museo Venezolano del Petróleo, concebido como un espacio de comunicación para promover la cultura petrolera nacional. Este proyecto será presentado a PDVSA para proponer su patrocinio y ejecución. Específicos: d) Determinar la factibilidad técnica de la propuesta a partir de la metodología de

	<p>proyectos: Marco Lógico.</p> <p>e) Identificar los elementos conceptuales, para la museología del proyecto como espacio de comunicación.</p> <p>f) Desarrollar la propuesta del Proyecto para la creación del museo.</p>
Responsables(s)	<p>Rhaiza Medina (Como proponente directa)</p> <p>Petróleos de Venezuela, S.A. como ente promotor.</p>
Grupo(s) destinatario(s)²²	<ul style="list-style-type: none"> - Petróleos de Venezuela, S.A. recibirá los beneficios directos al contar con un espacio que contendrá elementos de adición positiva a su imagen corporativa. - Personas naturales de la ciudad de Los Teques (Municipio Guaicaipuro) que se relacionarán laboralmente con la ejecución del proyecto.
Beneficiarios finales²³	<p>Estratégicos: público en general (comunidad, estudiantes, turistas y visitantes) y el personal de la Corporación y Ministerio del Poder Popular de Energía y Petróleo, Ministerio del Poder Popular para la Cultura.</p>
Resultados estimados	<ul style="list-style-type: none"> • Completada la fase inicial de diseño del Proyecto para el Museo del petróleo como insumo para la toma de decisión en PDVSA. • Espacio creado para la divulgación de la cultura petrolera venezolana en todo el territorio nacional. • Promovida la imagen pública de PDVSA como empresa abierta al público y actor fundamental del acervo cultural del venezolano.
Principales actividades	<p>a) Identificar el concepto de espacio de comunicación bajo el que será concebido el Proyecto, a partir de una revisión documental de otras experiencias similares.</p> <p>b) Definir las fases del proyecto</p> <p>c) Definir los riesgos y aspectos a los cuales se puede enfrentar la propuesta del Proyecto.</p> <p>d) Determinar la factibilidad técnica de la propuesta, entendida como la determinación de las variables que PDVSA debe atender para la concreción de la propuesta.</p> <p>e) Establecer una base hipotética de costos y relacionar con los posibles beneficios.</p> <p>f) Definir la propuesta museística.</p>

Objetivos

Objetivo General:

²² Grupos de destinatarios” son aquellos grupos/entidades que recibirán directamente los efectos positivos del proyecto a nivel del propósito del proyecto véase el párrafo 1.3 en el punto III para el listado.

²³ “Beneficiarios finales” son aquellos que se beneficiarán del proyecto a largo plazo a nivel de la sociedad o sector en general. –

“Diseñar el proyecto para la creación del Museo Venezolano del Petróleo, concebido como un espacio de comunicación para promover la cultura petrolera nacional.

Este será presentado a PDVSA para proponer su patrocinio y ejecución”.

La difusión de información que una empresa realice, se transforma en un asunto de carácter estratégico en muchos sentidos, sobre todo cuando ésta constituye la principal empresa de un Estado, ya que involucra no sólo a toda la organización, sino que compromete el futuro económico de la nación y proporciona la sostenibilidad de sus proyectos.

Es así como se puede afirmar que una empresa que tiene una eficiente comunicación, posee a su vez un menor número de problemas o inconvenientes tanto a lo interno, como a lo externo.

Hecho que resulta válido, no sólo para el entorno empresarial, sino para la totalidad de las relaciones humanas, de ahí la importancia de difundir el impacto y beneficio colectivo que sus operaciones han tenido y que a su vez representan un aspecto determinante para la economía de Venezuela, además para que el colectivo pueda apreciar, conocer y valorar el carácter estratégico de los recursos energéticos, particularmente petroleros con los que cuenta la nación, el peso específico que Petróleos de Venezuela, S.A. tiene en el desarrollo económico y social del país, así como la base cultural que caracteriza el modelo económico productivo del país, y que han promovido la concreción de la identidad del venezolano del siglo XXI.

Aspecto todos, que pretenden ser presentados a la colectividad general y a la población escolar y académica en particular, a través de un Museo Venezolano del Petróleo, en el entendido de que ésta institución reviste un recurso comunicacional específico, cuya versatilidad posee

incalculables posibilidades a los efectos comunicacionales de la Corporación.

Específicos:

a) Determinar la factibilidad técnica de la propuesta.

Para completar la presentación del proyecto haciendo más exhaustiva la propuesta, se debe crear un esbozo de aquellos aspectos a tener en cuenta si se decide abordar la iniciativa y darle cabida a la implantación y realización de la misma. Es así como se tendría, entonces, la comprensión del alcance del proyecto a efectos de los beneficios y costos que representaría para el ente promotor, la continuidad de los esfuerzos, el compromiso social involucrado y la corresponsabilidad sostenida.

Haciéndose referencia a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto y que son además generalmente elementos tangibles (medibles).

b) Identificar los elementos conceptuales, para la museología del proyecto como espacio de comunicación.

El manejo consciente, orientado y efectivo de los aspectos que se proponen difundir en un espacio comunicacional no tradicional para la industria petrolera nacional, hace de la información una herramienta gerencial susceptible de ser usada, entre otros propósitos, para: fortalecer el sentido de identidad cultural del público en general, de pertenencia para con la Empresa tanto del público en general como del interno, construir una visión cultural sólida, agilizar los procesos de asimilación tecnológica para comprender el entramado del manejo y negocio petrolero, propiciar la iniciativa y creatividad de las nuevas generaciones de técnicos y científicos, y proyectar una imagen positiva y necesaria de la empresa ante la sociedad.

Los cuales, deben ser considerados para la propuesta de los contenidos a ser expuestos tanto de manera permanente como itinerante.

c) **Desarrollar la propuesta del Proyecto para la creación del museo**

El punto común del museo es el interés que reportará para el patrimonio natural y cultural del venezolano, que como medio de comunicación debe promover a su ente ejecutor, PDVSA y que éste a su vez, pueda facilitar al colectivo la comprensión e internalización de las pautas sobre la dinámica cultural y la práctica educativa de la sociedad venezolana.

De ahí que se deban, esbozar los pasos básicos para dar apertura a la iniciación al detalle de los aspectos necesarios para cristalizar la idea que se presenta.

Pertinencia de la acción:

En la figura 1, un árbol general de los problemas fundamentales que se pretenden atender con la propuesta.

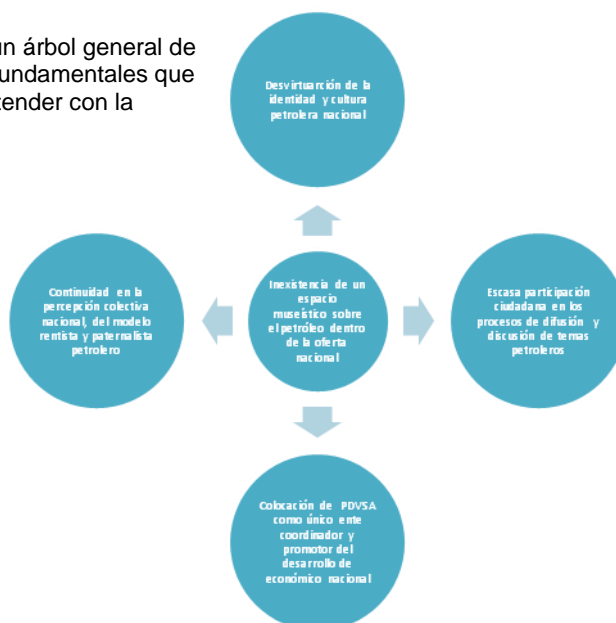


Figura 1. Árbol de Problema. Elaboración propia. 2010.

La iniciativa de realizar un Museo Venezolano del Petróleo, pretende ser un primer acercamiento comunicacional de PDVSA con el colectivo nacional en una instancia superior y con el de la región central, en primer término. Es así como esta iniciativa se perfila como un abanico de posibilidades infinito, del que en el presente estudio se quiere rescatar, y poner en valor y conocimiento de especialistas y público interesado, de las potencialidades que éste medio no tradicional tiene como herramienta comunicacional, ya que para el común del público venezolano, tanto los museos como la cultura petrolera son grandes desconocidos.

Pese a ello, el desconocimiento no es privilegio de esta parcela ya que para el entorno empresarial del sector, compuesto por el monopolio del Estado, comprende la carencia de una propuesta museística para el ámbito petrolero, pero no lo concibe en función de su poder mediático dentro de la sociedad, así como las potencialidades en el diseño de una propuesta que evidencia sus avances metodológicos y la cantidad de temas museográficos a ser expuestos y explotados, a efectos de nutrir el patrimonio cultural referido al tema petrolero.

Se pretende extraer ideas y enseñanzas para el aprendizaje o bien para la identificación cultural del venezolano, ya que rescata una sustancial parte de su acervo. Contribuyendo con un nuevo aporte en la ardua tarea de paliar el vacío de información que sobre este particular existe en el país, en lo que a propuestas museísticas se refiere.

Es así como una propuesta como la que subyace en una problemática tan específica como la inexistencia de un Museo Venezolano del Petróleo, hace de éste el protagonista que se estructura en cuatro bloques temáticos que abordan aspectos tan variados como el contenido del museo, con especial referencia a los discursos museológicos que subyacen detrás de los contenidos a ser expuestos; el museo y su

incidencia en el espacio público; la importancia del recurso comunicacional de éste para una empresa como PDVSA, y por último, la difusión, tanto desde el punto de vista de la utilización de las nuevas tecnologías, como desde la óptica de otras formas de exhibir.

Así también, debido a la inexistencia de espacios donde se suscite una comunicación indirecta retroactiva, y que facilite que se pueda aprender a valorar y a conocer la identidad y cultura petrolera nacional, el carácter no formal del rol educador del museo, busca proporcionar un marco de mayor amplitud que al interaccionar respecto a un marco social y globalizador, desencadena un aprendizaje transformativo y significativo. Es decir, aquel que propicia una pauta reflexiva y crítica en el visitante, favoreciendo un proceso de cambio personal a partir de los valores que asoman respecto a los nuevos conocimientos proporcionados; evitando que se desvirtúe tanto por desconocimiento, como por desinformación.

El hecho de desconocer los orígenes o las bases de la identidad y la cultura petrolera de una sociedad sustentada en este modelo de producción, acarrea distintos riesgos, entre ellos: evita su motivación a la incorporación de la vida productiva nacional, fomenta una escasa participación de la ciudadanía en los procesos de discusión y difusión de los temas asociados al sector, cimienta la continuidad del modelo rentista y paternalista que ha caracterizado a Venezuela desde principios del siglo XX.

Es así como se hace patente que los individuos o grupos que tienen, o bien en los que se promueven aprendizajes transformativos, experimentan procesos diferenciales de adaptación a los cambios y paradigmas nuevos; ya que el aprendizaje transformativo está cargado de procesos de profundización y toma de posición respecto a los propios roles, actitudes y creencias que hasta antes de la incorporación e

internalización de nuevos contenidos, actuarían incluso como limitantes del desarrollo integral, mientras que como aspecto positivo, toda vez que se concientizan de su importancia les impulsan hacia asumir nuevos desafíos y retos personales y colectivos, lo que revela la importancia de la comunicación y la reflexión crítica como aspectos claves del desarrollo colectivo.

El proyecto aún cuando comunicacional, no deja de lado la plataforma educativa y busca promover la emergencia de posibles espacios para favorecer las miradas críticas desde las diversas posiciones de los sujetos y su entorno de desarrollo, es decir el marco de trabajo, la comunidad y el colectivo abierto. Posición que pretende, fomentar un diálogo abierto entre la estatal petrolera y el público en general desde un espacio alternativo y una “tercera vía” donde crear un ámbito de formación o educación.

Teniendo en consideración que los Grupos de Destinatarios son aquellos grupos/entidades que recibirán directamente los efectos positivos del proyecto a nivel de su propósito y que los Beneficiarios finales son aquellos que se beneficiarán del proyecto a largo plazo a nivel de la sociedad o sector en general, resulta por demás conveniente realizar una descripción detallada de los mismos así como una aproximación del número estimado de personas que podrían beneficiarse con esta propuesta.

✓ **Grupo(s) destinatario(s)**

- Petróleos de Venezuela, S.A. recibirá los beneficios directos como elementos de adición positiva a su imagen corporativa. Se considera el principal grupo beneficiario, ya que se atribuye la organización que constituirá la acción promotora de la idea y por tanto le imprimirá parte de su imagen, siendo además el responsable público.

- Personas naturales de la ciudad de Los Teques (Municipio Guaicaipuro) que se relacionarán laboralmente con la realización del proyecto. Lógicamente el llevar a cabo un proyecto de tal envergadura, conlleva afianzarse en las personas que se encuentran en la zona propuesta para el asentamiento físico de la iniciativa y que a su vez tienen las destrezas para levantar la infraestructura, toda vez que la fase de diseño se culmine.

✓ **Beneficiarios finales**

Estratégicos:

- Público en General (comunidad, estudiantes y visitantes). Lógicamente un Museo del tipo que nos ocupa, debe tener la disposición de albergar una múltiple gama de visitantes ya que la temática propuesta, abarca los intereses generales de cada uno de los tres sectores en los que se propone, se aglutine lo que se ha dado por llamar: Público en general, a saber: comunidad cuyo interés no sólo es informativo sino de entretenimiento, de ahí que la labor formativa y reflexiva se realice de manera indirecta; estudiantes quienes asistirían al Museo, con el fin de ampliar su visión sobre la temática expuesta y generar aspectos complementarios a los conocimientos que la academia les proporciona; y visitantes, éstos últimos pueden provenir de otras áreas geográficas del país o incluso ser extranjeros que por múltiples causas quieren conocer la propuesta del Museo.
- Público Interno es decir, personal de la Corporación y del Ministerio del Poder Popular de Energía y Petróleo así como de la propia PDVSA, clasificado como trabajadores, trabajadoras y relacionados. Obviamente al ser PDVSA, un ente adscrito al Ministerio P.P. de Energía y Petróleo, y al ser la propuesta

museística relacionada con el sector de los hidrocarburos, los trabajadores y las trabajadoras tienen particular importancia como parte del público al cual va dirigido parte sustancial de los beneficios directos que de la iniciativa se derivan, y que no sólo hacen referencia al aspecto informativo y de formación, sino que serán favorecidos directamente de las acciones positivas que la imagen de la Empresa logre, pues son el aspecto indispensable y fundamental de su cultura corporativa. Los relacionados por su parte, son el sector de profesionales afines a la Corporación que trabajan de manera temporal en distintas áreas.

Ministerio del Poder Popular para la Cultura, al ser el órgano rector, en materia cultural, de las políticas que emanan del Ejecutivo Nacional en pro de asegurar el desarrollo y crecimiento del patrimonio nacional, se constituye en el ente de coordinación con el cual PDVSA a manera de promotor debe aglutinar esfuerzos para el desarrollo de la propuesta y a su vez, debe establecer la pauta bajo la cual se alineará el manejo museístico, se dictaminará cuáles de sus entes adscritos pueden colaborar en el término de los detalles propios del montaje de la propuesta, en función de supeditarse a los marcos legales y las políticas que en la materia ha desarrollado el Estado Venezolano; su principal beneficio radica en llenar un espacio en la oferta museística nacional, que desde siempre ha sido proyectada como necesaria pero que hasta los momentos no se materializa como una realidad.

Identificación clara de los problemas específicos que el Proyecto abordará, así como de las necesidades y limitaciones percibidas en los grupos de destinatarios.

Grupos	Problemas específicos	Necesidades	Limitaciones
PDVSA	- Continuidad en el modelo rentista y paternalista	- Establecer un espacio de formación e información a	- Escases de recursos en un contexto de

	<p>petrolero.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Colocación de PDVSA como el único ente coordinador y promotor del desarrollo económico nacional. - Desconocimiento en torno a las posibilidades del Museo como medio de comunicación y para el fortalecimiento de la imagen corporativa. 	<p>partir del cual se comprenda el verdadero valor del recurso petrolero y el alcance de la industria para el país.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personal capacitado y sensibilizado para atender al público y prestar el servicio informativo. - Formación adecuada del personal para internalizar las funciones y alcances de la institución museística. 	<p>crisis económica por lo que se centraría en un proyecto especial.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de coordinar con los programas educativos y los intereses culturales.
<p>Personas naturales de la ciudad de Los Teques (Municipio Guacaipuro)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Escaso contacto con la identidad y cultura petrolera nacional. - Escasa participación ciudadana en los procesos de difusión y decisión de temas petroleros. - Colocación de PDVSA como el único ente coordinador y promotor del desarrollo económico nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de un censo laboral y el diseño de un sistema articulado de participación social para la incorporación de mano de obra local. - Activación de la contraloría social. - Realizar inducciones acerca del valor de la división de los sectores productivos a nivel nacional y de los roles que éstos actores tienen en el desarrollo local y nacional. - Participación activa en procesos de construcción de un espacio de comunicación que promovería el acervo cultural de todos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo y recursos para capacitarse. - Escasa experiencia en construcciones museísticas.
<p>Público en</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Inexistencia de un espacio 	<ul style="list-style-type: none"> - Espacios de 	<ul style="list-style-type: none"> - Poca propensión a la

general (comunidad, estudiantes y visitantes)	<p>museístico sobre el petróleo dentro de la oferta nacional.</p> <p>-Escasa sensibilidad en torno a la identidad y cultura petrolera nacional.</p> <p>-Escasa participación ciudadana en los procesos de difusión y decisión de temas petroleros.</p>	<p>comunicación adecuados para la formación individual y colectiva.</p> <p>-Credibilidad y motivación para la visita de espacios museísticos y culturales.</p>	<p>incorporación de la acción cultural en la agenda y concepto de disfrute y formación.</p> <p>-Tiempo y recursos.</p>
--	--	--	--

Cuadro nº 5. Identificación de Problemas, Necesidades, Limitaciones del Proyecto (Elaboración propia) 2010.

Pertinencia del proyecto

Por su parte, la pertinencia del proyecto respecto a la necesidad del país, se centra en la inexistencia de un espacio museístico sobre el petróleo dentro de la oferta nacional, aspecto que resulta ilógico en el entendido de que Venezuela es no sólo un país productor y exportador de petróleo, sino que centra su vida política, social y cultural en este fenómeno productivo.

A efectos de facilitar la relación de los aspectos en los que contribuye el Proyecto a los beneficiarios destinatarios, se presentarán relacionados con cada uno de ellos

✓ **Grupo(s) destinatario(s)**

- Petróleos de Venezuela, S.A. recibirá los beneficios directos como elementos de adición positiva a su imagen corporativa.

La imagen corporativa de PDVSA, se verá favorecida porque mejorará la comprensión de la idea global que la población tiene sobre sus actividades y su conducta como factor fundamental para el desarrollo del estado venezolano al ser su pilar económico. Proporcionándole, además una nueva idea de la empresa, que busca presentarse no ya

como un sujeto puramente económico, sino más bien, como un sujeto integrante de la sociedad, más adaptado a los nuevos retos y roles que le demandan los nuevos tiempos, de ahí que se consolide un renovado aspecto de su posicionamiento.

Dentro de los elementos que sumará a este beneficio de su imagen, están: la propia acción comunicacional de la empresa, ya que podrá enviar mensajes a través de un canal de comunicación diferente e innovador, de su rol de actuación cotidiana, pues adicionará cualidades educativas y de formación cultural, dará un viraje a su realidad corporativa, o bien a su estructura material para la exposición de sus productos, en lo concerniente a la identidad de la empresa impactará su rol histórico, ético y de comportamiento, así como que incorporará nuevos aportes patrimoniales de infraestructura.

- Personas naturales de la ciudad de Los Teques (Municipio Guaicaipuro) que se relacionarán laboralmente con la realización del proyecto.

Se aspira que las Cooperativas y Consejos Comunales de la zona en la cual está ubicado el terreno, sean los principales beneficiarios antes, durante y después del proceso de construcción del Museo.

✓ **Beneficiarios finales:**

- **Estratégicos:**

- **Público en general** (comunidad, estudiantes y visitantes), les permitirá participar y contribuir en un desarrollo pleno que reconcilie al individuo consigo mismo, con la sociedad, con su entorno y con las futuras generaciones a partir del reconocimiento de su propia identidad cultural, como miembro de una sociedad petrolera, con lo cual hará frente de una

manera más eficiente a los retos que implica el desarrollo integral de una colectividad en el aspecto micro y de una nación en lo macro.

- **Público interno** es decir propio de la Corporación y del Ministerio del Poder Popular de Energía y Petróleo, clasificado como trabajadores, trabajadoras y relacionados. Para éstos la iniciativa, redundará en el fortalecimiento de la Institucionalidad y el orgullo de pertenencia, se contribuye al fomento de los valores, principios y prácticas que guían la cultura organizacional ya que se presentan los orígenes y fases del desarrollo de la industria petrolera en Venezuela, se favorece la comunicación y la convivencia ya que se internaliza el peso específico de los roles de cada trabajador, se mejora el clima laboral, se estimula la integración de equipos de trabajo, se desarrolla la capacidad de reflexión y análisis, se propicia la productividad y se incrementa el nivel cultural de las personas.

El Ministerio del Poder Popular para la Cultura, obtendrá no sólo un robustecimiento de la oferta museística nacional, sino que le permitirá establecer alianzas con museos del mismo corte a nivel mundial, para el intercambio de experiencias y muestras para la programación especial del nuevo museo venezolano, con lo cual el público en general podrá observar el impacto que el fenómeno productivo petrolero ha tenido en otros países, y ser más críticos con respecto al manejo y alcance de la industria y del sector nacional.

Pertinencia de la acción respecto a los objetivos y prioridades establecidos en el Plan de la Nación

Para el actual Gobierno Nacional, su principal mapa de acción es el Plan Nacional Simón Bolívar 2007-2013, el cual está conformado por siete directrices, cada una de las cuales tiene sus objetivos, estrategias y políticas.

En este sentido, el Proyecto “El Museo Venezolano del Petróleo: un proyecto comunicacional para impulsar la cultura petrolera nacional”, tiene particular relación con tres de los enfoques del Plan, a saber: La Suprema Felicidad Social, la Democracia Protagónica Revolucionaria y Venezuela: Potencia Energética Mundial.

Es así como el enfoque que inspirado en los principios doctrinarios Bolivarianos, la Suprema Felicidad Social, posee una visión de largo plazo que tiene como punto de partida la construcción de una estructura social incluyente, formando una nueva sociedad de incluidos, un nuevo modelo social, productivo, socialista, humanista, endógeno.

Teniendo como principal objetivo relacionado con la realización del Museo, el promover una ética, cultura y educación liberadoras y solidarias, siendo las Estrategias, Políticas y Proyectos a los cuales se alinea la iniciativa, el capítulo 4.3. que versa sobre “Fortalecer la educación ambiental, la identidad cultural, la promoción de la salud y la participación comunitaria en la lucha contra la malaria y el dengue; específicamente en lo que a la Ampliación y fortalecimiento de los Centros de ciencia, tecnología y educación ambiental se refiere”, según lo que se extrae del documento institucional de PDVSA Intevep, Líneas estratégicas para la investigación y desarrollo de tecnologías PSP 2010 – 2030²⁴.

Así también en lo que responde al numeral 5. Masificar una cultura que fortalezca la identidad nacional, latinoamericana y caribeña, en su aparte 5.1. Salvaguardar y socializar el patrimonio cultural.

Teniendo en cuenta el enfoque sobre la Democracia Protagónica Revolucionaria, el objetivo VII sobre “Fomentar que los medios de

²⁴ Documento de carácter interno realizado por la Gerencia Funcional de Planificación Estratégica de PDVSA Intevep.

comunicación formen parte de la promoción y defensa de la soberanía nacional”, el Proyecto que nos ocupa se ve reflejado en el hecho de que este objetivo pretende que el Estado garantice los contenidos materiales que exige la realización del bien común; y las condiciones, tales como educación, salud y trabajo están por encima de la simple formalidad de la igualdad ante la Ley. En el entendido de que se utilizarán los medios de comunicación como instrumentos de formación y para divulgar el patrimonio cultural, geográfico, turístico y ambiental de Venezuela.

Por su parte, al hablar de Venezuela: Potencia Energética Mundial, se persigue que se siembre el petróleo para la integración de América Latina y el Caribe, así como que se desarrollen otras fuentes alternativas de energía, que contribuyan a preservar el ambiente y fortalecer la diversidad productiva y la inclusión social, aspecto que sólo será posible al conocer a profundidad los alcances e importancia del sector de los hidrocarburos, y motivar el desarrollo científico y tecnológico de las nuevas generaciones.

Descripción del proyecto y su eficacia

Toda sociedad realiza la incorporación de sus individuos a la cultura, aspecto que puede considerarse como fundamental de la esencia humana. De este modo, en esa transmisión cultural llevada a cabo esencialmente por los procesos de educación y socialización, es posible que las personas identifiquen y amplíen sus oportunidades de crecimiento y desarrollo. Esto se constituye en Capital humano y social.

El desarrollo colectivo de un país, tiene entonces que ver necesariamente con el proceso de crecimiento económico y cambio estructural, protagonizado por la comunidad sumado a las oportunidades que ofrece el Estado. De ahí que el verdadero desarrollo deba partir del respeto y la promoción de la cultura.

Aspecto éste último, que posee como estrategia cardinal la promoción de la educación y del trabajo, por lo que el aprendizaje debe ser continuo y promovido por distintas vías tanto formales como informales o no tradicionales, incorporando para ello, a nuevos actores y medios.

Es de esta manera, que el museo se convierte en un foro de discusión para grupos sociales facilitando que la Estatal Petrolera, transmita y difunda aspectos propios de la cultura petrolera y la esencia del negocio, para poner a la disposición del usuario la información de primera fuente y promoviendo la identificación y educación del colectivo en la memoria histórica y cultural; ya que producto, de la falta de integración entre la ciencia y el contexto social y formativo con el que se enseñan los conceptos científicos y culturales en los salones de clase, el museo puede ser en ocasiones el único actor que permita en la mente del visitante, relacionar estos elementos e integrarlos de forma accesible.

Resulta entonces importante determinar que en la oferta museística y cultural de Venezuela, exista un vacío con respecto al manejo integral de una propuesta concentrada en la difusión y promoción de estos contenidos, siendo que son en sí mismos, los componentes fundamentales de la cultura nacional, pues desde hace más de dos siglos, ha sido el petróleo y el manejo de la industria petrolera lo que ha determinado la caracterización de la sociedad y los individuos de esta nación.

Como es lógico pensar, al subsanar esta carencia se mejorará la situación de distintos grupos sociales entre los que se destacan, por su valor estratégico los del ámbito académico es decir, los estudiantes. Grupos que vale la pena indicar, son claves ya que al estar en etapa de formación, lograrán consolidar de manera más eficiente los aspectos que

promueva el Museo como estrategia comunicacional de Petróleos de Venezuela.

Los objetivos generales, en el entendido de que este documento constituye una propuesta académica, se circunscriben a tres, que de manera específica pueden ser aglutinados de la siguiente manera:

1. Realizar la propuesta del Museo.
2. Establecer un proyecto factible y analizar la necesidad de realizar el Museo.
3. Conseguir la inclusión del Proyecto en la agenda de discusión de las autoridades de PDVSA para su consideración.

Dentro de los aspectos esperados, el resultado que mayor expectativa genera, es lograr la culminación de la propuesta del Museo, pues equivale a dar término a la labor relacionada con la preparación del ejercicio académico y el seguimiento profesional que se viene desarrollando por la autora en la empresa. Así como, que propiciará que el documento final esté revestido de cierto rigor metodológico para someter a la consideración de entes decisores, y así promover la cristalización de la idea original en un complejo institucional real.

Así también, resulta pertinente esbozar como segundo resultado la defensa del Trabajo Especial de Grado, en el entendido no sólo que es un requisito de orden administrativo para la aprobación del mismo, sino que le brinda un mayor peso específico al ser avalado y considerado por un Comité de expertos y profesionales.

Este último aspecto, significaría dar inicio con la concreción de la factibilidad real de la realización de la hoy propuesta o idea, convirtiéndola

en un Proyecto que alcanzaría su desarrollo en el mediano plazo de ser considerado oportuno por parte de los entes decisores.

En lo que se refiere a las posibilidades de reproducción y extensión de los resultados del proyecto, sus efectos multiplicadores se vislumbran en la reproducción parcial de la propuesta adaptada a las especificidades del negocio petrolero por área geográfica. Es decir, que PDVSA al ser una Corporación con presencia en todo el territorio nacional, reedite la iniciativa propuesta para la Región Capital, pero “tropicalizando” la oferta museística al impacto que la actividad petrolera ha tenido en las regiones y haciendo especial énfasis en las características del negocio y la actividad que la Empresa ha desempeñado, los productos logrados y el impacto cultural y para el avance de los ejes de desarrollo nacional.

Igualmente, siendo un Museo un medio no tradicional de comunicación, debe apoyarse en contenidos mucho más originales y novedosos, con los cuales difundir los logros y aspectos relacionados con éste, permitiéndole no sólo abordar nuevos espacios de comunicación, sino brindar una difusión más amplia y extensa de los avances que gracias a la labor de este espacio se logre, de ahí que se haga patente que la transmisión cultural se extiende además con la incorporación del uso de materiales complementarios como libros, posters, postales, catálogos, paquetes educativos, videos e incluso papelería y accesorios conmemorativos de las exposiciones tanto permanentes como rotativas del museo; los cuales pueden encontrarse ubicables a través del servicio de tienda de museo cuya comunicación puede ser directa, o echar mano nuevamente de las tecnologías aplicadas a la comunicación, así como de sus innovaciones y tener una modalidad virtual dentro del sitio electrónico del mismo museo.

Las actividades propuestas y su eficacia

Con respecto a los resultados deseados, expuestos con anterioridad, se identifican como necesarias algunas actividades para su alcance, las que a continuación se enumeran las principales y que a su vez se exponen en un orden metódico o secuencial:

1. Evaluar de manera integral el material procedente de las fuentes de información. Desarrollar la Propuesta como base del Proyecto. Elaborar el punto de cuenta y solicitar el derecho a palabra ante las autoridades de Petróleos de Venezuela.

Éstas acciones, se eligen como principales actividades a tener en cuenta para el logro efectivo de los resultados esperados, ya que están no solo íntimamente relacionadas entre sí, pues una es la consecución natural de la anterior, sino que son las acciones que restan toda vez que se ha culminado la fase exploratoria, contextual y de diseño metodológico de la investigación planteada para el desarrollo de esta Propuesta; con ello se facilita la elaboración de su desarrollo y el análisis de resultados como colofón.

Aspectos todos, que llevan a considerar que en un entorno tan cambiante y crecientemente competitivo, la atención al público no puede ser entendida como un simple comportamiento apegado a las normas de urbanidad y cortesía, sino un concepto más profundo que abarca prácticamente todos los ámbitos de la vida organizacional y que, bien entendida y practicada, constituye una contundente ventaja competitiva, en lo que a aprovechamiento de las bondades comunicacionales de esta Propuesta se refiere. Aspecto que de manera obvia, beneficia a empresas del Estado, como el caso de PDVSA siendo el ente promotor de la iniciativa.

Empresa que a partir del diseño e implantación de programas de atención al visitante del nuevo recurso comunicacional, requerirá de gran creatividad e ingenio para sacarle el máximo provecho a los recursos, conocimiento de la organización y de sus públicos, objetivos claramente estipulados, y una rápida capacidad de respuesta, eficiente ante los imprevistos.

Debido a que al ofrecer calidad en los recursos para prestar los servicios, aumentará la satisfacción de los responsables de llevarlo a cabo, lo cual traerá como consecuencia un aumento en su motivación, generando un alto nivel de calidad del servicio comparado con el nivel esperado por el público.

Como es lógico suponer, existe entonces mayor probabilidad de satisfacer las necesidades y expectativas del público produciendo en él elementos cognitivos que contribuyan a conformar una buena imagen de la institución.

Una buena imagen, debidamente aprovechada, permitirá generar un efecto representado a manera de fulgor de prestigio en todos los productos y servicios que el Museo pueda brindar, a la opinión pública. Una buena imagen propicia en los públicos una actitud positiva hacia la organización; lo cual, a la larga, permitirá que ésta alcance sus objetivos, mediante la obtención de recursos (humanos, financieros y tecnológicos) que mantendrán y mejorarán la calidad del bien y los servicios producidos.

Metodología

La comunicación es el hilo conductor de las diferentes funciones básicas del museo que son la investigación, conservación y transmisión

cultural, así como también es considerado un medio de comunicación y por tanto, una valiosa herramienta a ser utilizada como acción apalancadora del Programa de Educación y Soberanía Petrolera (PESP), el cual es una iniciativa creada y desarrollada por Petróleos de Venezuela, orientada a formar a la población sobre los procesos medulares de la industria de los hidrocarburos, y a crear actitudes y aptitudes en la defensa de la soberanía petrolera, aspecto en el cual se alinea además la promoción de la identidad nacional como base del desarrollo de la presente propuesta, con lo cual se coadyuva al objetivo de propiciar la participación protagónica de los ciudadanos y ciudadanas en la contraloría social de las políticas petroleras del gobierno bolivariano y de la promoción de la cultura petrolera nacional.

La propuesta de insertar el Museo como parte de esta acción educadora, se sustenta en la posibilidad de proveer de un espacio en el cual se haga propicia la transformación de los conocimientos energéticos en educación para la soberanía petrolera, con el propósito de desarrollar conciencia ciudadana sobre la importancia estratégica, política y económica del empleo de los hidrocarburos en el proceso de cambio que vive la sociedad venezolana, compartiendo además basamento filosóficos y jurídicos sustentados en:

- La Constitución Bolivariana y las Leyes Orgánicas de Hidrocarburos, de Educación y de Ambiente.
- Alineación con las políticas emanadas por el Gobierno Bolivariano, el Ministerio de Energía y Petróleo y la Junta Directiva de PDVSA.
- En la subordinación a los intereses soberanos del Estado Venezolano.
- Acoplados al Plan Simón Bolívar 2007-2013.
- Los lineamientos del Plan Siembra Petrolera 2005 - 2030.

La conjugación de esfuerzos entre el Programa de Educación y Soberanía Petrolera y el Museo Venezolano del Petróleo, busca acercar el mundo energético al dueño del recurso, lo cual facilita alcanzar las metas de difusión al verdadero público clave, el pueblo venezolano, dentro del cual se atenderá, en primera instancia, a los niños, niñas y jóvenes en sus distintos niveles educativos; posteriormente a las Misiones Sociales, Consejos Comunales, Mesas técnicas, y demás instancias sociales, con clara inclusión de los profesionales, técnicos y personal administrativo que labora en la industria petrolera, además del público general nacional y visitantes extranjeros.

Teniendo en cuenta, los grupos destinatarios principales, el Museo Venezolano del Petróleo, deberá ser un mediador de cuatro ámbitos básicos:

1. La comunidad científica.
2. El sector productivo.
3. Los trabajadores de la Corporación Petrolera.
4. La sociedad entera.

En éste sentido, las actividades que se determinen deben componer la propuesta museística de éste espacio, serán los aspectos fundamentales para atraer la atención de estos cuatro sectores implicados y se relacionarán gracias a una mayor capacidad del museo para comunicarse con sus visitantes. En el sentido, del desarrollo del concepto de visitante a la luz de la interacción y participación del usuario, gracias a la incorporación de las nuevas tecnologías de la información que han concursado para convertirlo en un público que participa y se apropia del museo.

Es por ello, que se plantea como principal actor para el desarrollo de esta Propuesta a Petróleos de Venezuela, pero no es el único ente involucrado, debiendo también considerarse en primera instancia el Ministerio del Poder Popular para la Cultura dada la naturaleza del Proyecto, y el Ministerio del Poder Popular de Energía y Petróleo como ente al cual la estatal petrolera se encuentra adscrita. De suyo, es que se pueda posteriormente considerar la incorporación del Ministerio del Poder Popular para la Educación, con miras a que se tenga en cuenta la propuesta formativa y el uso del museo como ente complementario de formación de las nuevas generaciones de estudiantes.

De manera global las razones, para considerar los entes que anteriormente se han mencionado, como actores conjuntos para el desarrollo y fortalecimiento de la iniciativa recae en que el Ministerio del Poder Popular de Energía y Petróleo así como el Ministerio del Poder Popular para la Cultura, son los entes del Poder Político Nacional que dictan las pautas generales sobre el manejo que PDVSA pueda tener la naciente institución, es decir del Museo Venezolano del Petróleo. Mientras que el Ministerio del Poder Popular para la Educación, es el ente coordinador y rector de la política educativa de la nación.

Duración y plan de acción indicativo de la ejecución la acción

La duración del Proyecto será de <60> meses, teniendo como plan de acción el siguiente:

Año 1													
Actividad	Semestre 1						Semestre 2						Entidad ejecutora
	Mes 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Preparación Actividad 1 (Adecuación de la Propuesta para su Presentación a los entes decisores)													PDVSA Intevep (Gerencia de Prevención y Control de Pérdidas PCP)

Ejecución Actividad 1 (Solicitud del derecho de palabra y elaboración del Punto de Cuenta)																			PDVSA Intevep (Gerencia de PCP)
Ejecución Actividad 1 (Presentación de la Propuesta)																			PDVSA Intevep (Gerencia de PCP)
Actividad 2 (Lapso para la consideración de aprobación de la propuesta)																			PDVSA Intevep (Junta Directiva)
Preparación Actividad 3 (Organización del nuevo Proyecto aprobado y del equipo multidisciplinario que en él laborará para someter los aspectos de orden presupuestario)																			PDVSA Intevep (Gerencia de PCP)
Actividad 4 (Revisión y Aprobación presupuestaria)																			PDVSA Intevep (Junta Directiva)
Actividad 5 (Evaluación de la capacidad operativa interna y las ofertas de contratación de mano de obra externa)																			PDVSA Intevep (Gerencia de PCP junto a otras relativas al Proyecto)

Para los años siguientes:																			
Actividad	Semestre 3	4	5	6	7	8	9	10	Entidad ejecutora										
Ejecución actividad 6 (Infraestructura Sede)																			PDVSA Intevep
Ejecución actividad 7 (Acondicionamiento General)																			PDVSA Intevep
Preparación Actividad 8 (Funcionamiento Operativo – Apertura al Público)																			PDVSA Intevep
Preparación Actividad 9 (Evaluación para su asociación con nuevos Proyectos de corte similar)																			PDVSA Intevep

Sostenibilidad

El Museo Venezolano del Petróleo, pretende ser el encargado de preservar el patrimonio cultural y la identidad petrolera nacional, de asegurar su continuidad y de comunicar su valor.

En éste sentido, para asegurar la sustentación financiera del Museo, tanto en su ejecución como en el desarrollo en el tiempo de todas y cada una de las actividades por él adelantadas, serán contemplados por la estatal petrolera venezolana a través de su Filial tecnológica Intevep, y recibirá además el subsidio operacional del Ministerio del Poder Popular para la Cultura ya que éste, se insertará en la Red Nacional de Museos.

De igual forma, para determinar los costos del Proyecto se evaluaron algunos montos relacionados con manejo integral de nóminas (ver tablas en lo anexos), estimaciones para la construcción de la planta física del Museo, habiéndose salvado la adquisición del espacio físico donde se levantará la obra pues ésta es propiedad de PDVSA Intevep y no revestiría erogación alguna.

Sí resulta pertinente mencionar que como limitantes a la estimación de costos, se materializan algunos de los riesgos reflejados con anterioridad, ya que las tablas que sustentan esta parte del Proyecto, se enfrentarán a un ajuste toda vez que los escenarios que afronta la política macroeconómica de la nación, sugiere una volatilidad de precios en virtud de la devaluación, la inflación y la inestabilidad de los mercados internos de capitales e inversión.

Riesgos del Proyecto

Todos los proyectos están expuestos a problemas y riesgos, en el entendido de que éstos constituyen un suceso o una situación que puede afectar negativamente a un proyecto si llega a producirse. Por el contrario, los problemas son sucesos que ya han ocurrido. Los riesgos pueden convertirse en problemas si no se tratan correctamente. Identificar, analizar y resolver activamente los problemas y riesgos de un proyecto puede contribuir a que el proyecto termine satisfactoriamente y se propicie su desarrollo por parte de PDVSA.

A efectos del la Propuesta de Proyecto que se está realizando se evidencian como principales los siguientes:

FASES	AÑO	SOCIALES	ECONÓMICOS	POLÍTICOS	FÍSICOS/AMBIENTALES	RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES
DISEÑO	1	Que el diseño no sea atractivo para la sociedad venezolana.	Que se agudice la crisis económica y los fondos deban destinarse a otros proyectos.	Que el inicio del proceso eleccionario, implique cambios en las prioridades presupuestarias.	Que no se tomen en consideración variables ambientales a la hora de realizar el diseño. Que se presenten eventos naturales que desvíen los recursos hacia otros proyectos. Que en la fase de diseño se determine que el terreno no es apto.	Que la empresa no cuente con el recurso humano necesario para asumir la dirección del proyecto. Que no se pueda contar con recursos materiales de la Empresa para el diseño del proyecto.
CONSTRUCCIÓN	2 y 3	Que no existe la mano de obra suficiente y cualificada para acometer la obra. Que no haya contratistas calificados.	Que no se cuente con los recursos financieros necesarios para contratar mano de obra externa para el levantamiento de la infraestructura.	Que se modifiquen los procedimientos de contratación y selección de las Empresas de Producción Social que licitarán para la fase de construcción.	Que se agudice la temporada de lluvias impidiendo el inicio de la construcción y deteriorando los materiales requeridos a tal fin.	Que haya dificultades con los trabajadores de las Empresas de Producción Social, por incumplimiento de las entregas según el cronograma de fechas acordado.
APERTURA AL PÚBLICO	4	No llega la convocatoria a los sectores esperados. Las comunidades no asisten. La campaña comunicacional no tiene éxito y no se logra la convocatoria.	Que las partidas presupuestarias para el pago de nóminas se reduzcan y exista la necesidad de redimensionar la escala del personal operativo al mínimo necesario.	Que se extiendan procesos de inestabilidad política que dificulten la viabilidad de la apertura del Museo al público.	Que se presenten eventos naturales que dificulten la afluencia de visitantes.	Que no se haya culminado el proceso de selección y contratación del personal que laborará en el Museo.
FUNCIONAMIENTO	4 en adelante	Falta de compromiso con el rol del museo en la comunidad.	Que los costos operativos excedan la tasa de retorno cualitativa, representada en la afluencia de visitantes.	Que no se cuente con el apoyo de los entes públicos de la Cultura interesados en involucrarse en la gestión del Museo.	Que las condiciones de impacto ambiental excedan la evaluación de los planes de mantenimiento.	Que no se cuente con una gestión profesional de las colecciones.

Cuadro nº 6. Análisis de Riesgo del Museo venezolano del Petróleo (elaboración propia 2010).

ESTRATEGIAS PARA LA ATENCION DE LOS RIESGOS						
FASES	AÑO	SOCIALES	ECONÓMICOS	POLÍTICOS	FÍSICOS/AMBIENTALES	RECURSOS
DISEÑO	1	Hacer una consulta pública haciendo la presentación de tres bosquejos de diseño del Museo, para evaluar la receptividad de la iniciativa.	Hacer propuestas de realización o ejecución por fases de desarrollo, lo cual disminuye los costos y se da pie al inicio del Proyecto como tal.	Presentar como punta de lanza para el desarrollo Municipal, Estatal y Regional, la Propuesta del Museo, con lo cual se aplanaría la función de promoción cultural.	Establecer un equipo multidisciplinario para la evaluación integral de los espacios donde se desarrollará la propuesta. Diseñar planes de contingencia financiera, para mantener partidas con las cuales dar continuidad a la fase de diseño. Tener visualizado dentro de las 1446 hectáreas aproximadas de terreno de PDVSA Intevep, espacios alternativos a ser evaluados para el desarrollo de la propuesta.	Entablar comunicación con entes del Poder Público Nacional, para llevar a cabo la coordinación de un equipo multidisciplinario para acometer las labores de diseño del Proyecto.
CONSTRUCCIÓN	2 y 3	Hacer revisión previa de los registros de Empresas de Producción Social, registradas como proveedores de servicio de la Corporación, para evaluar su capacidad operativa para acometer la obra.	Hacer una evaluación de las labores que pueden realizarse con recursos propios para reducir la plantilla de contratación externa.	Preparar cronogramas de entrega de las fases de infraestructura, según las características de las Empresas de Producción Social contratadas, y establecer en el pliego de contratación las cláusulas que determinan la relación de continuidad laboral y homologación a las pautas de contratación.	Evaluar las condiciones meteorológicas con alta periodicidad, construir un galpón de materiales para su almacenamiento y desarrollar mecanismos para la cobertura y la canalización del agua en las áreas donde existan labores adelantadas.	Disponer de grupos de negociación, control y supervisión para dar continuidad al ritmo de las labores de construcción.
APERTURA AL PÚBLICO	4	Hacer una sólida estrategia comunicacional y de integración funcional, a partir del concierto de criterios por parte de la Gerencia de Asuntos Públicos Corporativo, y de su Gerencia en Intevep, junto a entes asesores pertenecientes al ámbito cultural y de manejo comunitario y educativo.	Promover la adjudicación de fondos por parte de los Ministerios del Poder Popular de Energía y Petróleo, Infraestructura, Obras Públicas, Ciencia y Tecnología, Educación y Cultura, para hacer un fondo conjunto con PDVSA para realizar el Proyecto.	Hacer un manejo robusto de la seguridad interna y perimetrica de las instalaciones del complejo del museo, para proveer a la comunidad de un espacio de recreación ante situaciones de inestabilidad de entorno, y a su vez, proteger la integridad física de los activos patrimoniales asociados al Museo.	Disponer de un circuito de transporte público, ubicado en puntos estratégicos de la ciudad de Los Teques y zonas aledañas de los Altos Mirandinos, para que a partir de la coordinación con las instituciones educativas y los Consejos Comunales, para que se coordinen los grupos de visitantes.	Hacer un plan de emergencia para disponer del personal mínimo necesario, teniendo en cuenta la posibilidad de aplicar la figura de contrato en comisión de servicio, pudiendo hechar mano de especialista que estén supernumerarios en instituciones afines.
FUNCIONAMIENTO	4 en adelante	Asumir el acompañamiento de promoción comunitaria por parte de PDVSA Intevep, a través de la Gerencia de Distrito Social Metropolitano.	Plantear un plan de actividades integrales que tiendan a acercar a un mayor número de visitantes y usuarios.	Evaluar la posibilidad de abrir un concurso de credenciales público y canalizado a través de las principales casa de estudios nacionales, así como entre las instituciones museísticas para ofertar cargos para la gestión efectiva del Museo.	Determinar la fiabilidad de las acciones de mantenimiento, para adaptarlas a la evolución que presenten las evaluaciones de deterioro de las instalaciones, equipos, muestras y jardinerías.	Hacer una evaluación periódica para buscar la certificación de los institutos internacionales sobre gestión museística y calidad de servicio, aspecto que inicia con una fase de asesoramiento y canalización de acciones para la mejora de los procesos internos de la institución.

Cuadro nº 7. Estrategias para la Atención de los Riesgos (elaboración propia 2010).

Riesgos relacionados con las áreas terminadas

Área	Riesgos									
	Incendio Emergencia	Robo Hurto	Agresión Ambiental	Agresión Vandálica	Accidente Fortuito	Explosión Espontánea	Avería Instalaciones	Sabotaje Instalaciones	Agresión Terrorista	Huelga Conflicto laboral
Conjunto de infraestructura (edificios)	**	**			**		**		**	**
Accesos				**					**	**
Escaleras y Ascensores					**		**	**	**	
Conductos de ventilación	**		**					**	**	
Conductos instalaciones	**		**		**	**	**	**	**	
Cuartos de emergencia	**				**	**	**	**	**	
Salas de Máquinas	**				**	**	**	**	**	
Estaciones de suministro eléctrico	**	**		**		**	**	**	**	
Almacenes y depósitos	**	**	**	**	**					**
Salas de Exposiciones	**	**	**	**	**		**	**	**	**
Salones de Actos y Auditorios	**	**	**	**	**		**		**	**
Zonas de estacionamiento vehicular		**		**	**	**			**	**
Áreas de Servicio	**				**	**	**	**	**	
Perímetro		**		**	**				**	**
Áreas de Restauración y Montaje	**	**	**	**	**					**
Zonas administrativas y de archivo	**	**			**		**		**	**

Cuadro nº 8. Riesgos relacionados con las áreas terminadas (elaboración propia 2010).

5.1.2 El Presupuesto

A continuación se presenta el ejercicio presupuestario inicial del Proyecto.

PRESUPUESTO GENERAL

DESCRIPCIÓN	AÑO 1 (20011)	AÑO 2 (2012)	AÑO 3 (2013)	AÑO 4 (2014)	AÑO 5 (2015)
MATERIALES	7.887.948.836	7.194.819.444	7.850.047.228	8.290.658.185	8.719.561.281
ALMACEN MATERIA PRIMA	3.319.089.869	3.295.873.290	3.801.320.104	4.077.840.797	4.344.853.660
VIARIOS DE CONSTRUCCIÓN Y OTROS	2.063.307.500	1.307.523.263	1.364.372.100	1.421.220.938	1.478.069.775
OTROS GASTOS DE EDIFICACIÓN	1.442.340.345	1.463.306.709	1.484.853.845	1.513.452.449	1.531.724.214
ELECTRICIDAD	265.180.782	269.896.626	274.612.457	279.328.301	284.044.860
COMBUSTIBLE	240.400.000	244.675.174	248.950.298	253.225.453	257.501.256
AGUA	107.630.340	109.544.384	111.458.423	113.372.648	115.283.804
GASTOS DE MANTENIMIENTO	450.000.000	504.000.000	564.480.000	632.217.600	708.083.712
	2.277.888.000	2.739.513.600	3.277.336.320	3.927.841.574	4.663.879.402
MANO DE OBRA PERSONAL GENERAL					
SUELDOS Y SALARIOS	1.257.984.000	1.509.580.800	1.811.496.960	2.173.796.352	2.588.176.282
S.S.O. Y PARO FORZOSO	129.392.640	155.271.168	186.325.402	222.660.472	260.588.151
L.P.H.	25.159.680	30.191.616	36.229.939	43.475.927	51.763.526
INCE	25.159.680	30.191.616	36.229.939	43.475.927	51.763.526
UTILIDADES	279.552.000	335.462.400	402.554.880	483.065.856	575.150.285
VACACIONES	174.720.000	209.664.000	251.596.800	301.916.160	359.468.928
FIDEICOMISO	209.664.000	251.596.800	301.916.160	362.299.392	431.362.714
BONOS Y OTRAS COMPENSACIONES	176.256.000	217.555.200	250.986.240	297.151.488	345.605.990
	1.138.982.620	1.309.086.210	1.493.508.947	1.708.915.549	1.933.679.813
MANO DE OBRA INDIRECTA					
SUELDOS Y SALARIOS	652.410.000	748.572.000	854.458.560	977.856.768	1.107.615.550
S.S.O. Y PARO FORZOSO	52.200.720	58.850.064	66.829.277	74.813.881	81.841.249
L.P.H.	13.048.200	14.971.440	17.089.171	19.557.135	22.152.311
INCE	13.048.200	14.971.440	17.089.171	19.557.135	22.152.311
UTILIDADES	144.980.000	166.349.333	189.879.680	217.301.504	246.136.789
VACACIONES	90.612.500	103.968.333	118.674.800	135.813.440	153.835.493
FIDEICOMISO	108.735.000	124.762.000	142.409.760	162.976.128	184.602.592
BONOS Y OTRAS COMPENSACIONES	63.948.000	76.641.600	87.078.528	101.039.558	115.343.518
	6.958.565.908	4.892.750.420	5.162.986.390	5.674.575.566	6.265.985.135
OTROS					
DEP. MAQUINARIAS Y EQUIPOS	115.650.000	115.650.000	115.650.000	115.650.000	115.650.000
DEP. EQUIPOS AUXILIARES	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
DEP. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	16.000.000	16.000.000	16.000.000	16.000.000	16.000.000
DEP. MOBILIARIO Y EQUIPOS DE OFICINA	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
AMOR. MEJORAS PROPIEDAD	100.000.000	100.000.000	100.000.000	100.000.000	100.000.000
AMOR. GASTOS DE CONSTITUCIÓN	500.000.000	500.000.000	500.000.000	500.000.000	500.000.000
AMOR. GASTOS DE DESARROLLO	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
I.S.L.R.	-62.516.801	1.099.597.324	1.140.041.914	1.375.160.733	1.649.823.488
SEGUROS	500.000.000	400.000.000	320.000.000	256.000.000	204.800.000
PUBLICIDAD	2.489.432.709	1.610.950.883	1.802.918.920	2.017.267.966	2.256.463.227
OTROS GASTOS	1.700.000.000	936.078.000	1.051.006.500	1.173.654.000	1.298.236.980
GASTOS GENERALES	1.500.000.000	14.474.213.000	17.369.056.000	20.842.867.000	25.011.440.000
TOTAL GASTOS	18.263.385.364	16.136.169.674	17.783.878.884	19.601.990.873	21.583.105.631

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	APORTE PROPIO		APORTE EXTERNO		TOTAL INVERSIÓN	%
INVERSIÓN FIJA						
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	257.000.000,00		2.313.000.000,00		2.570.000.000,00	50,31
MONTAJE	30.000.000,00		270.000.000,00		300.000.000,00	5,87
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	8.000.000,00		72.000.000,00		80.000.000,00	1,57
MOBILIARIOS Y EQUIPOS DE OFICINA	5.000.000,00		45.000.000,00		50.000.000,00	0,98
INSTALACIÓN DE MAQUINARIAS	15.000.000,00		135.000.000,00		150.000.000,00	2,94
TOTAL INVERSIÓN FIJA	315.000.000,00		2.835.000.000,00		3.150.000.000,00	61,67
OTRAS INVERSIONES						
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	2.000.000.000,00		50.000.000,00		250.000.000,00	4,89
PUESTA EN MARCHA	21.000.000,00		8.400.000,00		29.400.000,00	0,58
IMPREVISTOS (2 % INVERSIÓN FIJA)	12.600.000,00		50.400.000,00		63.000.000,00	1,23
TOTAL OTRAS INVERSIONES	2.033.600.000,00		108.800.000,00		342.400.000,00	6,70
CAPITAL DE TRABAJO						
MATERIA PRIMA Y OTROS	225.600.000,00		953.000.000,00		1.178.600.000,00	23,07
SUELDOS Y SALARIOS	105.000.000,00		84.000.000,00		189.000.000,00	3,70
GASTOS OPERACIONALES	34.400.000,00		613.600.000,00		248.000.000,00	4,86
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	365.000.000,00		1.650.600.000,00		1.615.600.000,00	31,63
TOTAL INVERSIÓN	2.713.600.000,00		4.594.400.000,00		5.108.000.000,00	100,00

AMORTIZACIÓN

DESCRIPCIÓN	MONTO Bs.	Tiempo a Amortizar
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	250.000.000,00	5 años
GASTOS DE DESARROLLO	1.500.000.000,00	5 años
MEJORAS EN PROPIEDAD	5.000.000.000,00	5 años

AÑOS	AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN	AMORTIZACIÓN GASTOS DE DESARROLLO	AMORTIZACIÓN MEJORAS PROPIEDAD	TOTAL AMORTIZACIÓN
1	50.000.000,00	300.000.000,00	1.000.000.000,00	1.350.000.000,00
2	5.000.000,00	30.000.000,00	100.000.000,00	135.000.000,00
3	5.000.000,00	30.000.000,00	100.000.000,00	135.000.000,00
4	5.000.000,00	30.000.000,00	100.000.000,00	135.000.000,00
5	5.000.000,00	30.000.000,00	100.000.000,00	135.000.000,00
Totales	70.000.000,00	420.000.000,00	1.400.000.000,00	1.890.000.000,00

DEPRECIACIÓN

DESCRIPCIÓN	MONTO Bs.	Valor de Salvamento 10%	Tiempo a Depreciar
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	2.570.000.000,00	257.000.000,00	20 años
EQUIPOS AUXILIARES	300.000.000,00	0,00	5 años
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	80.000.000,00	0,00	5 años
MOBILIARIO Y EQUIPOS	50.000.000,00	0,00	5 años
	3.000.000.000,00	257.000.000,00	

AÑOS	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	EQUIPOS AUXILIARES	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	MOBILIARIO Y EQUIPOS DE OFICINA	TOTAL DEPRECIACIÓN
1	115.650.000,00	60.000.000,00	16.000.000,00	10.000.000,00	201.650.000,00
2	115.650.000,00	60.000.000,00	16.000.000,00	10.000.000,00	201.650.000,00
3	115.650.000,00	60.000.000,00	16.000.000,00	10.000.000,00	201.650.000,00
4	115.650.000,00	60.000.000,00	16.000.000,00	10.000.000,00	201.650.000,00
5	115.650.000,00	60.000.000,00	16.000.000,00	10.000.000,00	201.650.000,00
	578.250.000,00	300.000.000,00	80.000.000,00	50.000.000,00	1.008.250.000,00

METODO DE DEPRECIACIÓN : LINEA RECTA

DEP= $\frac{\text{VALOR DE COSTO} - \text{VALOR DE SALVAMENTO}}{\text{VIDA ÚTIL}}$

5.2 Presentación de la Propuesta Museológica

Con miras a determinar la estructura física, la propuesta base del contenido o museología que caracterizará al Museo Venezolano del Petróleo, se desarrollaron distintas acciones de búsqueda de información, desde la revisión de las ofertas que otros centros de este tipo realizan en distintos países del mundo, gracias al acercamiento virtual, hasta la conversación y entrevistas a expertos, sin dejar de lado el sondeo en grupos y reuniones de trabajo (focus group) realizados con varios de los grupos destinatarios del Proyecto, entre los que se destacan, miembros de las comunidades circundantes a PDVSA Intevep, y trabajadores de la industria petrolera nacional. Aspectos que se tomaron como referencia para valorar las características que debían ser consideradas para el desarrollo de la propuesta, así como determinar aspectos propios de la factibilidad técnica de la misma.

Con esta propuesta y luego de haber realizado una aproximación a partir del concepto de Proyecto, se pasa a definir la propuesta museística como tal, bajo la premisa de que una vez esbozada dicha propuesta, será más aprehensible para el decisor, la toma de decisiones.

En síntesis, la propuesta general es la siguiente:



Fig. 2 Propuesta del Museo (Elaboración Propia) 2010.

5.2.1 Requerimientos de Superficies de Exposición

Para el diseño del Museo fue de suma importancia considerar el estudio racional de las necesidades de superficie y espacios para albergar a las obras y su exposición. Debido principalmente a que se trata de muestras de muy diversa índole, compuestas desde muestras de micropaleontología, residuos fosilizados y muestras de materiales (petróleo crudo y derivados), hasta maquetas, simuladores y espacios de interacción digital y de visualización en cuatro dimensiones.

Al ser un centro de exposición técnico científico, pero con espacios para la manifestación artística inspirada en el sector petrolero, el diseño responde a la aplicación de los fundamentos o criterios de:

- Simetría,
- Equilibrio,
- Unidad,
- Proporción,
- Ritmo,
- Contraste,
- Escala,
- Volumen,
- Función,
- Espacio.

Por la naturaleza de los objetos a exponer y preservar, se ha realizado el estudio para las condiciones ambientales en cuanto a: Enfriamiento artificial, Ventilación, Instalación Eléctrica, e Iluminación, aspectos que a efectos de esta propuesta se han querido denominar requerimientos ambientales.

En este sentido, y debido a que Venezuela es un país tropical, donde la incidencia solar es beneficiosa durante todo el año, se estima oportuno

que se utilice la menor cantidad de iluminación y enfriamiento en las áreas del museo no destinadas a la exposición y albergue de obras; es decir, en los corredores de interconexión de las salas y sectores, en el área de la Tiendita del Museo, en la cafetería, principalmente.

Ello no sólo hará que los costos de mantenimiento y gasto energético se aminoren, sino que se considere al complejo de infraestructura un espacio ambientalmente amigable.

5.2.2 Análisis General de la Ubicación

Previamente a establecer los requerimientos de programación funcional del Museo se ha confirmado el sitio a través de los siguientes indicadores procesados en el estudio respectivo:

El Estudio de localización, tomó en consideración los siguientes criterios, a considerar durante las inspecciones realizadas: uso del suelo, infraestructura vial, accesibilidad y transporte.

Los aspectos relacionados con lo que se puede denominar la Red de abastecimiento, con la cual operaría la institución se sustenta en la autonomía de los suministros externos, ya que el Agua potable en todo el ámbito de la Filial se constituye en un 80% del abastecimiento propios, ya que Intevp cuenta con fuentes naturales, plantas de tratamiento y canalización del líquido, alcantarillado suficiente para canalizar el desagüe pluvial y resultante de la Infraestructura del Museo, red energía eléctrica y de comunicaciones, el suministro eléctrico es dependiente de la línea El Barbecho de Planta Centro, pero existe un procedimiento de respaldo, realizado por el sistema alterno de suministro eléctrico de la Filial.

La temperatura ambiente es predominantemente templada, con dos estaciones marcadas claramente: la Seca (Diciembre - Marzo) durante

esta estación las temperaturas son más suaves, entre 10°C y 23°C, mientras que la lluviosa (Abril-Noviembre) con temperaturas entre 20°C y 31°C, el resto del año la temperatura varía entre 16°C y 25°C. Casi todo el año es soleada, aún en la temporada de lluvia ya que este fenómeno climático es intermitente.

El espacio elegido y definido como viable fue el terreno de PDVSA Intevep ubicado en el espacio sur oeste de la Filial, colindante con los desarrollos de la Clínica Industrial y el Preescolar. Sus características topográficas, son eminentemente planas, además de ubicarse suficientemente lejana a las áreas críticas operacionales y administrativas de la Filial, siendo además factible la realización de un acceso externo a este complejo.

El entorno cultural, realmente es escaso en la ciudad de Los Teques, estando representado únicamente por el Ateneo de Los Teques, la Casa de La Cultura, la casa Arturo Michelena, el Complejo Cultural Cecilio Acosta todos ellos ubicados en el centro de la capital Mirandina. Mientras que, el Entorno arquitectónico inmediato se ve enriquecido por los complejos de edificios de la Filial petrolera, lo cual además ayuda a contextualizar al visitante.

El área aproximada donde se emplazaría el proyecto es de **10.500 m²** y el Área de Intervención arquitectónica de **6.500. m²** dejando el resto para la construcción del parque temático y el diseño de caminerías y jardinerías, donde se pretende hacer una muestra tanto botánica silvestre y ornamental propia de la Región; en el entendido además de que Intevep, colinda con el Parque Nacional Macarao sumado a que posee una Zona Protectora. Entre las especies, arbóreas con las que se puede contar se encuentran: el maría, el cedro, el samán, el bucare, el pardillo, el araguaney y el quiripití.

5.2.3 Programación

La programación contempla los tipos de actividades del Museo, siendo divididos en Exposición y Extensión; en este último caso, se pretende promover una cartera de actividades más interactivas como cursos, talleres, representaciones culturales, cine foros y espacios para el debate.

Se propone el diseño para la construcción de un Museo de sitio con espacios internos y externos, que pueda llenar los vacíos existentes en la promoción de la cultura petrolera nacional.

Dicho museo contaría con la calidad funcional, técnica, espacial, formal y tecnológica de sus ambientes, equipamiento e instalaciones para albergar las muestras explicativas sobre el ámbito petrolero, su origen, evolución, la industrialización del sector (la exploración, perforación, tecnología de terminación, tecnología de producción, transporte, operaciones petroquímicas, refinería, la seguridad y el medio ambiente) y el valor estratégico que este producto tiene para Venezuela, sin dejar de lado el rol que la estatal petrolera PDVSA posee.

En éste sentido, se destaca que la exposición responde a los siguientes objetivos a ser cubiertos:

1. Construcción de una colección y muestra permanente.
2. Desarrollo de exposiciones temporales e itinerantes.
3. Conservación de piezas de micropaleontología y residuos fósiles.
4. Promoción de la investigación y difusión del conocimiento.
5. Fomento y expansión de la cultura petrolera.
6. Establecimiento de una relación comunicacional directa entre PDVSA y el público en general.

Para este fin se proponen las siguientes áreas especializadas:

SECTOR DE EXPOSICIÓN PERMANENTE (compuesto por salas de museografía):

1. Sala sobre el Petróleo: concepto y origen
2. Sala sobre la Exploración
3. Sala sobre la Producción
4. Sala sobre la Refinación: Petróleo y sus derivados
5. Sala sobre la Comercialización y Distribución
6. Sala sobre la Industria Petrolera en Venezuela
7. Sala sobre el Petróleo en Venezuela y su importancia estratégica
8. Sala del Parque Temático
9. Sala sobre la Seguridad y el Medio Ambiente
10. Sala de Aprendizaje permanente On Line.

SECTOR ÚNICO DE EXPOSICIÓN TEMPORAL O ITINERANTE

Con muestras específicas de artistas o instituciones invitados.

SECTOR DE EXTENSIÓN

- Sala de videos
- Salón de Eventos
- Teatro-auditórium
- Biblioteca Virtual
- Áreas de Estar.

El sector de exposición permanente, estará conformado por una serie de salas donde además de infografías gigantes con relieves interactivos, se podrán encontrar réplicas hechas a escala que muestran los procesos que realiza la industria del petróleo: exploración, producción, refinación, distribución y comercialización, evidenciando su funcionamiento, escuchando los sonidos propios de cada operación y encontrando además de los paneles con textos informativos, soportes de video relacionados con el tema expuesto.

Pese a que el diseño de las exposiciones permite al público efectuar un recorrido interactivo; se contará en forma permanente con un cuerpo de guías especializados que resolverá las preguntas y dudas de los visitantes.

5.2.4 Propuesta para la distribución de los espacios físicos del Museo

La propuesta arquitectónica detallada se realizará en un Plano general de carácter referencial esbozado a partir de la concepción que se tiene de las características del Museo, que responden a los objetivos planteados al inicio de este capítulo y su tratamiento en el desarrollo y elaboración del diseño general y especializado, busca hacer de de éste un espacio funcional, comunicacionalmente viable, estético y armónico.



Fig. 3 Propuesta de Entrada al Museo (Elaboración Propia) 2010.

Se concibe como un complejo educativo y comunicacional, a través del cual la estatal petrolera venezolana, ponga a disposición de su público interno, público externo en general y visitantes extranjeros, una muestra de la responsabilidad que esta empresa tiene con la divulgación y promoción de la cultura petrolera venezolana. Se busca que haya una

armonización del diseño arquitectónico del edificio con las áreas de jardín y el parque temático, espacios que servirán para albergar una multitud de actividades e iniciativas relacionadas con la formación y origen del petróleo, la evolución de la industria petrolera venezolana y la divulgación de los aspectos científicos y tecnológicos necesarios para el aprovechamiento de este recurso natural no renovable.

En éste sentido, se tomó como base referencial para el planteamiento gráfico de la distribución espacial de los sectores que compondrán el Museo, la plantilla del museo Semilla de Chihuahua, en México que una vez adaptada a la concepción de los sectores en los cuales se dividirán funcionalmente los espacios del Museo Venezolano del Petróleo, presenta una visión bastante cercana de las posibilidades reales de armonizar la convivencia de todas las áreas que conformarán el Museo como tal y permitirán su pleno funcionamiento.



Fig. 4. Propuesta de Auditorio (Elaboración Propia) 2010.

En relación a lo anterior y en sintonía con la descripción que se realizará de la programación se plantean, como áreas requeridas las siguientes:

- Sector de exposición permanente (compuesto por 09 salas de museografía):
 - Sala sobre el Petróleo: concepto y origen
 - Sala sobre la Exploración
 - Sala sobre la Producción
 - Sala sobre la Refinación: Petróleo y sus derivados
 - Sala sobre la Comercialización y distribución
 - Sala sobre la Industria Petrolera en Venezuela
 - Sala sobre el petróleo en Venezuela y su importancia estratégica
 - Sala del Parque Temático
 - Sala sobre la Seguridad y el medio ambiente
- Sector único de exposición temporal o itinerante.

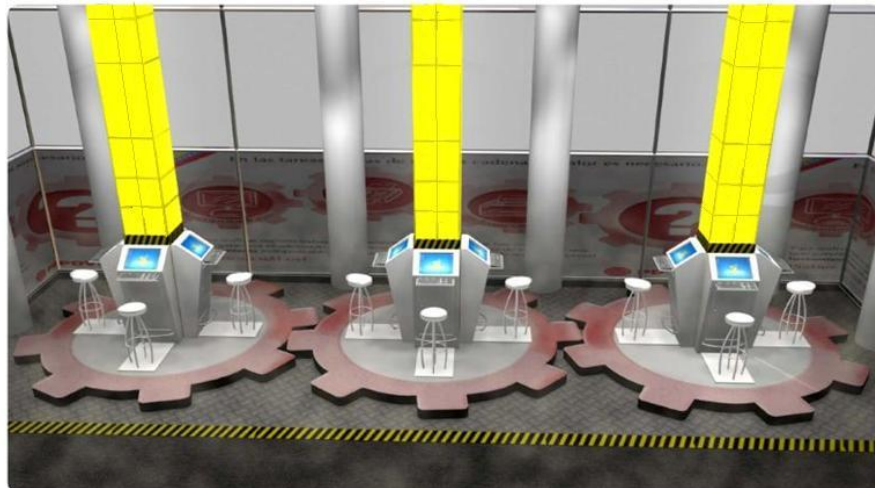


Fig. 5 Área de Aprendizaje On Line. (Elaboración Propia) 2010.

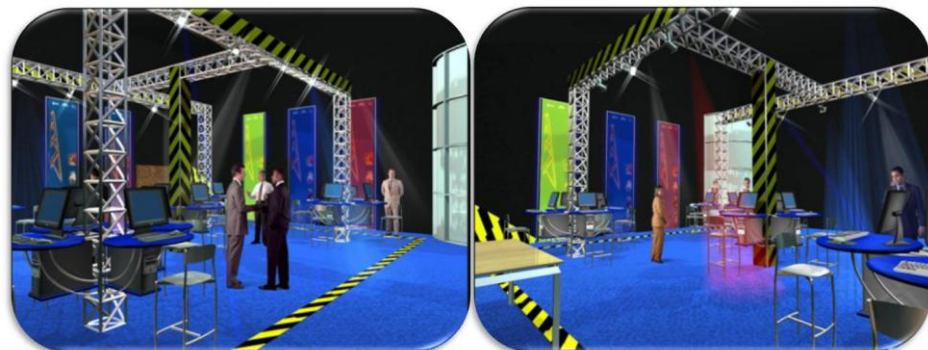


Fig. 6 Áreas de Consulta en la Biblioteca Digital (Elaboración Propia) 2010.

- Sector de Extensión:
 - Sala de videos
 - Salón de Eventos
 - Teatro-auditórium (con un aforo de 500 personas).
 - Biblioteca Virtual
 - Áreas de Estar.

- Sector Administrativo
 - Gerencia General
 - Sala Administrativa
 - Sala del Centro de Arte La Estancia Altos Mirandinos.

- Sector de Apoyo
 - Módulo de Información y Orientación
 - Seguridad
 - Limpieza y mantenimiento
 - Cafetería
 - Tiendita
 - Baños
 - Salas de Máquinas.

- Sector Exterior:
 - Accesos
 - Estacionamientos
 - Tratamiento paisajístico – jardinería y caminerías.

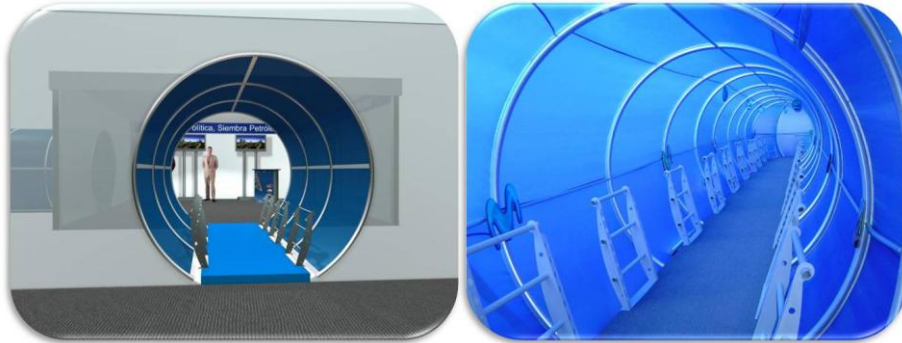


Fig. 7 Área de acceso al Parque Temático (Elaboración Propia) 2010.



Fig. 8 Distribución de los espacios físicos (Elaboración Propia) 2010.



Fig. 9 Espacio informativo (Elaboración Propia) 2010.

5.2.5 Organización Funcional

La integración de la plantilla o fuerza laboral de la Institución, se realizará de acuerdo al siguiente organigrama, pudiéndose posteriormente, de considerarse oportuno y necesario, adscribirse a otras unidades administrativas hasta alcanzar el número necesario de personal para llevar adelante al Museo. Teniendo como agregado especial, para funciones específicas y concretas: pasantes, aprendices INCES (Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista) y voluntarios.

Como principal filosofía de trabajo, se propone la cultura de la calidad, promocionando su implantación de cara al servicio público, permeando sin exclusión a todos los niveles organizacionales.

Es a partir de lo anterior y en función del acatamiento de las normas de Recursos Humanos de PDVSA, sumado a la observancia de los lineamientos estratégicos de ésta, que se realizarán manuales de procedimientos, definición de las funciones, perfiles de cargos, diseñados para maximizar la eficiencia del trabajo así como la satisfacción e identificación del empleado con la función.

Pese a que la estructura tradicional de una institución museística plantea como denominación universal para sus unidades administrativas, la figura de Dirección; ésta no se relaciona con el diseño organizacional de Petróleos de Venezuela, donde éstas son concebidas como Gerencias, de ahí que se utilice este nombre y se asocien sus funciones propias de la operatividad del Museo, teniendo además en consideración que ésta debe ser una estructura de personal capacitada y suficiente para cumplir y desarrollar las metas y objetivos del mismo.

PERSONAL GENERAL	
Gerencia General	1
Secretaría	1
Consultoría Jurídica	1

Consultor	1
Consultor	1
Analista	4
Líder de Planificación y Control de Gestión -PyCG-	1
Analista Contador	1
Analista Administrativo	1
Analista de control financiero	1
Líder de Relacionamento y Difusión -RyD-	1
Analista de comunicaciones	1
Analista de desarrollo de eventos	2
Guías	15
Líder de Recursos Humanos -RRHH-	1
Analistas de Personal	2
Líder de Prevención y Control de Pérdidas -PCP-	1
Analistas y Operadores de Protección Industrial	8
Líder de Servicios y Conservación -SyC-	1
Analistas de conservación	6
Analistas de servicios	4
Líder de Operaciones	1
Personal de servicios generales	12
Total	68

Cuadro nº 9: Relación de la Fuerza Laboral.

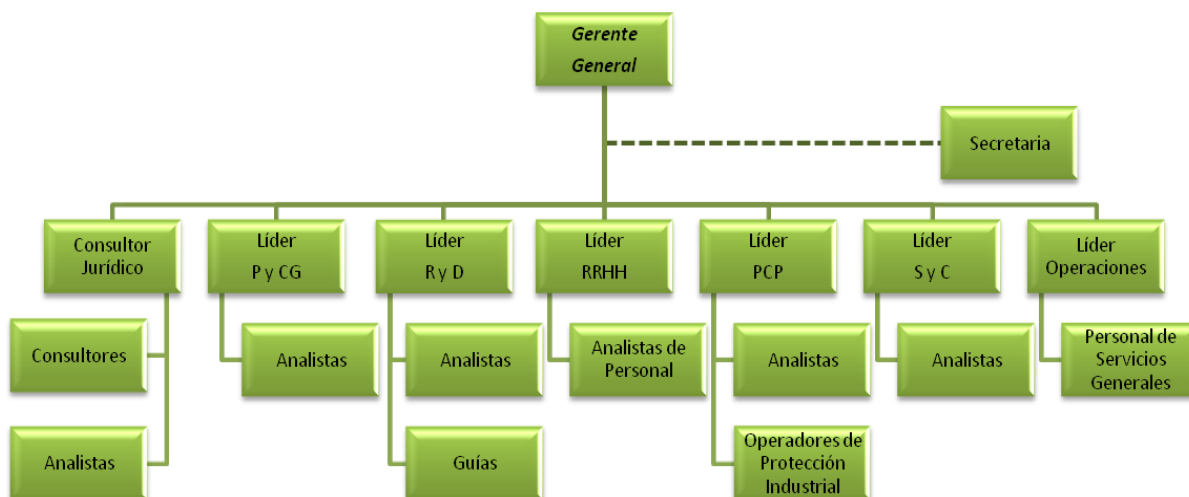


Fig. 10. Organigrama funcional del Museo. (Elaboración Propia) 2010.

Teniendo en cuenta las representaciones gráficas anteriores, se plantea que para la conducción y administración del Museo, será

necesario contar con un mínimo operativo de 68 colaboradores, que en líneas generales y sin profundizar en los perfiles profesionales ni en las descripciones de cargo, de cada uno de ellos y tratando de englobar lo que las áreas a sus cargos desempeñarán, se exponen las siguientes actividades:

- **Gerente General**

Es el ente aglutinante de las fuerzas que se encaminan a dar movimiento al Museo, lidera intelectual y operativamente la conducción del mismo con la finalidad de garantizar su pleno funcionamiento, bajo estándares de calidad y eficiencia, de cara a satisfacer las demandas de los clientes.

Asimismo, es responsable de establecer e implementar una estrategia impulsada por la misión que responda a la naturaleza dinámica y cambiante del patrimonio que representa la institución, coadyuvará al posicionamiento del Museo, priorizará la investigación, programática y agendas de elaboración de productos y servicios, velará por la expansión de la capacidad de organización, dirigirá y motivará al personal y vigilará la transparencia administrativa de la organización.

- **Consultoría Jurídica**

Será la unidad administrativa que tendrá bajo su responsabilidad, representar formal y jurídicamente a la institución, revisar, armonizar y discutir en el Comité de Normas de PDVSA las políticas rectoras de la institución, asesorar en materia de protección de activos de propiedad intelectual y evaluar los convenios interinstitucionales, entre otros.

- **Líder de Planificación y Control de Gestión -PyCG-**

Planifica y supervisa los actos administrativos de cada área del Museo. Esta función la ejecuta estableciendo un presupuesto anual para el

desarrollo de las actividades planificadas; se encarga del control financiero y de gestión principalmente.

- **Líder de Relacionamento y Difusión -RyD-**

Apoyará la gestión mediante el asesoramiento integral, la planificación, coordinación y ejecución de programación y servicios en las áreas comunicacional y de relacionamiento, para proyectar tanto interna como externamente una imagen positiva y favorable que facilite el posicionamiento del Museo como parte de la estatal petrolera venezolana. Igualmente, formula y ejecuta junto a Servicios y Conservación, la política educativa de la institución, ya que interpreta las exposiciones para el público a través de paneles didácticos, guías de estudio, audiovisuales, etc.

Supervisa y organiza las visitas guiadas del museo y establece las pautas para las guías docentes, por lo que debe conocer técnicas de enseñanza y finalmente propone actividades o eventos que complementen las exposiciones. Además, se encarga de la administración y generación de contenidos para los espacios virtuales del Museo.

- **Líder de Recursos Humanos -RRHH-**

Supervisará la incorporación y administración de talento laboral humano, haciendo seguimiento y planificación de las acciones de detección de necesidades de formación, programación de adiestramiento y cierre de brechas en materias especializadas; vacaciones, permisos, control de incapacidades o reposos médicos y seguimiento a los sistemas de gestión de calidad.

- **Líder de Prevención y Control de Pérdidas -PCP-**

Constituye un ente de control interno, actividad que realiza con una perspectiva ampliamente asentada en un modelo preventivo de seguridad, que le atribuye la responsabilidad de preservar el patrimonio de PDVSA y sus Empresas Filiales, mediante la ejecución de acciones preventivas y correctivas, enmarcadas en el principio de corresponsabilidad, contribuyendo así a la continuidad del negocio y al desarrollo integral de la nación.

Asimismo, custodia el control de salida y entrada de objetos de la sede del museo.

- **Líder de Servicios y Conservación -SyC-**

Su área de responsabilidad será el estudio e interpretación científica del patrimonio, tangible e intangible, perteneciente al museo. Recomienda la incorporación, autenticación e intervención de la colección(es), siendo el término curaduría el usualmente empleado para hacer referencia a la función descrita.

Igualmente es responsable de comunicar los contenidos de las investigaciones y coordinar las acciones entre la(s) colección(es) y exposición(es), debiendo para ello conocer los sistemas de investigación, conservación, educación, organización y sus relaciones con el medio físico según el tipo y naturaleza del museo.

Será además el responsable del control, registro e inventario, tanto documental como fotográfico. Se ocupa de los trámites de seguro, préstamos, depósito.

Ejecutará también las acciones relacionadas con las condiciones físicas y ambientales de las colecciones del museo y desarrollará el

concepto, diseño y montaje de las exposiciones utilizando métodos y técnicas adecuadas a los propósitos del museo y de todas sus áreas de trabajo.

- **Líder de Operaciones**

Prestará apoyo integral a todas las dependencias con la finalidad de garantizar su continuidad operacional, bajo el enfoque de la mejora continua de sus procedimientos, a través del mantenimiento de la infraestructura integral de las instalaciones y áreas externas y logística general. También de facilitar los trabajos de instalación y operativos de los equipos del museo.

- **Secretaría**

Será responsable de prestar el apoyo logístico y administrativo a cada una de las unidades que lo requieran a efectos de realizar sus labores.

Es importante además tener en consideración que el personal del Museo debe estar familiarizado con la historia y motivación de la creación de la institución, sus funciones y metas, además de conocer las leyes que protegen el patrimonio nacional, las recomendaciones nacionales e internacionales sobre la protección de bienes culturales, tanto muebles como inmuebles, y las reglas éticas de ejercicio profesional, principalmente, con el objeto de cumplir su misión de protección y promoción del patrimonio cultural.

5.2.6 Diseño Arquitectónico

Al proporcionar los medios necesarios para el desarrollo de las actividades expositivas, informativas y culturales, el Museo estaría cumpliendo con los objetivos establecidos en la elaboración del presente Proyecto, que con un emplazamiento privilegiado en un sector de intensa actividad ciudadana como lo es Los Teques, además de una privilegiada

cercanía a la ciudad capital, y su relacionamiento conceptual inmediato a PDVSA por encontrarse ubicado dentro de una de sus instalaciones, precisamente su brazo de desarrollo tecnológico, aseguraría la motivación y promoción de las actividades y la comunicación de la inquietud informativa de esta empresa para con el colectivo nacional.

El Museo Venezolano del Petróleo, pretende ser un centro eminentemente interactivo que brinde alternativas de apoyo al aprendizaje, fomentando la creatividad, el conocimiento y la comunicación en un ambiente ligero y divertido.

Está dirigido principalmente a los niños y niñas, más no por ello, impide al adulto estar en él, aprender y divertirse, ya que las áreas estarían diseñadas para que existan actividades e información del interés de cada público según la discriminación de públicos. Se han considerado las siguientes tres (3) clasificaciones por edad: niños, jóvenes y adolescentes y adultos; sin embargo, todas las exhibiciones se harán accesibles a todo tipo de público. De ahí que sean considerados factores como la altura, el color, los elementos de interacción, la resistencia de los materiales y el espacio disponible, para que todos puedan interactuar; así como los diferentes medios para transmitir el mensaje de las exhibiciones.

5.2.7 Concepto Comunicacional



Fig. 11 Concepto de la Mascota (Imagen) del museo (Elaboración Propia para la semana aniversario de la Gerencia de Prevención y Control de Pérdidas de 2007).

El Museo Venezolano del Petróleo, posee una arista de singular importancia comunicacional, en el entendido de que éste debe ser una

extensión de la estatal petrolera que suma esfuerzos para dar presencia a los museos venezolanos en la sociedad de la información, como muestra significativa de la relevancia que la conservación y promoción de la identidad cultural tiene para el país; de ahí que la principal característica comunicacional de ésta institución deba ser la homogeneidad temática del discurso, tanto en lo concerniente a las colecciones como a los aspectos a ser difundidos a los públicos.

Asimismo, plantea una plataforma desde la cual PDVSA puede hacer llegar su cara más socialmente responsable, a un vasto número de personas tanto del ámbito regional a través de la visita presencial, como nacional e internacionalmente, soportándose en la construcción de una tribuna cuya versión digital (sitio web), buscaría estar en sintonía con las nuevas demandas de los usuarios así como con el desarrollo de mayores estrategias de interacción, fomentando una relación más dinámica, interactiva e incluso participativa más allá de las meramente presenciales y restringidas al ámbito físico o real del Museo propiamente dicho.

Como resulta lógico pensar, el abrir el Museo a las nuevas tecnologías de la comunicación, como instrumento de soporte para acercar al usuario a la institución y a través de ésta a la estatal petrolera, complementa, perfecciona y transforma sus dispositivos de conocimiento, información, investigación, transferencia, exposición de contenidos, creando una nueva y más rica relación con el público, los especialistas, y los agentes culturales y científicos. Pues en el espacio físico, se busca recrear una atmósfera que invite al usuario a involucrarse participativamente en el disfrute de la muestra haciendo de esta una experiencia sensorial integral, y en el espacio digital, proveerle de nuevas maneras de acercarse al Museo, y preservar el interés que inicialmente le hiciera acudir al mismo.

Lo anterior, adosado al hecho de poseer una ***biblioteca virtual***, se alinea con el nuevo entorno tecno social, ya que las nuevas generaciones y de manera más tímida pero cada vez en una más numerosa tendencia, los adultos jóvenes y contemporáneos, no comprenden a cabalidad su entorno, alejados de las nuevas tecnologías de comunicación e información. Esto permitiría tener en sitio, un espacio atractivo para la investigación del ámbito y el desarrollo de propuestas aplicables al desarrollo de nuevas líneas de producción científica y tecnológica en el país, ya que se daría un acercamiento efectivo e interactivo de los jóvenes usuarios apoyando sus inclinaciones vocacionales.

Comunicacionalmente, las funciones generales que el Museo busca cubrir se centran en los siguientes aspectos:

- Como objetivo básico en lo que respecta a la comunicación como medio de exposición, es la realización de un amplio programa de exposiciones temporales generadas por la propia iniciativa del Museo, o bien por la colaboración de museos e instituciones nacionales y extranjeras; así como que se dispondrá de una muestra permanente como principal atractivo.
- Contar con una biblioteca especializada digital o virtual, dependiente del Centro de Información Técnica de PDVSA Intevep²⁵, donde se localizará y centralizará la mayor cantidad posible de información sobre el tema petrolero, cualquiera sea su origen, naturaleza, procedencia y soporte; en el entendido de que ésta unidad administrativa sería la responsable de coleccionar, preservar y administrar todo el material documental bibliográfico y

²⁵ El Centro de Información Técnica de PDVSA Intevep creado en 1975, tal como reza en el Manual de Organización de la Filial, “brinda asesoría técnica en las áreas de: búsqueda, recuperación y análisis de información, apoyo a la inteligencia tecnológica, adquisición y préstamos de documentos, servicios editoriales, gestión de documentación técnica y administrativa, así como el desarrollo de Normas Técnicas que apliquen a la Corporación, para contribuir con el desarrollo científico y continuidad operacional de la misma”

no bibliográfico del museo. Garantizando el servicio adecuado a los investigadores, estudiantes y público en general y atendiéndose principalmente, la difusión de estudios e investigación especializados mediante el uso de canales como conferencias, seminarios, coloquios, cursos y publicaciones, las cuales se colocarán a disposición del público gracias a la **Tiendita del Museo**.

Es de esta manera como se persigue la doble finalidad de crear un espacio vivo de información, exhibición y cultura ya que a la vez el Museo se transforma en un ente aglutinador, de actividades dispersas, las cuales tendrán su soporte en él mismo, en colaboración con el Centro de Arte La Estancia Altos mirandinos, y el Programa de Educación y Soberanía Petrolera (PESP), para reunir en un mismo lugar a manera de complejo de infraestructura, acciones de difusión de información institucional, junto a otras de extensión y promoción de la cultura petrolera nacional.

El **sitio web** del Museo Venezolano del Petróleo, aparte de la información tradicional de una página referida a un ámbito institucional como fotografía e información general, plantea la introducción de un enlace que facilite al usuario su acceso a un sitio educativo en línea, que reproduzca de manera virtual una visita al Museo, ofreciendo recorridos en tercera dimensión (3D) acompañados de una guía audible en varios idiomas y con información desplegable automática por enlace a un clic, de cada pieza. Recurso que facilitará que personas muy distantes física o geográficamente al Museo, puedan visitarle, o bien aupear la afluencia al espacio real.

Igualmente, este espacio virtual contará con versiones de descarga gratuita de material didáctico especialmente diseñado para profesores y alumnos, con los cuales podrán preparar en el aula la visita al Museo y

reforzarla toda vez que hayan asistido a éste. Esta versión de descargas, se tendrá disponible también para padres, otorgándoles la oportunidad de asumir el rol educador, fomentando en los niños la curiosidad del aprendizaje sobre temas energéticos y especialmente, los petroleros; es importante, además indicar que ambas versiones, poseerán actividades cuyos resultados podrán ser enviados al Museo vía correo electrónico para que se publiquen en la página web, en una galería de exposición virtual.

Teniendo además para el grupo de Amigos del Museo, un espacio de elaboración de contenidos de opinión, a manera de blog a partir de la suscripción en la página, donde la participación y la frecuencia en la actividad, se premiará con la posibilidad de descargar bases de datos de la colección y tener sesiones de chat con expertos del área científica, tecnológica petrolera y museística. Así también, para los usuarios menos activos, se plantea la elaboración de boletines y material de interés, que pueda ser remitido a través de los correos electrónicos y cuya edición puede tener una frecuencia quincenal.

Es importante para promover el máximo conocimiento del patrimonio cultural petrolero, que se incorporen estrategias lúdicas en el espacio digital, del sitio web a manera de zona de juegos en línea, entre los que se pueden mencionar: rompecabezas, sopa de letras, collages o composiciones y montajes de imágenes, crucigramas, busca detalles y autodefinidos. Como es lógico pensar, estos juegos, se dispondrían en enlace según las edades del usuario.

En sintonía con lo anterior, es importante considerar que todo Museo debe contar con un espacio de comercialización, el cual se visualiza como la **Tiendita del Museo**, donde no sólo se cristalizaría un espacio de intercambio comunicacional con el usuario sino de autofinanciamiento,

con el cual el mantenimiento y sostenimiento de este espacio se garantizaría de manera independiente, como acción económica alternativa. Ahora bien, en lo que respecta a la oferta de artículos debe ser extensa, variada y atractiva, además de accesible en materia de precios, para lograr satisfacer a todos los visitantes de la institución.

A parte de los clásicos artículos de regalo y recuerdos de las visitas al Museo, que son de particular interés, un área de singular relevancia es el sector de librería ya que en él se puede ofrecer una amplia gama de publicaciones que versen sobre temas relacionado a la museología y al ámbito petrolero venezolano; además de las versiones digitales e impresas de los catálogos, audio libros, audio guías sobre entrevistas, seminarios y congresos y con miras a incrementar las publicaciones disponibles, se propone la edición de un CD ROM con una versión sintetizada de la Visita virtual del Museo. En el entendido de que esta es una alternativa interactiva, que facilita la consulta, debido a su principal ventaja: la capacidad de carga de gráficos y el soporte de la tecnología utilizada, ya que siendo ejecutado desde un computador, facilita la rapidez en la ejecución de la aplicación, pudiendo incorporar incluso gráficos de alta complejidad.

Así también un alternativa que es de particular interés para la edición publicitaria del Museo y la comercialización a través de la Tiendita son los materiales didácticos para niños de uso escolar, material gráfico (afiches, postales –digitales e impresas-, libros conmemorativos, fotográficos entre otros), ediciones audiovisuales (micros y documentales), juegos didácticos de simulación de los procesos de la industria petrolera (maquetas para armar) y juegos de mesa basados en la colección y el complejo mismo.

Es importante que este espacio cuente además con una versión digital que permita las compras por internet, o en línea, con lo cual se facilitaría la atención de un mayor número de usuarios, sin contar aquellos que resultan visitantes potenciales observando al Museo como atractivo turístico cultural de la Región. Como es lógico suponer, se soportaría en los servicios de encomienda y paquetería para hacer llegar los pedidos.

Por su parte como apoyo a los visitantes del Museo real, se propone la incorporación de una interfaz interactiva en forma local, lo cual se lograría gracias a una red local instalada en el seno del Museo, con terminales en cada uno de los corredores de interconexión de las salas, permitiendo al usuario disponer de un recorrido virtual de ubicación, e interactuar con información propia del ámbito petrolero, corroborando su proceso de aprendizaje luego de cada recorrido gracias a la metodología de aprendizaje asistido por computador o e-learning por su denominación anglosajona.

Es importante además considerar que el proceso comunicacional del Museo, no sólo lo utiliza a él como medio, es decir, en sí mismo encierra aspectos que son conceptos de interpretación múltiple, sino que al tener un equipo humano que viabiliza las acciones comunicacionales que les son propias como grupo, a su vez les hacen entes modificadores y participantes de la comunidad que impactan. Para lo cual se deberán diseñar planes integrados de comunicación, con los cuales hacer un abordaje integral de las esferas internas y externas.

En éste sentido, el Museo, desarrollará tal como se evidenció antes, canales formales para intercambiar con el público tanto aspectos de opinión como acerca de la oferta de servicios que brinda, siendo entonces acciones de comunicación externa, que de manera general se sugiere tenga como base, la gestión de flujos de comunicación abiertos, y

flexibles, para ello se considera primordial la construcción de un manual de imagen corporativa del Museo, y la difusión de los contenidos que éste elabore, a través de campañas publicitarias y de marketing, sustentadas en distintos medios de comunicación. Acción que como contraprestación, tendría la atención directa y expedita de las solicitudes y suministro de información, de los distintos medios impresos, audiovisuales, radiales y electrónicos; ya que una divulgación pertinente y efectiva, asegurará el flujo de visitantes tanto locales como extranjeros.

El tener una política de publicaciones con un enfoque multisectorial, para el abordaje de un vasto público con necesidades propias e independientes. Siendo igualmente oportuno hacer un plan de comunicaciones y una selección nutrida de públicos, con los cuales establecer relaciones de cooperación, promoción y apoyo para los contenidos, sucesos y actividades que genere el Museo como tal.

Estrategias como las anteriores, constituyen elementos de adición para el posicionamiento efectivo de la institución, de cara a convertirla en punto de referencia cultural y convertirla en punto focal del turismo de la ciudad o bien, de la región. Hecho que coadyuvaría, con el fortalecimiento del sentido de pertenencia del ciudadano común que se asocia al Museo y al personal que hace de su operatividad un hecho plausible.

Por su parte, el cariz interno de la estrategia, se centra en mantener al día al personal acerca de los objetivos, innovaciones acaecidas en el ámbito museístico y del sector petrolero, nuevas tecnologías de comunicación y a la vez motivarle y elevar el sentido de pertenencia, con el consecuente beneficio que en materia de calidad y compromiso esto conlleva.

Como eje central de esta herramienta comunicacional de la gerencia del Museo, se encuentra la programación de entrenamiento y formación del cuerpo que labora en la institución, la realización de reuniones periódicas con el personal, bien sea de carácter general, o con cada unidad administrativa de la función, para promover la toma de decisiones consensuadas, el recoger las opiniones de primera mano y evaluar y consultar las tendencias del cambio.

Este programa, se diseñará tomando como referencia para su elaboración, los perfiles de cargo y los procesos de detección de necesidades de formación del personal buscando cerrar las brechas cognoscitivas, con lo cual se hará más eficiente y eficaz el servicio que presta el Museo.

En suma el establecimiento de un fortificado sistema de comunicación formal, a través de notificaciones, consultas, boletines y circulares, además de un extenso uso de medios electrónicos, aprovechando la robustez de la plataforma electrónica y la intranet corporativa de PDVSA, permitirá manejar de manera democrática la comunicación en el seno de la organización.



Fig. 12 Maquetas para armar. Productos para la tiendita del Museo. Elaboración propia a partir de los modelos de la Serie Aprendamos de Petróleo, del Programa de Educación y Soberanía Petrolera de PDVSA. 2010.

5.2.8 Procedimiento de mantenimiento del Museo

Un museo con miras a lograr un funcionamiento óptimo, debe cumplir entre otros con algunos criterios generales, que por demás resultan lógicos no sólo por las características de la institución, sino por ser en sí misma, un complejo arquitectónico o bien, un conjunto de ellos.

En éste sentido, no es posible perder de vista que al disponer de una filosofía de gestión formalmente estipulada, deberá emplear a tiempo completo a un conjunto de profesionales con conocimiento y experiencia en el área museística, con miras a presentar regularmente y siguiendo una agenda, o procedimiento para el cuidado y mantenimiento de las colecciones, exposiciones e infraestructura en general.

A) Responsables de su Instrumentación

- Gerencia General del Museo
- Área de Servicios Generales (sección de museografía).

B) Corresponsables en su Aplicación

- Área de Planificación y Control de Gestión del Museo.

- Objetivo:

Realizar actividades de mantenimiento y reparación que permitan tener y mantener en condiciones adecuadas de exhibición y almacenamiento las colecciones, promoviendo la preservación del patrimonio cultural petrolero del estado venezolano, así como las condiciones de operación de las instalaciones y el equipo del Museo, sumado a la elaboración de programas de mantenimiento preventivo, correctivo y predictivo.

- Normas Básicas de Operación

- Es necesario contemplar en la elaboración anual presupuestaria, la realización de mantenimientos tanto preventivos, como correctivos

y predictivos, así como estar en la posibilidad de agendar y planear el tipo de mantenimiento que requieren las colecciones.

- Elaboración de un programa anual de mantenimiento museográfico con la finalidad de asegurar la atención de las piezas o colecciones que así lo requieran.
- Las labores de mantenimiento museográfico deberán ser diseñadas a efectos de cubrir las características y especificidades para cada tipo de material del que está hecha la pieza, así como realizarse por personal capacitado para tal fin por autoridades competentes en la materia.
- El área de Planificación y Control de Gestión, proporcionará los recursos materiales o económicos que se requieran para el mantenimiento de acuerdo a su presupuesto autorizado, y en función de los comités de licitación o de adjudicación necesarios para viabilizar los fondos, según las Normas Internas de la Corporación.
- La comprobación de los gastos realizados, deberá hacerse de acuerdo a los lineamientos y normativa interna vigente, y estará sujeta a los mecanismos de control interno de Petróleos de Venezuela, S.A.

- **Funciones**

- Asegurar que el Museo cuente con los equipos y materiales adecuados para la realización de las labores de mantenimiento tanto en exposiciones permanentes como en temporales, así como de la infraestructura misma del Museo.
- Ayudar en la elaboración de las actas correspondientes en caso de pérdida o accidente en las piezas del acervo patrimonial del museo
- Realizar los trabajos de apoyo para el montaje de diseño que se realicen en el Museo tanto en las obras de arte como de las diferentes actividades.

- Diseñar, elaborar y supervisar la elaboración y colocación de los equipos necesarios para el buen funcionamiento del Museo.
- Inspeccionar seguridad e higiene en las instalaciones y servicios de los inmuebles, reportando imperfectos y en su caso solicitar su reparación.
- Controlar las herramientas y equipo utilizado en el desempeño de sus funciones.
- Distribuir y controlar los suministros de equipo y tramitar en su caso, solicitudes de reposiciones.
- Realizar trabajos generales de reparación.
- Desmontar, maniobrar, trasladar, instalaciones y sistemas, productos, materiales, refacciones, herramientas, equipos, accesorios, muebles, inmuebles, obras exteriores y similares de las especies de servicios y mantenimiento general.
- Cuidar de la conservación y la limpieza de las instalaciones y mobiliario del área en custodia, así como de la caminerías y jardinería.
- Elaborar y actualizar una bitácora o plan detallado de Mantenimiento, así como llevar los registros del mantenimiento realizado al edificio.

CAPITULO VI

Análisis de Resultados

Toda vez que se ha llevado a cabo la presentación de la propuesta de realización, del Museo venezolano del Petróleo, resulta conveniente hacer lo propio con el análisis de los resultados, que se obtuvieron de la realización de dos entrevistas a expertos en el área museística de Venezuela el Lic. Julio Bolívar y de España la Profesora Francisca Hernández, y de las reuniones y de los grupos focales con comunidades involucradas en las actividades de Intevep, así como de la revisión documental.

A partir de estas entrevistas y reuniones con los actores que se describirán a continuación, se intentó constatar la factibilidad de la idea que le da sustento al presente Trabajo Especial de Grado, es decir, la posibilidad de la creación del Museo del Petróleo de Venezuela.

6.1. El Museo venezolano del Petróleo, como proyecto realizable

Luego de evaluar las opciones de generación de proyectos comunicacionales que Petróleos de Venezuela pudiera ejecutar con una funcionalidad estructural para la imagen e interrelación efectiva con la comunidad, así como el cubrir como indica el docente venezolano, consultor en imagen y comunicación corporativa además de Director Ejecutivo de la Fundación Museo de Barquisimeto, Julio Bolívar²⁶, al ser considerada la importancia de la materialización de la propuesta del Museo venezolano del Petróleo, se inclina por una respuesta afirmativa, pues a su juicio “un país petrolero como el nuestro tiene la obligación de crear un museo con este tema central en la historia contemporánea, tanto en la vida económica y su historia. A mi juicio, es una deuda histórica”.

²⁶ Entrevista realizada vía electrónica al Licenciado Julio Bolívar, el 27 de noviembre de 2009.

Resulta necesario, luego de esta evocación justificativa, precisar que ante la realización de un proyecto relativo a la museología aplicada como herramienta comunicacional, ésta no representa un esbozo de proyecto o idea inicial sencilla, en términos de su asociación conceptual primaria. En el sentido de que ésta idea de proyecto, guarda una relación más profunda con la mera estructuración arquitectónica, museográfica y de la propia gestión activa del proyecto, que obviamente no parte del reduccionismo relativo a la oportunidad política para esgrimir métodos de gestión operativa relacionadas a la factibilidad presupuestaria.

Partir de un ejercicio intelectual previo correspondiente al establecimiento de un orden museológico consistente y de gestión de la futura infraestructura, concebida en función del servicio público, es en definitiva un proceso creativo que conlleva a la cristalización de un medio comunicacional que va más allá del proyecto de exposición tradicional.

Toda vez que se analizaran los resultados de las entrevistas, así como de los comentarios surgidos de las sesiones grupales²⁷, en particular las relativas al ámbito organizacional interno de la Corporación, se puede corroborar que tanto la idea primigenia que da pie a concebir la creación del Museo así como la concepción por la cual resulta viable

²⁷ Estas sesiones se llevaron a cabo a partir del mes de agosto de 2009 hasta diciembre del mismo año, y tuvieron como escenarios distintos espacios de PDVSA en el caso de los internos contando con la participación de trabajadores, relacionados y jubilados y en el medio externo en comunidades aledañas a la Filial tecnológica Intevep, siendo éstos los sectores populares: El Nacional, Altos del Carmen, Las Cadenas, Aves del Paraíso, Santa Rosa y el Barbecho, así como distintas instituciones educativas de carácter público, de la zona de los Altos Mirandinos.

Resulta además, necesario precisar que a pesar de que no fueron concebidos a expreso con la finalidad de proporcionar aportes a este Trabajo Especial de Grado - TEG-, sino para llevar a cabo acciones de trabajo propias de las responsabilidades del cargo que desempeña la autora de este TEG para la estatal petrolera, plantearon la posibilidad de realizar algunos cuestionamientos para sondear la posición de actores y beneficiarios del proyecto. De ahí que se extraigan solo los fragmentos que por la Línea supervisora han autorizado para su utilización en este apartado del Proyecto y que se ubican en los documentos de trabajo, minutas y documentos de evaluación de campañas y eventos internos de la Gerencia de Prevención y Control de Pérdidas de PDVSA Intevep.

como instrumento comunicacional o medio de comunicación de masas, incluso propuesta por la catedrática e investigadora española Francisca Hernández Hernández²⁸, pues al ser consultada sobre esta particularidad funcional propone que, “los museos tienen que ser espacios de comunicación. Sin esta premisa es difícil que sean un referente para la sociedad contemporánea”.



Figura 13. Muestra fotográfica de las sesiones grupales (a).

²⁸ Entrevista realizada vía electrónica a la profesora Francisca Hernández Hernández el 03 de septiembre de 2009, pues se encontraba en la ciudad de Madrid, España.



Figura 14. Muestra fotográfica de las sesiones de grupo (b).

Hecho que se alinea además con la posibilidad de posicionar, la institución museística petrolera como el medio por excelencia para fortalecer su imagen, pues se enmarca consistentemente en este cometido pues en definitiva se trata del talante que mueve la acción cultural como medio de poder, al servicio de un proyecto comunitario que se impregna de un sistema de valores propios, de prioridades y de la estructuración de mensajes tendientes al fortalecimiento de la identidad cultural petrolera del venezolano. Aspectos todos que redundan en un mayor apego y sentido de pertenencia para con la estatal petrolera, PDVSA.

Lo anterior, influirá no sólo la construcción definitiva del discurso museológico, sino su modelo de gestión como institución cultural, su orientación y la vocación final de servicio. Debido a que, al ser el Museo un espacio de constante evolución, adaptación a las necesidades y tendencias del medio y de los usuarios, debe mantener una

retroalimentación efectiva de éstos para medir y contrastar su efectividad y aceptación.

Es por ello que se promueve la apreciación y uso de medios de consulta directa, sumados a un modelo de gestión neutral, sustentado en la mejora continua de los procesos y procedimientos, sin cargas políticas que afecten o condicionen la cultura organizacional del Museo y con ello, el ambiente que perciban los usuarios; hecho además que se soporta en la perspectiva que la profesora Hernández tiene al respecto: “la creación de un museo del petróleo en Venezuela puede ser muy interesante y podría representar un valor simbólico para el país, siempre que se evite politizar excesivamente el tema” (Testimonio de Hernández, 03-09-2009), obviamente teniendo en cuenta que su desarrollo está intrínsecamente relacionado a Petróleos de Venezuela y ésta es una empresa del estado.

Así también, con miras a generar impacto social y comunicar a los diferentes segmentos de públicos, de manera directa y formal la información inherente al Museo, y de manera indirecta potenciar la imagen y el rol cultural y transformador de PDVSA, se ha comenzado a identificar necesidades a ser cubiertas, gracias a la retroalimentación lograda al conseguir un contacto franco y espontáneo, con las inquietudes manifestadas verbalmente por sectores de la población entre los que destacan:

- Estudiantes (tercera etapa de la formación inicial, y diversificada)
- Aprendices del Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (INCES) que realizan su fase preparatoria práctica en PDVSA Intevep.
- Profesionales del ámbito de los hidrocarburos.
- Representantes comunitarios.

Entre las necesidades, más recurrentes expuestas por los segmentos descritos, se pueden mencionar las siguientes: escases de espacios para estar en contacto con la cultura, y que a su vez promuevan que el joven conozca sus orígenes, y el adulto fortalezca su sentido de pertenencia e identidad; dificultad de los profesores para hacer comprender a los alumnos el valor de los procesos propios de la industria petrolera, pues en la región central no se encuentran éstos cercanos a la realidad operacional de la Industria y se observa con menor impacto el peso de esta actividad, en contraste los jóvenes indican que una de las materias que les resulta más complicada es Geografía Económica de Venezuela, y particularmente comprender la vasta implicación que tiene el sector de los hidrocarburos, y que le hace factor determinante para la economía, la política y el desarrollo nacional, sobre todo porque es apenas en la fase diversificada cuando profundizan en éstos contenidos; inquietudes de los profesionales de los hidrocarburos, relativas al hecho de que la población en general comprende de manera nominal y no en su amplio concepto, la propiedad que tiene el venezolano sobre la empresa y del recurso petrolero, así como los derechos y obligaciones que le son propios por ser accionistas de ésta; otra apreciación, de significativa importancia, es la de los aprendices INCES (Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista).

Teniendo en cuenta la importancia que para el pueblo venezolano resulta el tener clara su concepción de identidad y ésta se construye y fortifica gracias a su acervo cultural, la función del museo como medio de comunicación, en éste caso organizacional, representa una vía o espacio que comunica un mensaje sencillo con el cual se facilita la identificación de una realidad patrimonial tangible e intangible, ya que los contenidos de ésta no se traducen solo en hechos palpables, sino en un aporte cognoscitivo que permite entender y aceptar la propia identidad cultural como venezolanos, necesariamente teñida con el oscuro matiz del crudo que se extrae de nuestro propio suelo.

De forma más precisa, se consideran aportes tangibles porque el Museo es un propagador de sucesos reales y concretos asociados a un producto, en el cual se sustenta el desarrollo integral de Venezuela, el petróleo. A su vez, intangibles, porque es un espacio que promoverá el debate y la conformación de ideas, utilizando para ello el saber y el conocimiento científico como eje de inspiración de su discurso y muestra.

Es así como el Museo venezolano del Petróleo, al ser una institución viva, es un medio que generará un significativo impacto en la opinión pública, por sus nutridos servicios permanentes, así como por la calidad que determinará el norte de la actuación de este proyecto cultural y comunicacional propuesto a PDVSA.

Al haber identificado las inquietudes, sobre todo las puestas de manifiesto por los más jóvenes decantan positivamente que el Museo, debe ser (a solicitud de éste público) un espacio para generar y transmitir conocimiento, para comunicar aspectos informativos que nutran la identidad cultural pero que permitan el debate y la producción del conocimiento. Esto porque ellos, le conciben como un medio amigable y atractivo, que gracias a su metodología genera un impacto comunicacional que marcará el sentido dinámico y participativo de los usuarios, por lo que apoyarían el desarrollo del proyecto museístico. En contraste, la profesora Hernández, considera que “el museo ha de partir de la realidad y organizarse en función de la sociedad a la que ha de informar, formar y servir. De ahí la importancia de elaborar una narrativa museográfica capaz de cautivar e ilusionar a toda clase de público”.

6.2. Ventajas de la realización del Proyecto

Ésta perspectiva, sustenta el beneficio integral comunitario, pues facilita el reflexionar acerca de las interrelaciones que permiten diseñar el Proyecto, en función del desarrollo formativo de la población, su

involucramiento económico pues una institución como ésta, implica la utilización de un importante conjunto de fuerza laboral, de la adecuación del entorno geográfico para armonizar el concepto con el del Museo, como complejo cultural, su valor turístico y de la creación de espacios para el ocio positivo de la población especialmente la de jóvenes y adolescentes. Sin contar, además con la validación del postulado sobre que a través de las emociones positivas, se favorece la fijación o internalización de contenidos, y por tanto la creación de conocimiento.

Así también, Hernández en su carácter de investigadora, plantea que “entre las ventajas podemos señalar: la posibilidad de proteger y conservar todos los elementos materiales relacionados con el petróleo y divulgar los conocimientos científicos que tienen que ver con la producción y desarrollo económico del petróleo”.

Hecho que no solo fomenta el desarrollo de una fuerte identidad cultural, sino el aprecio necesario para la utilización racional de un recurso natural no renovable, de tan extensa importancia para la dinámica nacional. Al igual, que facilita la comprensión de la necesidad creativa de sustentar la diversificación de estructuras económicas y energéticas alternativas, con lo que el peso específico que posee el Museo como medio para despertar la inquietud científica y la vocación tecnológica de las nuevas generaciones, es fundamental.

6.3. Riesgos

En el entendido de que toda actividad humana entraña en sí misma, el riesgo, visto como la probabilidad de ocurrencia de un fenómeno o hecho no deseado, éstos deben ser asumidos como aspectos potenciales para establecer mecanismos tendientes a su administración, gerencia, mitigación o bien delegación.

Asumir un riesgo en lo que compete a la reflexiones museológicas y en las concreciones museográficas tradicionales, se relaciona de manera indefectible al fantasma de la ausencia de público, pues la cifra de visitantes constituye un factor que no puede ser menospreciado en absoluto.

Así también, en ésta categoría de análisis se hacen presentes los llamados creadores de opinión, pues en la valoración pública si bien es importante la gestión cultural de un museo renovador, y además la cantidad de visitantes, la apreciación de los medios de comunicación tradicionales son relevantes, de ahí la importancia de hacer una correcta estrategia comunicacional, tanto interna como externa, y ocupar además espacios de nuevas tendencias para generar contenidos que no sólo divulguen aspectos relativos al Museo, sino que sean tendientes a formar en el usuario y en la comunidad una posición favorable a este.

En lo que compete a la propia realización o materialización de la propuesta, Julio Bolívar posee una postura bastante alentadora, en el sentido de que considera que “los riesgos (...) pueden ser bajos, en primer lugar porque sería un proyecto que debe pagar el estado, esto lo que puede generar es una inmensa fortaleza, ventajas todas tanto desde el punto de vista histórico como desde el punto de vista turístico”.

Actitud que se contrasta sin embargo, con uno de los riesgos financieros de mayor significación para encaminar cualquier proyecto, un escenario macroeconómico como el que actualmente atraviesa Venezuela, y que a su vez se inserta en un momento de crisis económica internacional, que podría llegar a modificar los intereses de inversión de la estatal Petrolera venezolana, PDVSA.

Hecho que además, para el momento histórico que atraviesa el país, puede tender a hacer mucho más factible la probabilidad de

ocurrencia de lo indicado por la Dra. Hernández, acerca del “problema de que no se elija una gestión adecuada para el buen funcionamiento del museo y se politice con fines meramente propagandísticos y no científicos y culturales”.

6.4. Espacios físicos del Museo venezolano del Petróleo

El objetivo de crear un espacio para la promoción de la cultura petrolera nacional, que además sirva de soporte para la comunicación organizacional y el re direccionamiento de la imagen corporativa de la estatal petrolera, concebida bajo la perspectiva de la “Nueva PDVSA”, es brindar homogeneidad y coherencia al proceso de identificación, selección, implantación, contextualización y difusión de unos elementos que son testigo de la vida cotidiana y del ámbito laboral de la sociedad venezolana contemporánea, es decir, promover el descubrimiento de la importancia estratégica que para ésta tiene el petróleo y de la empresa que se encarga de su procesamiento.

Es por esto, que no se plantea la realización de simplemente una edificación que albergue exposiciones en su seno, sino que aspira a ser la remisión obligatoria e interactiva, para comprender cabalmente la importancia, origen e implicaciones que para Venezuela, para el nacido en este territorio y para quien se acerca a él, tiene el petróleo como recurso estratégico.

Al ser propuesta la idea de que el Museo albergue, espacios que permitan crear un desarrollo a manera de gran complejo cultural, la posición de los trabajadores petroleros, es positiva pues es una iniciativa innovadora que busca identificarse con la vocación creativa y de avanzada conceptual de que desde su fundación, ha caracterizado a Intevep, como la Filial Tecnológica de PDVSA, ya que se bosqueja un dinamismo único en la oferta cultural de la región; donde la generación de

plusvalías urbanísticas traerán consigo una lógica completamente encaminada a proponer al usuario una visión integral del necesario apego al patrimonio y con ello, la adopción del Museo, de una manera más participativa y donde el interés será total, no fraccionado.

En lo que respecta a las estrategias comunicacionales de la propuesta, se plantea el uso de distintos niveles, tipos de recursos y estrategias a ser implementadas para el desarrollo de la muestra museística y que se relaciona a su vez con el criterio de Francisca Hernández, quien indica que los Museos, “deben ser lugares donde los visitantes puedan aprender e incrementar sus conocimientos sobre un determinado tema y han de hacerlo de forma lúdica y divertida. La museografía interactiva, basada en las nuevas tecnologías, permite que el visitante pueda interactuar en las exposiciones y tenga una experiencia personal más enriquecedora que en las exposiciones tradicionales”.

6.5. Públicos a los que se dirige el Proyecto

Para diseñar un espacio museístico eficiente, sobre todo en lo que compete a los objetivos comunicacionales que se propone alcanzar la iniciativa del Museo venezolano del Petróleo, los públicos que se deben privilegiar para la canalización de la experiencia, a juicio de Julio Bolívar, son en principio “...todo público en particular al público escolar. Depende mucho del diseño museológico y la solución museográfica que se plantee en cada exposición o actividad”.

Aspecto que a su vez, es validado positivamente por Francisca Hernández quien expone que “el museo no debe ser clasista, sino que ha de estar al servicio de toda la sociedad. A él han de tener acceso los especialistas y los que no tienen muchos conocimientos. El museo ha de ser de todos y para todos”.

Ésta última apreciación, aún cuando confina un profundo sentido filosófico, a efectos de la presentación del Proyecto, no debe ser considerada como un argumento romántico ni debe parecer susceptible de su uso promocional. Pero encierra en sí, la verdadera esencia de la vocación informativa y formativa del Museo como medio masivo de comunicación y a la vez, como herramienta de educación no formal, a partir de la cual se ha concebido la propuesta como un vasto complejo cultural y expositivo, que pueda dar cabida a niños, jóvenes y adolescentes, pero a la vez presentar atractivo para adultos, y personas mayores; facilitando la consulta e inspiración para profesionales, técnicos y científicos en general y del campo de los hidrocarburos en especial.

6.6. El personal del Museo

En lo que respecta a la maquinaria humana que dará vida a este espacio físico y le dotará de las especificidades necesarias para comunicar efectiva y eficientemente su mensaje, se debe contemplar que posea ciertas cualidades comunes, entre las que se destacan la pro actividad, la creatividad, el entusiasmo, el compromiso, así como habilidades y destrezas generales, dentro de las que se pueden mencionar: manejo de grupo, liderazgo, mística y ser capaces de estimular tanto a los usuarios y visitantes, como a sus propios compañeros, para abrir espacios para la creación y la discusión de las ideas.

En sintonía con ello, la visión de Francisca Hernández, se dirige a que los individuos que se desempeñen en el Museo “deben tener unos conocimientos mínimos relacionados con la producción del petróleo, así como los conocimientos museológicos y museográficos relacionados con el funcionamiento de un museo”.

Mientras que Julio Bolívar, haciendo una apreciación mucho más delimitada indica que este “debe ser altamente especializado y debidamente formado en gerencia cultural...Museólogos, museógrafos, historiadores, educadores, conservadores”.

Aspectos ambos, que a la luz de la concepción de la propuesta realizada, se presenta de una manera complementaria ya que al ser PDVSA el ente que se visualiza como promotor de la iniciativa, y que a su vez, es en opinión de Bolívar “...la llamada a hacerlo o alguna de las empresas privadas que están laborando con el ente nacional en materia de minas e hidrocarburos”. No solo se le plantea como fuente informativa y de financiamiento, sino como ente gerencial de su administración y gestión, hecho que no se distancia de contar con el personal especializado y de amplia experiencia y comprobada preparación, para llevar a cabo las distintas actividades propias del ámbito museístico y cultural; pues se considera que ambos sectores de pensamiento fusionados resultan en extenso el verdadero valor agregado de la funcionalidad de la Institución.

En el entendido de que una institución museística debe ser un retrato con una encarnación espiritual parecida o al menos cercana a la sociedad que lo crea, el Proyecto que ocupa este esfuerzo creativo, no puede perder de vista que su materialización dependerá del concurso de un equipo multi y transdisciplinario, y que a su vez deberá mantener un concepto organizacional que propicie la reflexión, la generación del conocimiento y construir un espacio donde el diálogo, en tanto que punto de encuentro como de contraste de ideas y de saberes, creados y encaminados a el servicio social bajo la premisas básicas de la participación, la dinámica propia de la innovación y la creatividad.

CAPÍTULO VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

Toda vez que se evaluarán los resultados obtenidos, luego del desarrollo integral de la propuesta y por tanto de verificar los aspectos del Proyecto, susceptibles de ser tomados en consideración para este apartado final, se puede decir que se verifica la necesidad explícita de poseer un espacio como el descrito, así como el valor que este nuevo nicho comunicacional representa para la estatal petrolera venezolana.

En éste sentido, el valor social y patrimonial de esta Institución, que actuará como punto de encuentro y espacio de diálogo, obliga a un inicio urgente de las actuaciones encargadas de la estructuración necesaria para garantizar un trabajo riguroso y profesional, partiendo posiblemente del esbozo que se hace en la Propuesta de creación del Museo, pero en el entendido de que, la ejecución arquitectónica, museológica, museográfica y de diseño organizacional que asegure la conservación y potenciación de los recursos comunicacionales, informativos, formativos y expositivos vinculados al Petróleo, está condicionada al compromiso de las diferentes instituciones públicas del Estado venezolano y también de la principal empresa del sector, PDVSA, pues sin la participación, concienciación y la cooperación de todos como responsables, así como de la ciudadanía, sería muy difícil adelantar este tipo de proyecto cultural.

Es así como tomando las palabras de la profesora Francisca Hernández: "...cualquier tema puede ser objeto de tratamiento museográfico. En este caso, además, representa uno de los recursos económicos más importantes de la historia de la nación venezolana" en suma "...ha de ser patrimonio de todo el pueblo venezolano...", pues constituirá una contribución de vasta significación para la consolidación

tanto del imaginario colectivo como para sustentar la memoria histórica que para muchos es aún desconocida.

La propuesta de proyecto museológico que aquí se presenta considera al museo en general, y del Petróleo en específico, como una herramienta comunicacional eficaz y poderosa para la divulgación, democratización y popularización del conocimiento.

Se considera también que además, de cumplir con esta función, dichas instituciones deben tomar una postura ética ante la posibilidad de promover la conservación y difusión del patrimonio cultural del venezolano, especialmente el relativo al ámbito petrolero. La pertinencia, de cobijar en los museos de ciencia otras maneras de entender el mundo a través de nociones como la tolerancia, el respeto, la equidad y la igualdad es de vital importancia ante el abrumador embate de otros medios masivos de comunicación, mucho más tradicionales en el marco de una sociedad donde los procesos globalizadores, que caracterizan a la sociedad del conocimiento tienden a uniformar y deconstruir las identidades culturales, que no se encuentren correctamente cimentadas.

Hecho que se verá cristalizado, a partir de la utilización de nuevas tecnologías, que obligarán a crear una mentalidad receptiva a una nueva materialidad del arte y de la concepción informativa y científica, determinando una nueva relación entre artistas y científicos, y a su vez, de un nuevo comportamiento del espectador, ya no limitado a intervenir intelectual o comportamentalmente en un espacio museístico, sino que participa activa e interactivamente en esta nueva experiencia.

En función de lo anterior, se estima que del éxito de la labor de difusión y concienciación del valor que posee la cultura petrolera, depende el hecho de que el público logre la internalización de su

importancia y de la necesidad de su conservación, como sustento de su propia identidad como parte de un colectivo.

El Museo venezolano del Petróleo, tal como se le concibe en esta propuesta, se presenta como un medio privilegiado para exponer a la colectividad, que éste será también el transmisor de la memoria colectiva y el contenedor de las aspiraciones que como individuos pertenecientes a una sociedad poseemos, pues una de las tareas de los museos, cualquiera que sea su denominación, es investigar, conservar y proteger la enorme diversidad biológica y cultural que constituye el valor máspreciado de cualquier país. Es por ello que será responsabilidad de los hacedores de éste Museo el comprometerse a la toma de conciencia para construir un espacio que conjugue pasado, presente y soporte el deseo de un futuro relacionado con la preservación de la identidad nacional.

Lo anterior sustentado en el hecho de que el Museo, canalizará programas encaminados a garantizar el cuidado compartido de la institución, fomentando un rol corresponsable en el sentimiento común hacia el patrimonio cultural, que en caso venezolano se halla vinculado inequívocamente al ámbito petrolero. En sintonía con el aspecto comunicacional de PDVSA, el Museo dirigirá estrategias encaminadas a aumentar la sensibilidad hacia las necesidades y las ventajas de la conservación del patrimonio cultural, con miras a que el individuo intervenga de manera directa en el proceso de toma de decisiones y participación con el cual se desarrollará el sentimiento de propiedad y de corresponsabilidad de lo público.

Finalmente, es necesario precisar que haber hecho uso de la metodología de proyectos, para llevar a cabo el presente Trabajo Especial de Grado, ha no solo facilitado la elaboración de una propuesta a partir del diseño de un modelo operativo viable, cuyo propósito es satisfacer una necesidad verificable, e ingente sino que ha permitido, ha puesto de

manifiesto la compatibilidad de esta forma de organización lógica, para el desarrollo de estructuras asociadas a objetivos comunicacionales.

Es así que el proyecto factible a efectos de esta investigación, y posteriormente para la elaboración y desarrollo de la propuesta sumado a aspectos técnicos propios de la comunicación organizacional, permitió no solo exponer la factibilidad de llevar la relación comunicacional del tema, sino establecer requerimientos propios de la organización a efectos de que resultaría necesario que el diseño del Museo venezolano del Petróleo; realice políticas, programas, aplicaciones de tecnologías, métodos y procesos susceptibles de ser divulgados a través de las distintas estrategias de comunicaciones integradas que se adoptaron a partir de muchos de los aspectos teórico prácticos afianzados a lo largo de la evolución de la Especialización.

7.2. Recomendaciones

Luego de haber culminado el proceso investigativo y el esbozo creativo de la propuesta del Museo venezolano del Petróleo, surge una apreciación cualitativa relativa a que es perfectamente válida la posibilidad de imaginar un espacio cultural, que se dedique a este importante aspecto de la vida nacional, en el cual los visitantes puedan pensar sobre su propia identidad y a su vez, aprender e identificar la importancia estratégica de este recurso y el impacto directo que su industrialización y manejo, conllevan para el desarrollo colectivo de la nación. Pero para materializar, la propuesta, se considera apenas necesaria el adelantar algunas actividades, de ahí que se recomiende principalmente lo siguiente:

- Al ser elevada la propuesta a los entes decisores, se debe conformar un equipo de trabajo multidisciplinario, para evaluar la factibilidad técnica bajo los argumentos expuestos, y en lo que respecta a los contenidos financieros y operacionales de la misma, redimensionar en función de los recursos a ser canalizados, así como el considerar el personal propio que puede ser destinado a componer la cartera de elaboración del Proyecto, toda vez que la Junta Directiva de PDVSA Intevep, apruebe la posibilidad de realizar esta iniciativa y ratificarla presupuestariamente.
- Se sustenta la necesidad de incorporar a la institución en función de su carácter de museos de ciencias, un carácter eminentemente social y una postura incluyente respecto a la diversidad cultural sin menoscabo de la procedencia de la divulgación científica.

- La ejecución del proyecto deberá resultar comprensible y atractiva para todo tipo de público, independientemente de su edad, sexo, procedencia o nivel educativo.
- Promoverá la implicación del visitante buscando la máxima eficacia y eficiencia comunicativa.
- En la concepción espacial se deberá tener en cuenta a las personas con minusvalía, ancianos y niños.
- El montaje, instalación y colocación de piezas se deberá llevar a cabo por o bajo la supervisión técnica del Museo. Además, se debe condicionar que el personal encargado de la manipulación de piezas esté cualificado y posea experiencia demostrable en este tipo de cometidos.
- PDVSA Intevep, al ser el custodio de la instalación, se encargará de la formación del personal el Museo en el uso y mantenimiento de los equipos e instalaciones, según el plan de mantenimiento incluido en la propuesta técnica.

Igualmente, es necesario indicar que se deberán atender a las siguientes actuaciones genéricas:

1. Desarrollo del programa expositivo.

Las colecciones deben ser contempladas desde un punto de vista documental, sin menoscabo, por lo que en el programa expositivo deberá predominar una concepción temática. Este contendrá: los temas o capítulos que articularán la exposición permanente, relación de piezas a

exponer y orientación básica sobre recursos museográficos que se consideren apropiados.

2. Diseño de la exposición permanente.
3. Diseño de manual de identidad gráfica del museo (tipografía, colores representativos, papelería básica; banderolas, cartelas, señalización) y pautas para el diseño y maquetación de formatos sencillos para publicidad.
4. Diseño de la señalización del Museo. Este atenderá a un análisis de las circulaciones en zonas interiores y exteriores del Museo, propuesta de señalización adecuada (pictogramas, rótulos, planos de situación, directorios, etc...), situación en plano de los elementos de señalización y diseños de los mismos.
5. Diseño de los espacios de acogida y zona de exposición permanente. Se deberá tener en cuenta:

Condiciones referentes a la Circulación y recorrido (facilidad de tránsito para grupos e individuos, eliminación de barreras arquitectónicas) y el descanso del visitante.

Condiciones ambientales y de seguridad. Tanto el diseño general de espacios de exposición como los soportes expositivos tendrán en cuenta las necesidades de conservación y seguridad de las colecciones expuestas, así como también la comodidad y seguridad de los visitantes.

Interpretación del programa expositivo. El proyecto museográfico debe procurar transmitir los contenidos del proyecto museológico, para que su ejecución resulte comprensible y atractiva para un público diverso.

El tipo de montaje museográfico no ha de ser obligatoriamente el mismo en todas las áreas de exposición, pudiendo combinar, cuando así se requiera, diversos recursos museográficos. Las propuestas museográficas deben procurar la implicación del visitante, suscitando su curiosidad, proporcionando propuestas de itinerarios específicamente destinados a los distintos públicos, en especial el infantil.

Las propuestas deberán tener en cuenta las personas con minusvalías. Los elementos de apoyo podrán ser tridimensionales, bidimensionales, audiovisuales y multimedia.

Información textual y gráfica. Deberá tener un mínimo una identificación precisa de cada pieza o grupo de piezas y un texto introductorio a la misma. El contenido de todos los textos, rótulos, cartelas, etc...y deberá realizarse bajo el control y supervisión del personal técnico del Museo.

REFERENCIAS

1. Aguilar, Pedro Pablo (1997, junio 18). La cultura del petróleo. El Universal. En Revista Electrónica Venezuela Analítica N° 16. Consultado el 14 de febrero de 2009 y disponible en:
<http://www.analitica.com/archivo/vam1997.06/semana/semnac13.htm>
2. Balestrini Acuña, Miriam (2001). Cómo se elabora el Proyecto de Investigación. Caracas: BL Consultores Asociados.
3. Bosch, Sebastián (2000). *El museo como educador*. Biblios, revista electrónica de bibliotecología, archivología y museología de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Octubre-diciembre, año/vol. 2, n° 006. Recuperado el 15 de noviembre de 2008 y disponible en:
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=16106408>
4. Beyer Ruíz, Maria Emilia (2003-2004). *Razones y significados del museo de ciencias*. Revista Elementos No. 52, Vol. 10, Diciembre - Febrero, 2003 - 2004, página 37. Recuperado el 15 de noviembre de 2008 y disponible en:
www.elementos.buap.mx/num52/htm/37.htm
5. Buroz, Oscar Ernesto (s.f.). La Atención al Público como canal de Imagen. Recuperado el 15 de noviembre de 2008 y disponible en:
<http://www.museosdevenezuela.org/Documentos/3Publicos/MuseosyPublico005.shtml>
6. Camejo Morales, Juan José (2003). *Meditaciones sobre el museo actual y el museo web*. Tesis de la Universidad de Los Andes. Mérida-Venezuela. Recuperado el 15 de noviembre de 2008 y disponible en:
http://vereda.saber.ula.ve/museos/museo_actual.pdf
7. Carrillo Trueba, César (2002-2003). *Propuesta para un museo de historia natural del S. XXI*. Revista Elementos: Ciencia y Cultura, año/vol. 9 número 048. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. Recuperado el 15 de noviembre de 2008 y disponible en:
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=29404805>
8. Castellanos P., Patricia (1999). *Los museos de ciencia y tecnología, como mediadores ciudadanos*. Revista Latina de Comunicación Social, 23, 1999. Recuperado el 14 de noviembre de 2008 disponible en:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999bno/22patcaste.html>

9. Castellanos, Nancy Patricia (1988): *Los museos, como medios de comunicación: museos de ciencia y tecnología*. Revista Latina de Comunicación 7, 1988. Recuperado el 14 de noviembre de 2008 y disponible en:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/71mus.htm>
10. Castellanos Pineda, Patricia (2007). El patrimonio industrial y cultural como mediador entre el gran público y la ciencia. Un estudio experimental. Papel de trabajo del X Reunión de la Red de Popularización de la Ciencia y la Tecnología en América Latina y el Caribe (RED POP - UNESCO) y IV Taller "Ciencia, Comunicación y Sociedad" San José, Costa Rica, 9 al 11 de mayo, 2007. Recuperado el 16 de noviembre de 2008 y disponible en:
<http://www.cientec.or.cr/pop/2007/ES-PatriciaCastellanos.pdf>
11. Chamound, Yamal (2007). *Administración Profesional de Proyectos. La Guía*. México: Mc Graw. Hill.
12. Comisión Europea – Europe Aid (2001). "Manual de Gestión del Ciclo de Proyecto". Documento electrónico consultado el 07 de marzo de 2009 y disponible en:
<http://www.delcol.ec.europa.eu/es/documentos/PCM%202001%20Versi%F3n%20Espa%F1ol.pdf>
13. Culshaw, Fabiana. (2008, Octubre). *Me llamo Inés Quintero y soy historiadora*. Revista Producto, año 25, N° 299, 26-40.
14. de Fontcuberta, Mar (2003). *Medios de comunicación y gestión del conocimiento*, OEI - Revista Iberoamericana de Educación - Número 32, Mayo - Agosto 2003. Recuperado el 16 de noviembre de 2008 y disponible en: <http://www.rieoei.org/rie32a05.htm>
15. *Gran Enciclopedia Multimedia Siglo XXI. Tomo 5*, España, Océano, 2001, p. 273.
16. España, Luis Pedro. (1988). *Venezuela y su petróleo*. Caracas: Editorial Centro Gumilla.
17. Gil, María Gabriela (s.f.). El departamento de educación como ente integrador y dinamizador del público en los museos. Recuperado el 15 de noviembre de 2008 y disponible en:
<http://www.museosdevenezuela.org/Documentos/3Publicos/Museo syPublico010.shtml>

18. Gerencia Corporativa de Prevención y Control de Pérdidas (2007). *Resultados 2006. Camino a seguir 2007*. Caracas: PCP.
19. González Solas, Javier. *Imagen Global y Espacio Público*. Universidad Complutense. Madrid: s.f. Consultado el 13 de febrero de 2009 y disponible en:
<http://www.ucm.es/centros/cont/descargas/documento3051.pdf>
20. González Monfort, Neus y Pagès i Blanch, Joan. Algunas propuestas para mejorar el uso didáctico del patrimonio cultural en el proceso de enseñanza aprendizaje de la Historia. *Journées d'études didactiques de la géographie et de l'histoire – 2005*, pp. 01-16. Recuperado el 16 de noviembre de 2008 y disponible en:
<http://ecehg.inrp.fr/ECEHG/apprentissagesetdidactique/patrimone/gonzalez.pdf>
21. Huyssen, Andreas. “De la acumulación a la mise en scène: el museo como medio masivo”, *Criterios*, n° 31, enero-junio 1994, pp. 151-176. Recuperado el 14 de noviembre de 2008. Disponible en:
www.criterios.es/pdf/huyssenacumulacion.pdf
22. Hernández S., Beatriz A. (2004). *El Museo como Medio de Comunicación Intercultural y el Caso del Museo de San Carlos: Exposición Permanente*. Texto publicado en la Revista *Comunicología@: indicios y conjeturas*, Publicación Electrónica del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México, Primera Época, Número 5, Primavera 2006, recuperado el 14 de noviembre de 2008 y disponible en:
http://revistacomunicologia.org/index.php?option=com_content&task=view&id=132&Itemid=61
23. Hernández, Gabriela y Cendejas, Gerardo. *Los Nuevos Ejes de la Cultura Organizacional de las Empresas e Instituciones en el Siglo XXI*. Revista *Razón y Palabra* n° 52, agosto-septiembre 2006, recuperado el 14 de noviembre de 2008 y disponible en:
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n52/hernandezcendejas.html>
24. Hernández Hernández, Francisca (1998). *El Museo como espacio de Comunicación*. Madrid: Ediciones TREA.
25. Hernández Sampieri, Roberto, Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar (1991). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Mc Graw Hill.

26. International Council of Museums, (1986) “*Código de Deontología del ICOM para museos*” Edición 2006. Francia, Consultado el 16 de abril de 2009 y disponible en: <http://icom.museum/ethics.html>
27. Instituto Latinoamericano de Museología (Autor Institucional) *Museos y comunidades sostenibles; cumbre de museos de América*. SAN JOSE, COSTA RICA: ILAM, 1998. Consultado el 14 de febrero de 2009 y disponible en: http://documentos.ilam.org/ILAMDOC/resultados/01_cumbre98.html
28. Krebs, M.-Schimdt-Hebbel, K. (1999) “Patrimonio cultural: aspectos económicos y políticas de protección” en *Perspectivas en política, economía y gestión*, núm. 2, Pág. 207-245.
29. Kotler, Neil G. y Kotler, Philip. *Museum strategy and marketing. Designing missions, building audiences, generating revenue and resources*. San Francisco, California: Jossey-Bass, c1998.
30. Linarez Pérez, Juan Carlos (2008). El museo, la museología y la fuente de información museística. *Acimed: revista cubana de los profesionales de la información y la comunicación en salud*, ISSN 1024-9435, Vol. 17, Nº. 4. Consultado el 12 de febrero de 2009 y disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=2334687>
31. Ministerio de Cultura - Museo Nacional de Colombia - Red Nacional de Museos (2003/2004). *Directorio de Museo de Colombia*. Recuperado el 12 de marzo de 2009 y disponible en: <http://www.colarte.com/Museos%5CPetroleo%5Cgeneral.htm>
32. Miravalles, Luís (2000). *Reflexiones sobre la ciencia y el futuro*. *Revista Comunicar*, número 14 *Comunicación humana: retos ante el nuevo milenio*, pp. 51-56, Huelga, España. Recuperado el 16 de noviembre de 2008 y disponible en: http://www.revistacomunicar.com/numeros_anteriores/ver_pdf.php?NA=1407&NR=14&OR=107&CC=14-2000-07
33. PDVSA Intevep, *Líneas Estratégicas para la investigación y el desarrollo de tecnologías PSP 2010-2030*. Documento de carácter interno realizado por la Gerencia Funcional de Planificación Estratégica de PDVSA Intevep.
34. PDVSA Intevep (2006). *Manual de Organización – Intevep*. Documento Normativo de carácter interno.

35. Pina, M. Bartolomé (1981): Estudios y experiencias sobre educación en Valores. Madrid: Nancea. Obtenido en: Luis Porta y Miriam Silva (2003). La investigación cualitativa: El Análisis de Contenido en la investigación educativa. Documento electrónico consultado el 18 de enero de 2009 y disponible en: <http://www.uccor.edu.ar/paginas/REDUC/porta.pdf>
36. Quintero, Rodolfo. (1968). La cultura del petróleo. Caracas: Instituto de investigaciones económicas y sociales.
37. Rodríguez Cruz, Yunier. La Museología y el profesional de información. Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana: s.f. Consultado el 12 de febrero de 2009 y disponible en: <http://www.naya.org.ar/articulos/museologia01.htm>
38. Sabino, Carlos (1994). *Cómo hacer una tesis*. Caracas: Ed. Panapo. Documento digital, consultado el 15 de mayo de 2009 y disponible en: <http://paginas.ufm.edu/Sabino/libros/index.html>
39. Sabino, Carlos (1992). *El proceso de investigación*. Caracas: Ed. Panapo. Documento digital, consultado el 15 de mayo de 2009 y disponible en: <http://paginas.ufm.edu/Sabino/libros/index.html>
40. Sander, Roberto (2006). *O museu na perspectiva da educação não-formal e as tendências políticas para o campo da museologia*. Tesis presentada para la Maestría en Comunicación de la Universidad de Passo Fundo, Brasil. Recuperado el 15 de noviembre de 2008 y disponible en: www.cipedya.com/web/FileDownload.aspx?IDFile=162212
41. S.A. Benefician Arte y Cultura el clima organizacional. Diario Reforma, México, martes 20 de marzo de 2002. Tomado de la página de prensa del Fondo de Cultura Económica el 15 de noviembre de 2008 en: <http://www.fce.com.mx/prensalmprimir.asp?art=5764>
42. Téllez, Francisco (2000). *Museología y Patrimonio: una propuesta de educación interactiva y tangible*. Cuadernos, Revista de la Facultad de de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad de Jujuy Argentina. Recuperado el 15 de noviembre de 2008 y disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=18501807>
43. Torres Hernández, Isabel (2008). Aportes de la pedagogía museística en la estrategia de educación para el desarrollo de la

Cooperación Española Internacional (AECID). Artículo realizado en el I Congreso Internacional Los museos en la Educación: La formación de los educadores. Museo Thyssen-Bornemisza, España, 9 al 11 de abril de 2008. Recuperado el 16 de noviembre de 2008 y disponible en:

<http://www.museothyssen.org/blogs/iberoamericano/?p=15>

44. Torres Hernández, Isabel I. (2007). Nuevos retos, espacios y fronteras en pedagogía museística contemporánea. Documento de mesa de trabajo de la 1^{ra} Jornada Internacional de Educación - La dimensión educativa en los museos de arte y centros culturales. Centro Cultural Recoleta 26, 27, 28 de junio de 2007 Buenos Aires, Argentina. Recuperado el 16 de noviembre de 2008 y disponible en:

<http://sic.conaculta.gob.mx/documentos/970.pdf>

45. UNESCO e ICOM (2006). Cómo administrar un museo: manual práctico. Recuperado el 15 de noviembre de 2008 y disponible en:

<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001478/147854s.pdf>

46. UNESCO (1982, 06 de Agosto). Declaración de México sobre las Políticas Culturales. Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales, México D.F. Consultado el 20 de marzo de 2009 y disponible en:

http://portal.unesco.org/culture/es/files/12762/11295424031mexico_sp.p_df/mexico_sp.pdf

47. VARGAS LLOSA, Mario. (2009) El Perú no necesita museos. Diario El Comercio, Lima: 02 de marzo. Documento consultado del 05 de julio de 2009 y disponible en la ruta:

<http://www.elcomercio.com.pe/impres/notes/peru-no-necesita-museos/20090308/256015>

48. Vilches, Carmen (6 al 8 de diciembre de 2006). Comunicación y difusión del conocimiento. Presentación del Primer taller para editores y autores científicos. La paz, Bolivia. Recuperado el 15 de noviembre de 2008 y disponible en:

<http://www.latindex.unam.mx/latindex/Documentos/documentos.html#docs>

49. Zallo, Ramón (2002). *La cultura y la comunicación-mundo en crisis*. Revista Contratiempo: La Argentina que quisimos, año II, n° 4, otoño-invierno 2002, Argentina. Recuperado el 16 de noviembre de 2008 y disponible en:

<http://www.revistacontratiempo.com.ar/zallo.htm>

Anexos

Entrevista nº 1

Nombre: Francisca Hernández Hernández

Fecha: 3/09/2009

1.- ¿Cuál es su concepto de museo?

El museo es una institución cultural que conserva, investiga y difunde el patrimonio cultural para que pueda disfrutarlo, interpretarlo y valorarlo toda clase de público. En la actualidad existen muchos tipos de museos, creados en contextos territoriales, culturales y sociales muy diferentes. Lo importante es que tengan una gran proyección social y que se encuentren perfectamente integrados en la comunidad y el entorno donde se ubican.

2.- Para usted los museos son:

- a) Espacios para la comunicación
- b) Espacios para el aprendizaje
- c) Espacios de recreación
- d) Medios de Comunicación no tradicionales.
- e) TODAS LAS ANTERIORES

Los museos tienen que ser espacios de comunicación. Sin esta premisa es difícil que sean un referente para la sociedad contemporánea.

Además, deben ser lugares donde los visitantes puedan aprender e incrementar sus conocimientos sobre un determinado tema y han de hacerlo de forma lúdica y divertida. La museografía interactiva, basada en las nuevas tecnologías, permite que el visitante pueda interactuar en las exposiciones y tenga una experiencia personal más enriquecedora que en las exposiciones tradicionales.

3.- ¿Cuál es su opinión sobre los museos venezolanos?

Tengo escaso conocimiento de los museos venezolanos debido, posiblemente, a la escasa difusión que se les ha dado. Y, sin embargo, creo

que tienen mucho que aportar a la visión que poseen los museos europeos, que se enriquecerán de sus visiones diferentes y complementarias.

4. ¿Ante la posibilidad de la creación de un museo del petróleo en Venezuela, cuál sería su apreciación?

Pienso que la creación de un museo del petróleo en Venezuela puede ser muy interesante y podría representar un valor simbólico para el país, siempre que se evite politizar excesivamente el tema.

5.- ¿Desde su experiencia, un museo de esta naturaleza debería abordar cuáles contenidos o propuesta?

En primer lugar debería abordar el tema del surgimiento del petróleo, sus implicaciones sociales y económicas y los efectos que éste puede tener en la sociedad venezolana. No cabe duda alguna de que el petróleo es una fuente de riqueza y de desarrollo para el pueblo venezolano.

En segundo lugar, habrá que analizar las consecuencias que en el desarrollo cultural del pueblo va a tener el elemento descubierto y explotado, si realmente va a suponer un verdadero desarrollo social y cultural para el pueblo.

En tercer lugar, habrá que partir de la realidad de ese pueblo para ver cómo se le encamina hacia un desarrollo sostenible de todo su entorno. No se le puede disociar de la realidad que viven los venezolanos y ha de estar al servicio de todos ellos y no sólo de unas élites sociales o culturales, pues ayudará a definir su propia realidad cultural, que obviamente está asociada al fenómeno petrolero.

6.- ¿En su opinión, el personal que labore en el Museo debe poseer características, habilidades y valores específicos?, mencione cuáles.

Deben tener unos conocimientos mínimos relacionados con la producción del petróleo, así como los conocimientos museológicos y museográficos

relacionados con el funcionamiento de un museo. El museo ha de partir de la realidad y organizarse en función de la sociedad a la que ha de informar, formar y servir. De ahí la importancia de elaborar una narrativa museográfica capaz de cautivar e ilusionar a toda clase de público.

7.- *¿A qué público considera debe estar dirigido este Proyecto?*

Por supuesto, el museo no debe ser clasista, sino que ha de estar al servicio de toda la sociedad. A él han de tener acceso los especialistas y los que no tienen muchos conocimientos. El museo ha de ser de todos y para todos.

8.- *¿Considera usted, que existe algún ente público o privado, institución o empresa, que deba liderar la creación y gestión del Museo?*

Debe ser una institución gestionada con fondos públicos, si bien no debe estar cerrada a las aportaciones del patrocinio privado. Ambas pueden complementarse y ayudarse para llevar a cabo un proyecto global que ha de ser patrimonio de todo el pueblo venezolano y no sólo de unos pocos.

9.- *¿Conoce si existen en Venezuela, antecedentes de alguna propuesta parecida?*

Entre otros pueden destacarse los siguientes:

- El Museo nacional del Petróleo de Comodoro Rivadavia (Argentina), creado en 1987.*
- Museo nacional del Petróleo Samuel Schneider Uribe. Barrancabermeja (Santander) España, creado en 1984.*
- Museo del Petróleo de Sargentos (Burgos) España.*
- Museo del Petróleo en Tampico (México)*
- Museo Noruego del Petróleo o Stavanger*
- También hay museo del petróleo en Arabia Saudita, Estocolmo (Suecia) y Houston (Texas).*

10.- *¿Conoce experiencias de museos del petróleo en otros contextos?*

No he visto que haya en proyecto uno en Venezuela.

11.- ¿Considera importante la realización de esta propuesta? Si No, ¿por qué?

Sí porque cualquier tema puede ser objeto de tratamiento museográfico. En este caso, además, representa uno de los recursos económicos más importantes de la historia de la nación venezolana.

12.- ¿En qué espacio geográfico estima conveniente la construcción de un Museo del petróleo en Venezuela?

Muy próximo a los lugares de producción porque así se podrán visitar in situ algunas de las instalaciones existentes en ese momento.

13.- En su opinión, ¿cuáles serían los riesgos y ventajas a los cuales se encontraría expuesto un proyecto de esta naturaleza?

Entre las ventajas podemos señalar: la posibilidad de proteger y conservar todos los elementos materiales relacionados con el petróleo y divulgar los conocimientos científicos que tienen que ver con la producción y desarrollo económico del petróleo.

En cuanto a los inconvenientes estaría el problema de que no se elija una gestión adecuada para el buen funcionamiento del museo y se politice con fines meramente propagandísticos y no científicos y culturales.

Acerca de la entrevistada:

Francisca Hernández Hernández.

Es profesora del Departamento de Prehistoria de la Universidad Complutense de Madrid. En la actualidad, imparte las disciplinas de Museología y Gestión del Patrimonio Cultural.

Entre sus últimas publicaciones destacan: El museo como espacio de comunicación (1998), El papel de las bibliotecas en relación con las funciones del museo (1999), El concepto de arqueología prehistórica en la España del siglo XIX (2000), Problemas de la museología como ciencia de la documentación (2000), Los museos de Madrid: proyectos y realidades (2000).

Entrevista nº 2

Nombre: Julio Bolívar

Fecha: 27/11/2009

1.- ¿Cuál es su concepto de museo?

Hasta hoy se tiene un concepto de los museos como centros culturales que preservan, investigan, conservan, y promueven la memoria de una comunidad. Adicionalmente deben tener un perfil definido de lo que tienen en sus colecciones. Son tareas establecidas por el organismo que los agrupa internacionalmente como es el ICOM (Consejo Internacional de Museos) que se encarga del estudio y la conservación de colecciones de diversas procedencias y materiales, con más de 1800 afiliados globalmente; estas tareas tienen un manual deontológico, que pauta el manejo de colecciones de los museos y espacios museográficos en el mundo, o de objetos y obras catalogadas como tal. Sin embargo en mi opinión y mi experiencia en esta área, es que los museos deben ser espacios dinamizadores de valoración de discursos contemporáneos de las ciudades, como los imaginarios urbanos, la historia local, identidades y discursos alternativos en el arte y la dinámica social de cada localidad, es decir tiene que ser un espacio de comunicación y debate sobre los cambios que suceden en la vida cotidiana, gustos, tendencias.

2.- Para usted los museos son:

- a) Espacios para la comunicación
- b) Espacios para el aprendizaje
- c) Espacios de recreación
- d) Medios de Comunicación no tradicionales.
- e) TODAS LAS ANTERIORES

Respuesta: opción e.

3.- ¿Cuál es su opinión sobre los museos venezolanos?

Esta pregunta pudiera tener varias respuestas debido a la circunstancia política actual, que ha impactado sus características de manera profunda y delicada para lo que ellos fueron y el papel que jugaron en la conformación de un rostro museístico nacional. Los museos venezolanos conformados hasta ahora son magníficos. Tienen excelentes colecciones y profesionales de primera línea, bien formados y eficientes; pero los lineamientos políticos están

mediatizando la autonomía programática que tenían y padecen de un déficit crónico de orden financiero desde hace tiempo. Esta situación hace que los museos actuales no produzcan los discursos y propuestas que requiere un país moderno.

4. ¿Ante la posibilidad de la creación de un museo del petróleo en Venezuela, cuál sería su apreciación?

Creo que es necesario, a pesar de que existe arte sobre este tema y algo de literatura y mucho de estudios y ensayos y algún desarrollo en cine, siempre es atractivo un museo temático que relacione un tema como este con el desarrollo de Venezuela en el siglo XX y obviamente con el XXI.

5.- ¿Desde su experiencia, un museo de esta naturaleza debería abordar cuáles contenidos o propuesta?

Una breve guía museológica con el petróleo como centro temático

- *Petróleo y Desarrollo*
- *Petróleo y ciudad*
- *Petróleo y ciencia*
- *Petróleo y tecnología*
- *Petróleo y ciudadanía*
- *Petróleo y democracia*
- *Petróleo y cultura*
- *Petróleo e imaginario social*
- *Petróleo y educación*
- *Petróleo y arte*
- *Petróleo e industria*

6.- ¿En su opinión, el personal que labore en el Museo debe poseer características, habilidades y valores específicos?, mencione cuáles.

1. *Si. Debe ser altamente especializado y debidamente formado en gerencia cultural*
2. *Museólogos, museógrafos, historiadores, educadores, conservadores, etc...*

7.- ¿A qué público considera debe estar dirigido este Proyecto?

Aunque esta categoría es muy vaga, creo que a todo público en particular al público escolar. Depende mucho del diseño museológico y la solución museográfica que se plantee en cada exposición o actividad.

8.- ¿Considera usted, que existe algún ente público o privado, institución o empresa, que deba liderar la creación y gestión del Museo?

Lo ideal sería el estado venezolano, en particular el ministerio de cultura, pero creo también que puede partir de la iniciativa privada o en una acción mixta con el estado. PDVSA sería el llamado a hacerlo o alguna de las empresas privadas que están laborando con el ente nacional en materia de minas e hidrocarburos.

9.- ¿Conoce si existen en Venezuela, antecedentes de alguna propuesta parecida?

Desconozco, si conozco una magnífica exposición e investigación que se hizo en el MACZUL en Maracaibo, a la cual asistí, no sé de otra referencia, aparte de propuesta plásticas de algunos artista que tiene el petróleo como tema de sus obra, novelas, poemas y ediciones puntual con el tema petrolero que todos conocemos.

10.- ¿Conoce experiencias de museos del petróleo en otros contextos?

Los museos de ciencias son muy dados a tocar este tema, sin embargo existen muchos museos sobre el petróleo en varios países, algunos productores de petróleo y otros no. Existe el museo de Rivadavia, en Tampico en México, en Perú y la Patagonia, en Polonia y en particular el museo de Texas y también en Pensylvania. El museo de Bellas artes en caracas también ha diseñado exposiciones con el tema y creo que también el museo de ciencias

11.- ¿Considera importante la realización de esta propuesta? Si No, ¿por qué?

Me inclino por el SI: Un país petrolero como el nuestro tiene la obligación de crear un museo con este tema central en la historia contemporánea, tanto en la vida económica y su historia. A mi juicio, es una deuda histórica.

12.- ¿En qué espacio geográfico estima conveniente la construcción de un Museo del petróleo en Venezuela?

En una primera impresión pensaría que en el Zulia, pero creo que su mercado sería Caracas. También pienso que un museo de esta naturaleza debe tener unas tres sedes, en particular en las zonas de donde proviene el mineral que es oriente y occidente. De allí pueden surgir muchas iniciativas como una muestra itinerante de lo significa el mineral para el país en el mundo.

13.- En su opinión, ¿cuáles serían los riesgos y ventajas a los cuales se encontraría expuesto un proyecto de esta naturaleza?

Los riesgos a mi juicio pueden ser bajos, en primer lugar porque sería un proyecto que debe pagar el estado, esto lo que puede generar es una inmensa fortaleza, ventajas todas tanto desde el punto de vista histórico como desde el punto de vista turístico.

Para definir con más precisión este aspecto tendría que hacer un estudio más profundo que incluya grupos focales, levantar un FODA para poder ver esto con más detalle, pero les reitero que no veo riesgo si es abordado desde lo público.

Acerca del entrevistado:

Julio Bolívar

Venezolano, nacido en Valencia, es Docente en Literatura y Estudios de Maestría en Literatura Hispanoamericana Contemporánea (U.S.B), se ha desempeñado además como Consultor en Comunicación e imagen corporativa.

Es escritor y colaborador eventual en diarios y revistas del país y Gerente Cultural así como Director Ejecutivo de la Fundación Museo de Barquisimeto, y Director de Extensión de la Universidad Yacambú. UNY

Igualmente es Especialista en gerencia de instituciones sin fines de lucro, como museos, fondos regionales y fundaciones; editor, asesor de imagen y problemas de opinión pública, gerente de instituciones educativas y de fuerte impacto público, Director del Museo de Barquisimeto y especialista en desarrollo de proyectos de extensión y alianzas con el sector público y privado; formación en áreas para fortalecimiento de comunidad y servicios públicos. Se ha desempeñado además en el campo docente y editor de fundaciones privadas.

Ha representado instituciones en calidad de ponente o especialista en áreas referidas al arte y el pensamiento, entre las que destacan el proyecto de lectura y creación de la Fundación Provincial, Bodegas Pomar, Banco Mercantil y la Fundación Cementos Caribe.

Ex miembro del equipo de Voz y visión del grupo Corpa como asesor de cuentas en PDVSA, PRALCA del grupo CORIMON y del grupo editorial Alfaguara, editorial española con sede en Venezuela.

Es además, Miembro fundador de la Fundación Aurín y Nuevo sur. Editor de la revista Maltiempo, así como de Maltiempo Editores.

Fue Asesor editorial y Director editorial de la Fundación Biblioteca Ayacucho, así como Gerente editorial de Ediciones IESA. Miembro del consejo Editorial de la revista DEBATES IESA.

Actualmente se encuentra como Director y fundador de Sellos de Fuego Editores.

MARCO LÓGICO DE INTERVENCIÓN

	Lógica de intervención	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes y medios de verificación	Hipótesis
Objetivo general	Realizar el diseño del proyecto para la creación del museo del petróleo para Venezuela, concebido como un recurso comunicacional que promueva la cultura petrolera nacional, la cual será presentada a PDVSA para proponer su patrocinio y ejecución.	Diseño del Proyecto elaborada	Documento presentado ante el Comité de Estudios de Postgrados de la Uima y la directiva de PDVSA	Conseguir la inclusión del Proyecto en la agenda de discusión de las autoridades de PDVSA para su consideración.
Objetivos específicos	a) Determinar la factibilidad técnica de la propuesta.	Definidos a través de la metodología de proyectos: los riesgos, los costos, el planificador de actividades, estimación de recursos materiales y humanos.	Matrices de riesgo, matriz del Marco Lógico, matriz de costos, análisis de beneficiarios.	Se cuenta con la capacidad técnica para definir la factibilidad de la propuesta.
	b) Identificar los elementos conceptuales, para la museología del proyecto como espacio de comunicación.	Se definen: Requerimientos de superficie de exposición, análisis general de la ubicación, programación, propuesta de los espacios del museo, descriptores de la organización funcional, el diseño arquitectónico, el concepto comunicacional, y los procedimientos para el mantenimiento del Museo.	Gráficos, imágenes, manuales de procedimientos, fotografías, mapas, planos.	Riesgos: Cambios en la propuesta museística por parte de los decisores de la Empresa. Factores: Incorporación de otros entes o actores de la vida pública nacional en el diseño de la propuesta.
	c) Desarrollar la propuesta del Proyecto para la creación del museo.	Se desarrollan: Requerimientos de superficie de exposición, análisis general de la ubicación, programación, propuesta de los espacios del museo, descriptores de la organización funcional, el diseño arquitectónico, el concepto comunicacional, y los procedimientos para el mantenimiento del Museo.	Documento con la Propuesta culminada. Gráficos, imágenes, manuales de procedimientos, fotografías, mapas, planos.	Riesgos: Obtener una calificación no aprobatoria por parte del Jurado Calificador de la UIMA. Factores: Cambios sugeridos por la Tutora o bien por la Profesora de Seminario en el alcance de la propuesta.
Resultados esperados	1. Propuesta del Museo del Petróleo de Venezuela desarrollada. 2. Conseguir su incorporación en la agenda de discusión de las autoridades de PDVSA para su consideración. 3. Ejecución de la propuesta en 4 años.	1. Calidad de la propuesta de proyecto. 2. Punto de cuenta con el directorio de PDVSA definido. 3. Edificio construido y en funcionamiento como el Museo del Petróleo de Venezuela	1. Documento de la propuesta terminado. 2. Registro de la asistencia al directorio de PDVSA. 3. Planos, Registro fotográfico, testimonios del público usuario.	Todo sucede tal como fue estimado en la planificación del proyecto. Hay voluntad política para el desarrollo de la propuesta. El proponente cuenta con apoyo institucional para hacer del conocimiento de la misma a la directiva de la empresa.
Resultados esperados	Actividades	Medios:	Fuentes de información	
Culminar la propuesta del Museo	1. Evaluar de manera integral el material procedente de las fuentes de información. 2. Desarrollar la Propuesta como base del Proyecto.	1. Evaluar el material existente para analizar su contenido. 2. Desarrollar la Propuesta propiamente dicha.	1. Entrevistas a expertos, focus groups y el resultado de las matrices de análisis de costos, riesgos y problemas que se han elaborado. 2. Otras que se consideren pertinentes y oportunas.	1. Haber culminado la aplicación y elaboración del material para iniciar el escrito final.
Conseguir su incorporación en la agenda de discusión de las autoridades de PDVSA para su consideración.	Elaborar el punto de cuenta y solicitar el derecho a palabra.	Remisión del escrito correspondiente acompañado del Resumen Ejecutivo de la Propuesta.	Las Fuentes, el Proyecto propiamente dicho.	Se debe contar con el apoyo Gerencia de Prevención y Control de Pérdidas así como del acompañamiento del Gerente para la presentación de la Propuesta. Fuera del alcance del beneficiario, se encuentra que se difiera la fecha de la reunión o bien el otorgamiento del derecho de palabra.
Ejecución de la propuesta en 4 años	Todas las relativas a la ejecución del proyecto: planificación, diseño, contratación de la construcción de la obra, construcción, contratación del personal, puesta en marcha, mantenimiento.	Recursos de PDVSA, Ministerio de la Cultura, Ejecutivo Nacional, equipo de profesionales, Coordinador del proyecto, Contratistas, Empresas de Desarrollo Social.	Demográficas, institucionales, cartográficas, planimétricas, catastrales, legales, etc.	Se logra la aprobación del proyecto y se designan los recursos necesarios.

Elaboración propia (2010).

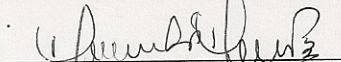
Coordinación de Estudios de Postgrado

Especialización en Comunicación Organizacional

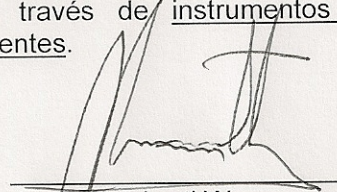
Quienes suscriben, miembros del Jurado nombrado por la Coordinación de la Especialización en Comunicación Organizacional de la Universidad Monteávila, para evaluar el Trabajo Especial de Grado titulado: **“El museo venezolano del petróleo: un proyecto comunicacional para impulsar la cultura petrolera nacional”**, presentado por la ciudadana: **RHAIZA YHAMYLEE MEDINA MERCHÁN**, cédula de identidad N° 14.387.481, para optar al título de Especialista en Comunicación Organizacional, dejan constancia de lo siguiente:

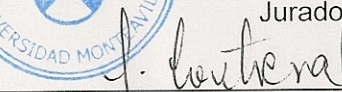
1. Leído como fue el Trabajo Especial de Grado por todos los miembros del Jurado, su defensa privada se realizó, previa convocatoria, en los lapsos establecidos por el Comité de Estudios de Postgrado, el día 02 de marzo de 2010, en el aula 12 de la sede de la Universidad.
2. La defensa consistió en un resumen oral del Trabajo Especial de Grado por parte de su autor(a), en los lapsos señalados al efecto por el Comité de Estudios de Postgrado; seguido de una discusión de su contenido, a partir de las preguntas y observaciones formuladas por el jurado examinador, una vez finalizada la exposición.
3. Concluida la defensa del citado trabajo el Jurado decidió otorgarle la calificación de Aprobado “A” por considerar que reúne todos los requisitos formales y de fondo exigidos para un Trabajo Especial de Grado, sin que ello signifique solidaridad con las ideas y conclusiones expuestas.
4. De acuerdo con las Normas para la Elaboración del Trabajo Especial de Grado de la Universidad Monteávila y con el artículo 33 del Reglamento General de los Programas de Estudios de Postgrado, el jurado recomienda por unanimidad conceder al Trabajo Especial de Grado la mención “Aprobado con Mérito”, ya que lo consideró de excepcional calidad por las siguientes razones:
 - a. Desarrolla un tópico de relevante actualidad en Comunicación Organizacional.
 - b. Demuestra un manejo adecuado y preciso de la metodología de investigación articulado a los debates teóricos actuales.
 - c. Posibilita su comprobación práctica a través de instrumentos y herramientas actuales, novedosas y pertinentes.

En Caracas, a los 02 días del mes de marzo de 2010


María Inés Mármo
C.I. 14021264
Jurado




Jorge Lamberti W.
C.I. 3.120.305
Jurado


Laura Contreras de Ugueto
C.I. 11.093.974.
Tutora coordinadora.